



A Representação do *Ethos* Jornalístico no Cinema: da premissa teórica da verdade ao mundo cão das rotinas

Carolina Ruiz de MACÊDO¹
Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

Resumo

Objetiva investigar como tem se dado na contemporaneidade a representação da identidade do jornalista no cinema, temática tão explorada pela sétima arte no último século. Discute algumas concepções do *ethos* jornalístico apresentadas por teóricos do campo, analisando e identificando que tipo de identidade do profissional está retratado nos filmes *O Quarto Poder* e *Íntimo & Pessoal*. Analisa ainda como as características do profissional representado nessas obras se situam no pressuposto de Pierre Bourdieu de divisão da imagem do profissional do jornalismo em dois polos, o econômico e o ideológico. Para tanto se vale do suporte teórico das teorias do jornalismo e estudos sobre o *ethos* jornalístico, bem como das proposições da análise fílmica.

Palavras-Chave: jornalismo; cinema; *ethos*.

1. Introdução

A proposta deste trabalho é discutir aspectos que constituem o *ethos* jornalístico, analisando-os a partir da sua representação em obras cinematográficas com foco na relação entre estas representações, as teorias do jornalismo e o imaginário social. Tal encontro seria responsável pela formação de imagens referentes ao campo da atuação jornalística.

Para a realização desta proposta, elegemos como *corpus* os filmes: *O Quarto Poder* (1997), do diretor europeu Costa Gravas e *Íntimo e Pessoal* (1996), do americano Jon Aunet. A escolha deve-se à narrativa dessas representações abordarem aspectos referentes às motivações profissionais que definem diferentes perfis de atuação: enquanto o primeiro trata da falta de ética que conduz a busca de resultado a qualquer custo, o segundo mostra o idealismo que rege a profissão e a manutenção dos escrúpulos, ainda que esta escolha implique em altos custos.

Partindo do pressuposto levantado por Bourdieu (1979) de que há a co-existência de um polo ideológico, que define os aspectos normativos da profissão, e de um polo econômico, que cria disfunções na prática jornalística, sobretudo sob a forma de desvios éticos, temos esboçadas duas possíveis posturas contidas em polos de diferentes naturezas. Têm-se como objetivo, portanto, estudar as formas de emergência das características inerentes a estes polos nas duas

¹ Bacharel em Comunicação Social (Rádio e TV) pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, especialista em Jornalismo e Mídia pela Faculdade do Sul – FACSUL e mestranda em Cultura e Sociedade na Universidade Federal da Bahia – UFBA, e-mail: carolruiz1984@yahoo.com.br



representações cinematográficas, como diversas interpretações dos elementos que constituem o *ethos* jornalístico.

Ainda temos como pressuposto teórico-metodológico os fundamentos da análise fílmica e da representação cinematográfica com o objetivo de perceber os mecanismos de construção da narrativa e de atribuição de traços tidos como inerentes aos perfis correspondentes a cada polo abordado.

2. O *Ethos* Jornalístico

Para entender a formulação do *ethos* jornalístico, é necessário percorrer os caminhos que levam à produção da notícia. Bernard Miége (*apud* Pena, 2005, p. 32) faz uma distinção cronológica das etapas pelas quais passou o jornalismo. Para ele, são quatro os momentos: da *imprensa de opinião* (artesanal, tiragem reduzida e texto opinativo), passa-se à *imprensa comercial*, caracterizada pela industrialização, pelo mercado e pelo texto noticioso, vai-se à *mídia de massa* (tecnologia, marketing e espetáculo) até chegar à era que ele chama de *comunicação generalizada*, que se define pela formação dos megaconglomerados de mídia e que tem a informação como base das estruturas socioculturais.

No campo da linguística, Charaudeau e Mainguenu (2004) consideram que o termo *ethos*, emprestado da retórica antiga, significa

a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário. Essa noção foi retomada em ciências da linguagem e, principalmente, em análise do discurso no que se refere às modalidades verbais da apresentação de si na interação verbal. O “*ethos*” faz parte, como o “*logos*” e o “*pathos*”, da trilogia aristotélica dos meios de prova. Adquire em Aristóteles um duplo sentido: por um lado designa as *virtudes morais* que garantem credibilidade ao orador, tais quais a prudência, a virtude e a benevolência; por outro, comporta uma *dimensão social*, na medida em que o orador convence ao se exprimir de modo apropriado a seu caráter e a seu tipo social. Nos dois casos trata-se da imagem de si que o orador produz em seu discurso, e não de sua pessoa real. (Charaudeau e Mainguenu, 2004, p. 220).

Entende-se então o *ethos* jornalístico como um conjunto de práticas e orientações que definem a cultura profissional; um comportamento característico; uma ideologia profissional; uma espécie de identidade profissional ou imagem social da profissão.

Decerto, boa parcela desse construto imaginário acerca da figura do jornalista é consolidada através dos discursos que estes mesmos fornecem sobre si. A auto-representação do jornalista é determinante para a formatação da sua imagem social, mas também está associada a outros referenciais.



