

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE APOIO À PESQUISA
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

CINEMA E JORNALISMO: A REPRESENTAÇÃO DA PRÁTICA
JORNALÍSTICA NO FILME CHICAGO

Bolsista: Vitor Franco Gavirati, Fapeam

PARINTINS
2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE APOIO À PESQUISA
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

RELATÓRIO FINAL
PIB-SA/0054/2013
CINEMA E JORNALISMO: A REPRESENTAÇÃO DA PRÁTICA
JORNALÍSTICA NO FILME CHICAGO

Bolsista: Vitor Franco Gavirati, Fapeam
Orientadora: Prof^a Msc. Graciene Silva de Siqueira

PARINTINS
2014

Todos os direitos deste relatório são reservados à Universidade Federal do Amazonas, ao Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação Social e aos seus autores. Parte deste relatório só poderá ser reproduzida para fins acadêmicos ou científicos.

Esta pesquisa, financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas – Fapeam, através do Programa Institucional de Iniciação Científica da Universidade Federal do Amazonas. O projeto está vinculado ao Grupo de Estudos e Pesquisas Comunicação Social (Gepecs).

Arte de produzir sonhos e ilusões, o cinema flertou com o jornalismo e conseguiu, na maioria das vezes, com sucesso retratar o mundo da notícia tal qual ele é: previsível, inesperado, manipulado, confuso, claro, objetivo. Muitas vezes melhor que nós gostaríamos que fosse.

Andrea Coelho

RESUMO

Este trabalho busca analisar a forma com que a prática jornalística, o jornalismo e o jornalista são representados no filme *Chicago*, dirigido por Rob Marshall, de 2002. Procuramos identificar em nosso objeto de estudo os estereótipos destacados por Senra (1997), bem como outras novas marcas incorporadas à figura do jornalista. Mais do que isso, buscamos estabelecer um diálogo entre o universo do jornalismo apresentado em *Chicago* e o ofício jornalístico do mundo real, tal como propõe André França (2002) para uma análise fílmica. Desta forma, pretendemos investigar a forma com que o filme que escolhemos para o estudo pode influenciar a percepção social acerca do jornalismo e a verossimilhança da representação da prática jornalística em *Chicago*. Norteados metodologicamente pelo modelo de análise fílmica sugerido por França (2002), momentos – em nosso entendimento – significativos para o filme são analisados com base na vivência dos autores, propondo o diálogo entre cotidiano e obra cinematográfica. A representação do jornalismo em *Chicago* é carregada de artefatos verossímeis e se revela como um fomento a discussões acadêmicas no âmbito da prática jornalística, tendo em vista que a trama destaca certa fragilidade do jornalismo, enquanto um meio que busca divulgar informações pautadas pela veracidade. *Chicago* também tece críticas ao modo de funcionamento da lógica industrial do jornalismo e o modo de percepção social do mesmo.

Palavras-chave: Cinema; Jornalismo; Representação Social; Análise Fílmica.

ABSTRACT

This work aims to analyze the way in which journalistic practice, journalism and the journalist are represented in the film *Chicago*, directed by Rob Marshall, 2002. Sought to identify in our study object seconded by stereotypes Senra (1997), as well as other new brands incorporated the figure of the journalist. More than that, we seek to establish a dialogue between the world of journalism presented in *Chicago* and the journalistic craft real world as proposed by André France (2002) for a film analysis. Therefore we will investigate the way the movie we chose to study can influence social perception of journalism and the likelihood of representation of journalistic practice in *Chicago*. Methodologically guided by the film analysis suggested by France (2002), time model - in our understanding - significant for the film are analyzed based on the experience of the authors, proposing dialogue between everyday and film work. The representation of journalism in *Chicago* is charged with credible articles and reveals itself as a stimulus to academic discussions in the journalistic practice, given that the plot highlights certain fragility of journalism as a means to disseminate information search guided by truthfulness. *Chicago* also criticizes the methods of operation of the industrial logic of journalism and how social perception of it.

Keywords: Cinema; Journalism; Social Representation; Film Analysis.