A produção cinematográfica pôde acompanhar diversas transformações sociais e tecnológicas ocorridas ao longo do século e que alteraram o exercício e a *práxis* do jornalismo. Dessa forma, algumas vezes provocando debates e se colocando como local de embate ético da profissão, o cinema se fez lugar de afirmação e disseminação de uma imagem social do profissional do jornalismo.

Assim, atrelada à questão da identidade jornalística está o conceito de representação e todo o arcabouço teórico que o cerca. Nesse aspecto Stam (2006) afirma que embora unânime o fato de que os filmes são representações, recortes do real, isso não os impede de ter efeitos reais sobre o mundo, no que é ratificado por Hall (2003) no momento em que este assinala que reconhecer a inevitabilidade da representação não significa que não haja nada em jogo. Ao mesmo passo em que é reconhecidamente uma representação, fruto de um discurso social, o cinema é também produtor de referências.

O jornalismo que conhecemos hoje nas sociedades democráticas tem seus fundamentos no século XIX, quando se deu o desenvolvimento da imprensa, o primeiro *mass media*. Nesse período os jornais se expandiram rapidamente e passaram a empregar um número muito maior de pessoas, dando início à constituição de uma nova classe profissional. É nessa época também que acontece uma virada fundamental para a constituição do jornalismo como é entendido hoje. Ele assume um novo paradigma: pretere os até então dominantes artigos opinativos, na maioria das vezes de teor político-partidário, em favor de um novo produto: a notícia, baseada em “fatos” e não em “opiniões”. É essa noção de notícia que possibilita o surgimento de uma gama de elementos da configuração atual da profissão. “Esse novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço público” (Traquina, 2005a, p. 34).

O exercício do jornalismo passou a ser orientado por novos valores, correspondentes à grande responsabilidade social que o novo sistema de governo, a democracia, delegava à imprensa, embutindo-lhe o exercício de um poder fiscalizador dos poderes institucionais (executivo, legislativo e judiciário) e conferindo-lhe a responsabilidade de zelo pela representação e defesa da vontade do povo. Surge assim a ideia da mídia como um “quarto poder”. A partir de todos esses fatos/fenômenos, os jornalistas criaram novas formas, práticas, técnicas e uma série de valores que contribuíram para a conformação de uma identidade profissional (Traquina, 2005a). Dessa forma, com base no pressuposto da verdade dos fatos como símbolo e meta maior da profissão, vai-se conformando o polo ideológico do jornalismo.

O desenvolvimento da identidade profissional do jornalismo esteve embasado na ideia da sua função social e consolidou uma ampla cultura, abundante em valores e símbolos que



assumiram uma dimensão mitológica, dentro e fora da “tribo” jornalística. Tudo isso constituiu um *ethos* para a profissão, uma maneira de *ser* jornalista, *estar* no jornalismo (Hughes), além de uma maneira de *ver* o jornalista, ou seja, uma imagem social da profissão.

O Polo Ideológico

O polo ideológico é formado pelos anéis nobres que a profissão estabeleceu para si e está intimamente ligado com as proposições de seus códigos deontológicos. Os códigos de ética, conduta e normatização da profissão contribuíram para a formatação de um papel social claramente definido, relacionado a uma cultura profissional.

O código deontológico não define apenas normas para os membros da comunidade, mas esboça também todo um *ethos* para os membros composto por conceitos básicos como o universalismo, o distanciamento, um princípio de equidistância e o ideal de serviço à comunidade (Traquina, 2005a, p. 119-120).

Este polo está intimamente comprometido com a teoria democrática. Através dessa, o jornalismo é visto como um serviço público, produtor de notícias que serão a base para que os cidadãos construam suas opiniões e exerçam seus direitos democráticos. O polo ideológico (ou intelectual) pode ainda ser entendido como um conjunto de elementos idealizados em determinado momento para a consolidação de uma cultura profissional positiva e que fosse bem aceita e valorizada socialmente.

A objetividade: A ascensão do jornalismo de uma atividade desprestigiada ao *status* de uma profissão cujo valor é o de representante da voz do povo e vigia dos poderes públicos/políticos está relacionada à criação dos seus primeiros códigos deontológicos, no começo do século XX.

O *lead*, oriundo da cultura jornalística americana e presente ainda hoje em todo o mundo, teve seu uso convencionado nesse período de afirmação de uma autoridade profissional. Assim, na criação de uma “fórmula”, uma estrutura para a notícia, estava depositada a expectativa da institucionalização de um saber específico tanto quanto a de concretização de uma objetividade e clareza à atividade tida até então como fundamentalmente subjetiva e opinativa. Através da criação dessa linguagem específica, representada sobretudo pelo *lead* e pelo formato da “pirâmide invertida” da notícia, o jornalista torna-se mediador e clarificador dos fatos, procurando apresentar-se como simplificador em lugar de “interpretador” e opinador.