LISTA DE FIGURAS

Fotograma 1 – Jornalistas representados por marionetes comandadas pelas fontes de informação	66
Fotograma 2 – Velma Kelly exhibe revista que fala sobre ela	71
Fotograma 3 – Metáfora sobre o caráter atual dos jornais	75

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO SOBRE JORNALISMO E MÍDIA	12
3 O CINEMA COMO CONSTRUTOR DA IMAGEM DO JORNALISTA	31
3.1 Representações, cinema e jornalismo.....	31
3.2 O jornalismo representado no cinema	38
4 ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DA PRÁTICA JORNALÍSTICA NO FILME <i>CHICAGO</i>	48
4.1 Procedimentos metodológicos	48
4.2 Pressupostos construídos acerca do filme <i>Chicago</i>	52
4.3 Análise e discussões	57
CONCLUSÕES	77
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80

1 INTRODUÇÃO

A relação entre cinema e jornalismo ultrapassa a simples presença de um no produto do outro, ou seja, a inserção de críticas cinematográficas nas páginas dos jornais e a presença de jornalistas como personagens em filmes. Segundo Kraetzig (2012), as obras da chamada "Sétima Arte", assim como outros produtos audiovisuais produzidos para o entretenimento, podem influenciar o modo de percepção do jornalismo pela sociedade. Para a autora, os jornalistas são reconhecidos socialmente através de seu trabalho cotidiano e por meio de sua representação em produções voltadas ao lazer.

Consultando o arcabouço teórico construído acerca da presença do jornalismo no cinema, observamos uma grande aparição dos jornalistas como personagens de obras cinematográficas. Christa Berger (2002) nos diz que até o ano 2000, já haviam sido lançados 785 filmes que abordam o jornalismo. Estas produções consagram um gênero fílmico conhecido como *newspapers movie*. Segundo Stella Senra (1997), através do cinema, uma imagem do jornalista é formulada, carregada de traços marcantes, entendidos pela autora como estereótipos.

Nossa pesquisa busca analisar a forma com que a prática jornalística, o jornalismo e os jornalistas são representados no filme *Chicago*, dirigido por Rob Marshall, de 2002. Propomos-nos a encontrar elementos que compõem o perfil do jornalista na produção, procurando encontrar os estereótipos elencados por Senra, bem como outras adjetivações dadas a este profissional. Também visamos estabelecer um diálogo entre o filme e o mundo real, tal como sugere o modelo de análise fílmica desenvolvido por André França (2002), adotado como metodologia para o desenvolvimento de nosso estudo. Uma interação onde verificamos a verossimilhança do jornalismo apresentado por *Chicago*, estabelecendo

conexões entre a prática jornalística exibida na obra e a rotina de trabalho dos jornalistas na vida real. Usando como intermediador a bibliografia existente acerca do jornalismo e nossa vivência enquanto estudantes da área.

Chicago é um musical estadunidense que conta a história de Roxie Hart (interpretada por Renée Zellweger), uma dona de casa interessada em fazer sucesso como bailarina. No decorrer de sua trajetória em busca da fama, Roxie mata um amante e, desde o momento do crime, passa a pautar os jornais com informações sobre o assassinato e sua vida. Apesar de retratar muito bem diversas facetas da prática jornalística, *Chicago* não pode ser considerado um *newspapers movie*, segundo os padrões de classificação de Christa Berger (2002). Isto ocorre pelo fato de a sinopse oficial de nosso objeto de estudo não mencionar alguma palavra que remeta ao jornalismo e sua prática.

Apreciando nosso objeto de estudo, o identificamos como um possível motivador de discussões acadêmicas no âmbito do jornalismo e da comunicação de massa. Diante desta constatação, identificamos os principais tópicos da prática jornalística frisados na trama e iniciamos um debate teórico acerca do encontrado, o qual apresentamos no primeiro capítulo deste relatório. Neste trecho, discorreremos sobre: construção das notícias; métodos de apuração de informações; noticiabilidade; poder de influência do jornalismo; a relação entre ética e jornalismo; e algumas perspectivas teóricas do jornalismo como a teoria do espelho, agendamento e *newsmaking*. Um diálogo teórico que busca delinear nosso conceito de jornalismo, fornecer elementos para nossa análise e, de certo modo, preparar o leitor para as discussões acerca do filme.