A verdade: Esse elemento tem sido defendido de tal forma como prioritário, como primeira obrigação e objetivo do jornalista, que se tornou parte basilar do constructo mitológico da



profissão. Através deste valor é pregada a obtenção da informação rápida e correta e sua publicação imediata, transformando-a em propriedade pública.

A missão de desvelar a realidade para a sociedade está expressa no Código de Ética aprovado no Congresso Nacional de Jornalistas de 1987, que no artigo 7º, estabelece: “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação”.

O interesse público: Outro valor perseguido é a noção do jornalismo como um serviço público. Baseando-se no art. 6º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (1987), o exercício profissional do jornalista é uma atividade de natureza social e com finalidade pública, subordinada aos códigos de conduta. Em diversos outros artigos do referido Código, temos ratificações e reafirmações do mesmo dever, sendo tal compromisso vai ser ratificado pelo novo código de ética, aprovado em 2007.

Outro fator importante de distinção é a identificação do jornalismo com a opinião pública. É ela quem vai dar sentido à existência do jornalismo e desempenhar papel fundamental à sua consolidação e legitimização (Pena, 2005). O polo ideológico pregará a sua defesa e representação por parte do jornalismo e estará centrada nela o âmago da existência e da identidade jornalística.

A defesa da liberdade e democracia: Aqui o jornalismo é visto como o guardião da sociedade e de seus direitos democráticos, fazendo-se lugar de eco de sua voz e garantindo proteção aos cidadãos de eventuais abusos de poder por parte dos governantes. Vista como componente fundamental à manutenção e funcionamento/operacionalidade da democracia, o jornalismo tornou-se essencial à defesa da liberdade democrática e ao direito de expressão.

A identificação do jornalismo com a liberdade nutre o desenvolvimento de uma prática autônoma, que reforça a noção de credibilidade e comprometimento com as demandas sociais, em oposição aos valores industriais e comerciais. O polo ideológico surge como imperativo de legitimação do jornalismo, não apenas como uma atividade profissional, mas como um ente que defende a sociedade (Traquina, 2005a, p. 129). No entanto, é sabido que a neutralidade está além da prática, funcionando às vezes, muito mais como um horizonte distante a ser seguido.

Observa-se que esses valores encontram-se quase necessariamente entrelaçados, numa espécie de interdependência. Todo esse arcabouço de aspectos nobres, moral e eticamente inquestionáveis, dá origem a imagem mítica e romantizada dessa atividade profissional.

Em numerosos relatos e ficções da cultura de massa, o herói principal, reparador de erros e justiceiro, é um jornalista. Super-homem, ele próprio (o repórter Clark Kent) não é ele



jornalista assim como o homem-aranha (o foto-repórter Peter Parker) ou Tintim? (Ramonet, 1999, p. 17).

Esses elementos são construídos num momento específico e se cristalizam no imaginário (interno e externo ao jornalismo), mas, mesmo em face das inúmeras mudanças sociais e também valorativas e pragmáticas da profissão, perduraram, convivendo (ora harmonicamente, ora em situação de confronto) com as características advindas do polo econômico.

O polo econômico

Para Bourdieu, o polo econômico se formata a partir da premissa de que, tal como os jornalistas desenvolveram sua ideologia profissional em sintonia com a teoria democrática, simultaneamente, antes mesmo do século XIX, o jornalismo passou a ser um negócio e as notícias um produto de um mercado consideravelmente lucrativo.

No mesmo período em que aconteceu a “virada” do jornalismo opinativo, atividade desprestigiada, para o jornalismo como profissão com objetivo e função nobres, têm-se as bases dos elementos componentes do polo econômico do campo. Durante o século XIX, sobretudo com a criação de um novo jornalismo, denominado *penny press*, os jornais passam a ser encarados como um negócio e uma potencial fonte de lucros, tornando o objetivo principal o aumento das tiragens e vendas.

A mídia está sujeita a uma concorrência cada vez mais feroz; as pressões comerciais se intensificam. Muitos quadros dirigentes da mídia vêm doravante do universo empresarial e não mais do mundo jornalístico. Eles são menos sensíveis à veracidade da informação, é antes de tudo um meio de gerar lucros (Ramonet, 1999, p. 06).

A partir dessa perspectiva é que vão surgir deturpações, no âmbito prático, do propósito estabelecido/anelado pelo polo ideológico que está se formatando. A comercialização da imprensa – a informação como mercadoria – traz consigo, de maneira visível, o surgimento de uma imprensa sensacionalista: o que se chamou de “jornalismo amarelo” nos Estados Unidos ou que ficou conhecido como “imprensa marrom” aqui no Brasil.

Num campo marcado pela concorrência, o tempo determina o ganho no jornalismo; ganha quem publica primeiro a notícia (Bourdieu, 1997). Assim, nesse contexto, os desvios éticos passam a ser a característica predominante desse polo.

Entretanto, o polo econômico não pode ser visto como a origem de todo o mal, mas como aquilo que traz o jornalismo, como objeto de estudo, para o contexto social; refere-se às suas práticas, ao fazer, à operação. A análise do polo ideológico só pode se apresentar como possibilidade a partir do polo econômico, ou seja, se o primeiro se mostra na oposição, no



confronto com aquilo que nega, é dentro dos quadros de exigências do mercado capitalista que o polo ideológico também vai se mostrar.

O desenvolvimento econômico ocorrido no setor da imprensa implicou importantes mudanças em seu papel. “Desde que a venda da parte redacional está em correlação com a venda da parte dos anúncios, a imprensa, que até então fora instituição de pessoas privadas enquanto público, torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas” (Habermas, 1984, p. 170).

Segundo o autor, os meios de comunicação passam a ter um alcance e uma extensão notoriamente superiores, o que proporciona uma ampliação/expansão considerável da esfera pública. Entretanto, por outro lado, foram também inseridos na esfera/lógica, antes privada, da troca de mercadorias. Dessa forma, não seria descabida a afirmação de Ianoni:

o grande jornalismo, nacional e internacional, virou espetáculo, freqüentemente manipula a informação, falta com a ética, estabelece relações perigosas com anunciantes e com o poder econômico em geral, assim como com os mais variados e fortes interesses políticos. (...) A adesão dos meios de comunicação de massa ao neoliberalismo, o chamado ‘pensamento único’, é um exemplo importante da vinculação da mídia a poderosos interesses políticos e econômicos (Ianoni, 2003, p.57).

Vê-se então o valor do lucro sobreposto ao de verdade/objetividade. O campo econômico “des-virtua” (despe a virtude), remodela e deturpa os valores éticos esboçados pelo arcabouço ideológico-teórico do jornalismo, sem, contudo, no campo da retórica, abrir mão destes.

Há, dessa forma, uma inter-relação entre o polo econômico e o polo ideológico, quando o primeiro utiliza o discurso da normatização para ressaltar valores como a imparcialidade e a importância da verdade ainda que estes estejam guardados apenas no plano teórico dos manuais de redação, por exemplo. Se clareza, objetividade e concisão, são normas universais para os jornalistas, é senso comum atribuir a este profissional, a credibilidade nas informações que profere (Oliveira, 2005, p. 06). É, portanto, neste contexto que a noção de *ethos* ganha relevância e dá notoriedade à imbricação/simbiose dos dois polos a partir dessa elaboração.

A maneira de dizer autoriza a construção de uma verdadeira imagem de si e, na medida que o locutário se vê a depreendê-la a partir de diversos índices discursivos, ela contribui para o estabelecimento de uma inter-relação entre o locutor e seu parceiro. Participando da eficácia da palavra, a imagem quer causar impacto e suscitar adesão. Ao mesmo tempo o *ethos* está ligado ao estatuto do locutor e à questão de sua legitimidade, ou melhor, ao processo de sua legitimação pela fala. (Amossy, 2005, p.16-17)

Vale salientar a formação claramente marxista de Ramonet, bem como dos principais autores que fazem uma crítica à mídia, denunciando seus comprometimentos, o que não invalida, mas apenas localiza seus locais de fala.



Ainda no polo econômico estaria inserida a deturpação do senso de opinião pública. Bourdieu (1973), em uma conferência, na qual questiona a possibilidade da existência de uma opinião pública, expõe um ponto que coloca em xeque a autenticidade da formulação da opinião pública e leva a questionar o papel da mídia como sua representante e defensora.

Nas situações em que se constitui a opinião, em particular as situações de crise, as pessoas se encontram diante de opiniões constituídas, de opiniões sustentadas por grupos, de forma que escolher entre duas opiniões é evidentemente escolher entre grupos. Tal é o princípio do efeito da politização que produz a crise: é preciso escolher entre grupos que se definem politicamente e definir cada vez mais tomadas de posição em função de princípios explicitamente políticos. De fato, o que me parece importante é que a pesquisa de opinião trata a opinião pública como uma simples soma de opiniões individuais, recolhidas numa situação que no fundo é a da cabine indevassável, onde o indivíduo vai exprimir furtivamente, no isolamento, uma opinião isolada. Nas situações reais, as opiniões são forças e as relações entre opiniões são conflitos de força entre os grupos. (Bourdieu, 1973, p. 8).

Ianoni salienta que “enquanto antigamente a imprensa só podia intermediar e reforçar o raciocínio das pessoas privadas reunidas em um público, este passa agora, pelo contrário, a ser cunhado primeiro através dos meios de comunicação de massa” (2003, p. 57). O polo econômico se utilizará do argumento da identificação do jornalismo com a opinião pública, porém, no plano da prática, a desvirtuará, estabelecendo mais uma manipulação da opinião pública, de acordo com os interesses que o jornalista/empresa jornalística defende, do que um mero reflexo ou representação fidedigna dos interesses e opiniões públicas.