Complementando nossas discussões, averiguamos o modo com que a realidade é representada em produções cinematográficas a partir de discussões teóricas sobre representações e cinema, comparando a literatura existente com o apurado em *Chicago*. Junto

deste debate, encontra-se nosso referencial sobre a presença do jornalismo no cinema, apresentado no segundo capítulo deste relatório.

Por fim, apresentamos nossos resultados e os procedimentos metodológicos tomados para o desenvolvimento do trabalho. Embasado no que diz França (2002), com a análise, propomos uma leitura do filme *Chicago* com base em nossa vivência. Motivada em avaliar a forma com que nosso objeto de estudo visualiza e representa o jornalismo, influenciando a percepção de seus espectadores sobre o ofício.

Atualmente, encontramos diversos trabalhos acadêmicos que se empenham em discorrer sobre a representação do jornalismo em obras cinematográficas. Entretanto no tocante aos estudos acerca deste tema, destacam-se os livros: *O Último Jornalista: imagens de cinema*, de Stella Senra, e *Jornalismo no Cinema*, organizado por Christa Berger. A obra de Senra (1997) é encontrada como a primeira referência sobre estudos da presença do jornalismo representado em filmes e serve como base para todos os trabalhos desenvolvidos posteriormente, inclusive a publicação organizada por Berger, em 2002. As duas pesquisas mencionadas elencam os primeiros traços marcantes da figura do jornalista formulada pelo cinema, explicam o interesse dos cineastas em representar o jornalismo em seus trabalhos e apresentam as principais características das representações da prática jornalística existente até então. Assim como busca interpretar a representação das obras cinematográficas.

Nossa pesquisa atualiza os estudos acerca da temática, concebendo o filme *Chicago* como um fomento para discussões acadêmicas referentes ao jornalismo. Desta forma, oferecendo uma nova perspectiva de compreensão da representação da prática jornalística em produções cinematográficas. Um enfoque construído a partir do modelo de análise fílmica proposto por França (2002), que considera o analista como intermediador de um diálogo entre

objeto de estudo e mundo real. Viés aplicável em outras obras cinematográficas que discutem o jornalismo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO SOBRE JORNALISMO E MÍDIA

Definir o jornalismo em um único conceito é uma tarefa difícil de ser realizada. Nelson Traquina (2005) afirma ser um absurdo tentar conceituar o jornalismo em uma frase, ou até em um livro. Mesmo um estudante da área acaba enfrentando dificuldades em responder quando questionado sobre o que é jornalismo. De igual forma, jornalistas com vasta experiência não elaboram uma resposta exata, mas sim definições com a presença de elementos parecidos em suas falas. Alguns desses jornalistas chegam a criar manuais da profissão, onde expõem técnicas e dicas sobre a prática jornalística, embasados em suas vivências exercendo tal atividade. Estudiosos do tema também já focaram seus esforços para uma teorização do jornalismo. O que encontramos como resposta ao questionamento aqui levantado são diversas teorias que possuem semelhanças, mas se diferenciam ao apresentarem novos elementos que auxiliam na possível definição do que é o jornalismo.

Ao analisarmos as diferentes teorias formuladas, percebemos que cada uma acrescenta um novo aspecto para a compreensão do fenômeno jornalístico. Cada enfoque dado ao tema revela outro fator que explica a realidade dos jornais. Sugerimos que uma melhor definição do jornalismo seria formada com a soma dos diferentes elementos apresentados em cada teoria. Algo parecido com o que fez Jorge Pedro Sousa (s/d). O autor elaborou uma definição a partir da adição de vários elementos presentes na estrutura do jornalismo. Aspectos encontrados soltos nos outros pensamentos constituídos acerca da atividade dos jornais. Sousa (s/d) somou diversas forças – pessoal, social, histórica, etc. – presentes no processo de construção da notícia, considerada por ele a chave para o entendimento do jornalismo. Sua teoria assemelha-se a uma operação matemática.

O certo é que tais teorias acabam expondo em partes como funciona a atividade jornalística, e, conseqüentemente, os problemas que surgem na prática da profissão. Talvez seja mais fácil mostrar explicações para a existência e importância dos jornais.

Segundo Genro Filho (1987), o significado do jornalismo é a comunicação de bens imateriais de todos os tipos, pertencentes ao universo dos leitores, de forma pública e coletiva. Para o autor, a finalidade dos periódicos é comunicar os acontecimentos de todos os segmentos de nossa vida à sociedade. Sendo assim, o jornalismo tem uma função social de divulgação de informações à população. Para Genro Filho (1987), o jornalismo é então uma forma social de conhecimento.