O jornalista polonês Ryszard Kapuscinski acredita que a verdade já teve um espaço privilegiado que, no entanto, foi sendo suprimido pelas mudanças sociais e econômicas que alteraram sensivelmente a prática e, conseqüentemente, a cultura jornalística.

Da simbiose de todas essas mudanças decorre a descredibilização social da mídia e da classe jornalística refletida em desconfiança e, de certa maneira, desprezo em relação a essas. Ramonet escreve que “a informação é antes de tudo considerada como uma mercadoria, e este caráter prevalece, de longe, sobre a missão fundamental da mídia: esclarecer e enriquecer o debate democrático” (1999, p. 3).

Segue abaixo um quadro com a tentativa de mapeamento das principais nuances dos polos ideológico e econômico do jornalismo. Embora essa proposta seja radicalmente dicotômica, não se busca fixar tal contradição. Entende-se apenas que uma classificação como esta pode ser útil para uma visualização geral das distinções entre essas duas dimensões.

Polo Ideológico	Polo Econômico
Credibilidade	Desconfiança
Serviço Público	Universo empresarial / negócio
Sacrifício	Vaidade Pessoal
Representação e defesa da opinião pública (porta-	Manipulação ou deformação da opinião pública



voz)	
Busca da verdade	Busca do “furo”, qualquer que seja a sua natureza, a fim de desbancar a concorrência, assumir a liderança de mercado
Informação como bem público	Informação como mercadoria (a ser vendida)
Jornalismo de Investigação	Jornalismo de “revelação” (Ramonet, p. 6)
Arena de debates sociais	Arena de espetáculo
Interesse público como norteador	Interesses privados
Orientação pelos códigos deontológicos	Desvios e deturpações dos códigos deontológicos
Independência	Vinculação a interesses econômicos e políticos

Enfim, tem-se de um lado a situação idealizada e, por outro o seu oposto. Entretanto, no mundo real dificilmente encontraremos as duas situações em seu estado purista. Elas se misturam e compactuam, configuram-se e se ressignificam no tempo e no espaço.

3. O Jornalista em “*O Quarto Poder*” e “*Íntimo & Pessoal*”

O Quarto Poder trata da trajetória de um repórter experiente que integrava uma equipe jornalística cuja transmissão se dava em nível nacional. Após uma malfadada cobertura jornalística, Max Brackett é deslocado para uma associada da rede de televisão local. Ao fazer uma matéria em um museu, Max depara-se com um incidente: Sam, um segurança recém-demitido do museu, se dirige à ex-chefe para o que seria uma conversa que deveria pressioná-la a readmiti-lo. Sam está armado numa tentativa de intimidar sua chefe. A conversa torna-se cada vez mais inflamada e, acidentalmente, a arma dispara atingindo o ex-colega de Sam, do lado de fora do museu. No calor do acontecimento, Sam acaba mantendo algumas pessoas no museu – crianças, uma professora, a chefe do museu e o repórter - enquanto tenta resolver a situação. Com instrumentos de transmissão: uma câmera, um microfone, uma TV, este percebe a oportunidade de construir um acontecimento novo, cujos elementos se enquadram na lógica sensacionalista.

Sam é ingênuo e insensato; age impulsivamente, mas sem maldade premeditada. Seu objetivo era reaver o seu emprego de volta junto à sua chefe, não tendo previsto que haveria outras pessoas no museu. No desenrolar da trama Max manipula a situação, construindo a imagem de um sequestro premeditado e cria uma situação de repercussão nacional. Logo, milhares de repórteres estão acampados à frente do museu e Max se torna o mediador entre Sam e o mundo externo: polícia e opinião pública. Ele direciona os pensamentos, a fala e os atos de Sam, reorganizando tanto o seu discurso quanto os seus objetivos, a fim de sustentar a audiência do evento.

Em *Íntimo & Pessoal* é contada a história de Sally Atwater, uma aspirante a repórter do interior que fez uma faculdade comunitária e que, apesar de talentosa, tem uma formação deficiente para os padrões da grande mídia televisiva. Sally envia vídeos para diversas emissoras

com esperança de ser aceita como repórter. Uma emissora de Miami a aceita e o chefe de reportagem, Warren Justice, um experiente jornalista, se mostra disposto a contribuir para sua formação e para isso a expõe a diversas situações que a forçam a se preparar. Justice tem o cuidado de instruir tecnicamente Sally, e, sobretudo, de lhe mostrar a importância do exercício ético da profissão.

O filme expõe várias situações em que a força do polo econômico se apresenta como um desafio ao cumprimento do que se considera o bom jornalismo. Na narrativa, Justice morre ao fazer a cobertura de um evento de forma independente, o que soa como uma metáfora de que a ética enquanto prática jornalística emerge como uma militância, uma resistência que deve ser levada até as últimas consequências, ainda que venha a padecer devido às pressões dos ditames mercadológicos. Sally trilha um caminho promissor, se enquadra nos padrões técnicos, mas conduz a prática vigilante às dimensões da ética que devem fazer parte da profissão.