Explicando a origem do ofício jornalístico, Felipe Pena (2012) discorre sobre a necessidade do ser humano em conhecer. O autor fala que as pessoas sentem medo do desconhecido e que a produção de conhecimento não se dá apenas através de cientistas e filósofos. Ao lado desses profissionais, aparece o trabalho dos jornalistas. Os jornais surgem para relatar os fatos e difundi-los em todas as esferas sociais, assim minimizando o medo que a comunidade tem sobre o desconhecido. Nelson Traquina (2005) fala que as pessoas acabam usando o jornalismo para se informarem sobre os últimos acontecimentos e define os jornalistas como “modernos contadores de 'estórias' da sociedade contemporânea” (TRAQUINA, 2005, p. 21).

A necessidade de informações que a população possui é percebida desde a antiguidade. Sousa (s/d) fala que as mais antigas sociedades realizavam trocas de informações para sobreviver. Os povos mais primitivos já apresentavam o anseio por novidades, mesmo que sendo apenas por entretenimento ou preservação da memória cultural da comunidade. Desde então, percebe-se um possível nascimento do jornalismo, não em seus moldes atuais, mas pelo menos o aparecimento de elementos definidos pelo autor como “pré-jornalísticos”.

Tendo em vista que “na sua essência, o jornalismo é uma representação discursiva de factos e ideias da vida do homem, construída para se contar ou mostrar a outrem.” (SOUSA, s/d, p. 5)

O grande avanço para a difusão da atividade jornalística se deu no período do Renascimento. Na época, existiam “folhas volantes” (SOUSA, s/d, p. 58) que eram comercializadas em feiras pela Europa, apresentando relatos noticiosos e consagrando para o autor o principal fenômeno pré-jornalístico da era. Mas o principal avanço para o jornalismo durante essa fase foi a invenção de Johannes Gutemberg: uma máquina que utilizava pressupostos da xilogravura dando início a uma nova técnica de impressão. O advento da tipografia foi então grande colaborador para a multiplicação dos jornais no século XVII, destacando-se a criação de gazetas. Estas eram evoluções de elementos pré-jornalísticos como os livros noticiosos (SOUSA, s/d) e se difundiram pelo continente europeu. A circulação das gazetas e seu formato podem constituir o que Otto Groth (*apud* Genro Filho, 1987) aponta como características do jornalismo: periodicidade, universalidade, atualidade e difusão.

Entre os séculos XVI e XVII, os jornais passaram a ser vistos como “instrumentos a usar na arena pública e na luta política pelo poder” (SOUSA, s/d, p. 87). A liberdade que os jornalistas tinham para exercer a profissão passou a ser questionada na Europa, onde ela estava se estabilizando.

Habermas (*apud* Genro Filho, 1987) fala que o jornalismo esteve dividido em três fases. Na primeira, ele era feito por empresas artesanais, em que o interesse era a maximização dos lucros, no início do capitalismo. Esse era o período da venda das gazetas, relatado por Jorge Pedro Sousa (s/d). Na segunda, os jornais se tornaram instrumento de luta política e partidária. Aqui, o jornalismo deixou de ser apenas transmissor de informações e passa a difundir opiniões. Enquanto no terceiro momento, retorna o anseio de lucros ligado ao

ofício jornalístico, só que agora, em novas bases comerciais e com mais recursos tecnológicos.

Nessa retomada dos interesses financeiros, o jornalismo passa a ter os moldes que conhecemos e enxergamos nessa atividade. Ao lado da informação, passa a andar os interesses capitalistas. Como em uma sociedade que se organiza em torno do capital o dinheiro está posto à frente de tudo, até mesmo os jornais acabam perpassados pelo regime do capitalismo.

Assim como os comércios apresentam algo para negociar em troca de retorno financeiro, o jornalismo também tem seu produto: a notícia. Através dela e de anúncios publicitários, os jornais conseguem faturar. As notícias são a mercadoria do jornalismo. Desse jeito, os jornais acabam se tornando “um supermercado de notícias”, como diria Luiz Amaral (2008).