O público, como uma entidade complexa, é percebido nas narrativas fílmicas de formas distintas. Em *O Quarto Poder*, embora se considere a força que existe em potência e em ação no público, vê-se a ideia de que a opinião pública é gerada a partir de estímulos emitidos pela mídia e que a verdade dos fatos depende de leituras operadas ao bel-prazer dos interesses das instâncias de emissão. A credibilidade e a desconfiança poderiam, assim, ser dirigidas, trabalhadas.

Já em *Íntimo & Pessoal*, estabelece-se o público como principal entidade julgadora de uma postura ideal do jornalista, funciona como a razão do jornalismo e tem o potencial de se manifestar ativamente, daí o cuidado com o tratamento ético e a força do discurso da responsabilidade inerente ao ato de produzir e transmitir informações.

Em *Íntimo & Pessoal* o valor do sacrifício é bastante explorado, afirmando a carga positiva da profissão em contraponto a outra imagem que se tem do jornalista enquanto oportunista, sujeito que utiliza as notícias para sua autopromoção. A tensão entre ser herói/mártir e ser apenas um repórter vaidoso que se aproveita dos dramas alheios para ganhar notoriedade, está trabalhada neste filme através da personagem protagonista, Sally. A ascensão pessoal na carreira, em alguns momentos é mostrada como sendo primordial para ela, determinando algumas ações questionáveis eticamente, mas que concomitantemente representam a sua vontade de superação, determinação e paixão pela profissão.

O personagem Warren Justice, chefe de reportagem da TV local que contrata a inexperiente Sally, é o representante dos valores éticos da profissão nesta narrativa. Dessa forma, é ele quem leva a noção de doação à profissão ao extremo. Ao investigar de forma independente uma estória, com envolvimento político, Justice morre heroicamente, levando às últimas consequências todas as características nobres da profissão: a paixão pela atividade, a busca



incondicional pela verdade, a determinação, a coragem, o desprendimento, o altruísmo, e o interesse público como guia e motivador do trabalho jornalístico.

O compromisso com a verdade e o respeito para com o público aparece bem delineado em *Íntimo & Pessoal*. Na narrativa, o que mina a carreira de Justice é um erro jornalístico cometido. Ele divulga uma informação, confiando numa fonte, e esta informação se mostra como falsa. Neste ponto está explicitamente colocado o valor da verdade como prioritário para o jornalismo, característica basilar do polo ideológico.

Já em *O Quarto Poder* os ideais do polo ideológico estão guardados apenas no plano da retórica, do parecer ser. O repórter Max, logo na primeira cena, se apresenta sob o perfil mítico de “cão de guarda” da sociedade, abordando um bancário que teria roubado dinheiro da pensão de milhares de pessoas, munido de microfone, câmera e de perguntas coercivas. Entretanto, logo em seguida, o filme deixa clara a falta de ética do repórter, que, por trás do discurso moralista e socialmente engajado, não se interessa em verificar a veracidade daquelas acusações, ficando evidentes o oportunismo e sensacionalismo do repórter, que deseja se auto-promover.

No caso do filme *O Quarto Poder* fica explícito o corrompimento de valores do *ethos* jornalístico. A coragem e o senso de interesse público estão presentes, mas há uma total desvirtuação do interesse pelo bem comum. A audiência/projeção que a matéria pode dar, está acima do valor da vida das pessoas (inclusive crianças) que estão sendo transformadas em reféns.

Diretamente intrincado a este aspecto está o dilema entre o anelo representativo do jornalista do interesse público e a sua obrigação de defender os interesses da empresa que o emprega. A deturpação do princípio de defesa do interesse público em favor do interesse privado pode vir representado na substituição da meta do repórter de busca da verdade pela de busca do “furo” jornalístico.

Em *O Quarto Poder* a equipe de reportagem presente acaba tendo total influência para a dimensão que o fato toma e inclusive para os seus direcionamentos, tudo com o intuito de ter audiência, garantindo o interesse do público, configurado aqui como uma massa de consumidores de notícias.

As transformações da esfera pública deixam claro que houve a substituição de um espaço destinado para a discussão de causas públicas e valores éticos por outro, muito mais prosaico, em que as representações da realidade interagem com o espetáculo, a simulação e a imagem virtual (Pena, 2005, p. 32).

Através da ação de Max, logo se constrói um espetáculo midiático de proporções gigantescas. Não seria exagero dizer que o próprio sequestrador se torna refém da cobertura jornalística que sua ação está sofrendo. Enfim, como diz Pena “A superexposição substitui a



virtude (*areté*) como valor supremo. As imagens já são preconcebidas. As histórias já foram contadas” (Pena, 2005, p. 31).

Em *Íntimo & Pessoal* esta tensão também está colocada nos momentos em que se questionam qual o principal motivador do prosseguimento na carreira: se a projeção pessoal ou o amor ao serviço prestado à sociedade. Isso fica muito evidente quando Sally vai à nova emissora e se desestabiliza ao se deparar com o ego inflado e os boicotes de Márcia, apresentadora do principal jornal da rede.

Em determinado momento Justice vai ajudá-la e faz uma avaliação das matérias que Sally realizou na nova emissora e considera que todo o material é de péssima qualidade. Warren faz um chamamento à “verdadeira” identidade do jornalista, um apelo a uma suposta essência jornalística que o profissional deve buscar incorporar, assimilar. Depois do chamamento de Justice ela se reestrutura, passando a trabalhar com firmeza, buscando dar as melhores notícias possíveis e logo passa a ter seu trabalho reconhecido pelo público. Em pouco tempo Márcia é despedida e Sally assume seu lugar de âncora. A competitividade entre os profissionais também está claramente marcada em ambos os filmes. Numa conversa após este episódio Márcia diz a Sally: “Não é sua culpa, sabe? De ninguém. É assim que funciona.”.

Em *O Quarto Poder* essa dimensão competitiva do jornalismo é exaustivamente explorada, porém, diferente da abordagem de *Íntimo & Pessoal*, para o alcance do sucesso e da notoriedade do seu trabalho, o jornalista faz concessões aos boicotes, manipulações e demais abusos de poder. Max joga nas regras do mercado, com as quais, experiente, tem bastante familiaridade. Assim, prevê: “em 24 horas, isso virará um circo. Haverá mil pessoas com câmeras aqui. *Se não gravar, outros gravarão*”.

Em *Íntimo & Pessoal*, a existência conflituosa dos dois polos é sempre explicitada através das situações que tem Warren como protagonista. Em certo ponto Justice pergunta a Dan, gerente comercial da emissora de Miami: “Programamos o jornal perguntando aos anunciantes o que querem? E se quiserem risadas ao fundo? E então? Sem problemas?”. A integridade de Justice, que está sempre se colocando em oposição às pressões do polo econômico, pode ser verificada em diversas outras cenas. Ele tem autoridade para tal enfrentamento a partir de sua trajetória, de credibilidade, probidade e senso de justiça.

Outro aspecto visível em *O Quarto Poder* é capacidade de reformulação social da realidade latente ao jornalismo (Vizeu, 2004). Transformação que, neste caso, se dá através da interferência do repórter nos acontecimentos, do superdimensionamento dos fatos e do apelo ao sensacional, bem como da reestruturação dos sentidos.

Max de certa forma encarna a deturpação do polo ideológico. O apelo ao sensacionalismo é a sua principal ferramenta de trabalho, mas ele o faz seguindo toda a estrutura técnica do jornalismo. Nada é aleatório. Ao contrário, tudo é deliberado a partir da interferência do repórter.

Ambos os filmes estão inseridos no contexto jornalístico atual, onde vigora de maneira impositiva a necessidade de encarar a profissão como um negócio, as notícias como uma mercadoria e o jornal como um produto a ser vendido em larga escala, ou seja, tratam do jornalismo contemporâneo, televisivo, regido pelos ditames imperiosos do polo econômico.

Entretanto, pode-se facilmente identificar o tratamento diferenciado que se dá à profissão nos dois filmes. Esse tratamento transparece mais claramente no final da trama de *Íntimo & Pessoal*, em que apesar de todas adversidades e até mesmo da morte do seu principal defensor/representante, o polo ideológico permanece vivo, enaltecido pela trajetória dos dois protagonistas, ainda que isto não ocorra sem dificuldade, sem tensão, sem persistência e, porque não dizer, resistência.

Nas duas narrativas também é abordado o binômio independência e vinculação. Para voltar à rede, Max monta um “circo” a fim de ter notoriedade e retomar a sua atuação no grande jornalismo enquanto Justice se recusa a jogar as regras do jogo segue de forma independente a sua busca pela verdade e defesa do interesse público, apontando para outras possibilidades do jornalismo que preservam a independência.

O Quarto Poder apresenta uma visão determinista da prática jornalística e se dedica a descredibilizar todo o imaginário mítico da profissão, embora não o negue. Demonstra todas as deturpações possíveis de ocorrer numa prática jornalística e a ridicularização desses objetivos por parte dos profissionais em atividade.

Íntimo & Pessoal procura mostrar os embates existentes entre os dois polos quando se aborda o jornalismo em seu plano prático, apontando, entretanto, para a possibilidade de exercício da profissão inspirada no seu ideário ético e mítico, ou seja, da permanência efetiva do polo ideológico, mesmo em meio aos ditames do polo ideológico.

4. Considerações Finais

Em *O Quarto Poder*, tem-se a narrativa da construção da notícia como uma espécie de oportunismo para inserir valor a um acontecimento e convertê-lo em notícia. A inserção de valor ao acontecimento passa pela construção de uma hierarquia que define o tratamento de determinados signos pelo seu suposto grau de importância. A abordagem sensacionalista dita quais destes signos devem ser priorizados e manipulados para construir uma notícia que é julgada como atraente para o público. Mas, o que define a ordem de exploração de certos signos

na constituição de uma notícia considerada sensacionalista? Considerando-se que o fazer jornalístico está guiado pelos princípios da produção de bens simbólicos (Bourdieu) para o atendimento de demandas, cuja lógica insere o público como consumidor, pode-se entender que são os discursos que arregimentam o polo econômico que determinam, em grande parte, modos de tratamento da informação – seus fluxos, suas intensidades, seus aparecimentos – a partir das demandas de um mercado da informação.

A narrativa de *Íntimo & Pessoal* revela a importância do polo ideológico em duas instâncias, como uma prática constante do jornalismo e como um discurso que deve ser continuamente reafirmado e que, por isso, torna-se doutrinário, tem como finalidade estabelecer que os princípios éticos funcionem como aspecto que norteia a profissão. Percebe-se que o polo ideológico não se manifesta no filme apenas como uma utopia distante, um horizonte ideal, um discurso normativo inacessível, mas insere-se de forma a ser problematizada, está presente na tensão que apresenta por uma oposição aos discursos e práticas exercidas como representantes legítimos do polo econômico. Este, por sua vez, surge não somente como manifestação de uma abordagem não ética, mas escamoteia suas intenções por estar protegido por uma política de institucionalização de “novos valores” presentes nas linhas editoriais que buscam “dar ao público o que o público deseja” e assim ter autoridade para produzir informações nos moldes estritamente mercadológicos (Sennett, 1999).

Em *O Quarto Poder* se busca mostrar todos os bastidores da notícia através da atuação do repórter Max, as motivações, interesses, engrenagens, retórica e o pleno conhecimento do poder da mídia na alteração/mobilização da opinião pública, tecendo uma dura crítica a toda a indústria da informação e aos seus profissionais.

A partir das características do polo econômico, mapeadas por Bourdieu, percebemos de que formas estas se manifestam na narrativa fílmica de modo a estabelecer uma predominância dos discursos que definem este polo como uma afirmação de práticas que acabam norteando a profissão em oposição ao polo ideológico.

Já em *Íntimo & Pessoal* é sugerida uma produção crítica e uma reflexão permanente acerca da prática jornalística. “Na teoria, a prática fala por si mesma. Uma não tem sentido sem a outra. Na verdade, a tal dicotomia não deve nem ser abordada. É uma pergunta já superada. (...) A questão é: como articulá-las?” (Pena, 2005, p. 14).

O polo ideológico não funciona só como aspecto normativo, mas como uma exigência devido ao amadurecimento da opinião pública e posicionamento político do espectador, fazendo com que este polo também funcione como atrativo, como algo que atende a uma demanda específica que se refere a todos os discursos do “politicamente correto”.



Não se buscou, entretanto, estabelecer neste trabalho um discurso de condenação ao polo mercadológico e de glamorização do polo ideológico, mas tentar perceber que para além das utopias, o polo ideológico deve se apresentar como possibilidade num quadro de tensão com o polo econômico, ou seja, a maximização das vertentes ideológicas normativas devem se estabelecer a partir do contexto capitalista de produção, marcando sua diferença e legitimando sua existência como forma de elevar a qualidade da produção de informações.

5. Referências

- AMOSSY, Ruth (org). **Imagens de Si no Discurso**: a construção do *ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Oeiras: Celta, 1997.
- _____. **A Opinião Pública não Existe**. 1973 Disponível em:
- _____. **La Distinction**. Paris: Minuit, 1979.
- CHARAUDEAU, Patrick e MAINGUENAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.
- Código de Ética do Jornalismo Brasileiro**, 1987. Disponível em <http://armazemgeral.wordpress.com/2007/09/09/codigo-de-etica-do-jornalista/> Acessado em 12/04/2008.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**: investigação quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HALL, Stuart. **Da Diáspora**: Identidade e Mediações Culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- IANONI, Marcus. Sobre o Quarto e o Quinto Poderes. *In Revista Comunicare*. V. 3, nº 2, 2º Semestre de 2002. São Paulo: Casper Libero, 2003.
- OLIVEIRA, Maria de Fátima Costa de. **O Discurso e a Construção do Ethos Jornalístico**. *In Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação INTERCOM*, 2005.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- RAMONET, Ignácio. **A Tirania da Comunicação**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.
- SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter**: conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- SENRA, Stella. **O Último Jornalista**: imagens de cinema. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.
- STAM, Robert & SHOHAT, Ella. **Crítica da Imagem Eurocêntrica**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo (vol 1)**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005(a).
- _____. **Teorias do Jornalismo (vol 2)**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005(b).
- VIZEU, Alfredo. A Construção Social da Realidade e os Operadores Jornalísticos. *In Revista Famecos*, Porto Alegre, nº 25, dezembro de 2004.

Fílmicas

- Íntimo & Pessoal**. Diretor: Jon Avnet. Ano 1996.
- O Quarto Poder**. Diretor: Costa Gavras. Ano 1997.