E o que é notícia? Partilhando do pensamento de Amaral (2008): sabemos identificar uma notícia quando olhamos uma, mas não sabemos defini-la. Erbolato (2008) fala que os teóricos do jornalismo só conseguem dizer como ela deve ser, não explicar como ela realmente é. Para conceituá-las, o autor cita Stanley Johnson e Julian Harris. Dentre as citações, o consenso é de que a notícia é o relato de algo interessante aos leitores. Amaral (2008), embora reconheça dificuldade em formalizar uma definição, a entende como um conjunto de acontecimentos carregados de importância para os leitores do jornal.

Considerando então a notícia como algo de relevância a ser contado por um jornal e sabendo que esta é a matéria-prima do jornalismo, resta saber como esta é explorada para o retorno financeiro. As considerações que abordam como uma notícia deve ser nos mostram como a sua produção se organiza voltada para a obtenção de capital. Os jornais precisam ser comprados por um público, sendo assim, as notícias necessitam de interesse humano. Como

pondera a revista *Colliers Weekly*, citada por Luiz Amaral (2008), quanto mais comentários a notícia provoque maior o seu valor.

Lembrando um dos preceitos dos jornais elaborados por Otto Groth, também discorridos por Felipe Pena (2012), toma-se a atualidade como aspecto principal das notícias. Existe uma célebre frase muito citada dentro do mundo do jornalismo que diz “não há nada mais velho que jornal de ontem” (anônimo). A citação explica bem o caráter atual das notícias. Como destaca Erbolato (2008), se um jornal publicar algum acontecimento antigo, estará veiculando uma história e não uma notícia. Para ser comerciável, um jornal precisa ter sempre as últimas informações. O mais recente ocorrido deve estar circulando nos noticiários, pois assim a audiência (consumidor) se sentirá atraído a gastar seu dinheiro na compra de um exemplar de jornal, disponibilizar tempo para sua leitura, ou então se interessar em assistir uma edição de noticiário na televisão.

Relacionada com a atualidade aparece outra característica das notícias: a novidade. Uma nova informação acerca de um ocorrido se faz extremamente interessante para jornalistas. O aspecto atual da notícia pode se confundir com o seu teor de novidade, como discorre Felipe Pena (2012). Mas para o autor, as duas características podem ser dissociadas. Apoiado na frase “qualquer assunto serve se pudermos, por meio dele, mostrar algo novo que está acontecendo, ainda que o tema seja batido” (KOTSCHO *apud* PENA, 2012, p. 39), Pena fala que “a novidade nem sempre é atual e a atualidade nem sempre é nova” (PENA, 2012, p. 39). Ele explica que uma informação pode ser nova para determinada pessoa, porém, para alguém familiarizado com o assunto, não. Mas tal fato pode não deixar de ser atual por se referir a algo daquele dia.

O novo e o atual então podem ser confundidos ou tomados como aspectos diferentes, entretanto, eles são os principais elementos do alicerce da construção da notícia. Tais

características se fazem muito importantes por atraírem mais audiência. Afinal, dentro da sociedade que busca o conhecimento e sofre com o desconhecido (como diz Felipe Pena), estar situado sobre os últimos acontecimentos é necessário. “O público deseja fatos novos” (ERBOLATO, 2008, p. 55).

No interior da empresa jornalística que busca sempre o lucro, o novo acaba se tornando um artifício na tentativa de ganhar mais capital. A novidade pode acabar sendo o chamado “furo jornalístico”. Para tanto, basta a nova informação ser exclusividade de um determinado jornal. Desbancando concorrentes, determinada empresa consegue lucrar mais por ser o único veículo com uma informação específica. Assim se explica como a temporalidade ligada aos dois referidos fatores é de extrema importância dentro do jornalismo e de seu produto principal, a notícia.

A verdade é que tais fatores se referem apenas à essência da notícia e sobre como ela deve ser produzida. Porém, sendo a notícia um relato de fatos de relevância social, quais acontecimentos se enquadram como um fato noticiável? Como dizer que um ocorrido merece ser transformado em notícia? Afinal, muitas coisas acabam acontecendo no desenrolar dos dias. Então, é necessário organizar o que é notícia. Para tanto, surgem os critérios de noticiabilidade, conceito trabalhado por estudiosos como Mauro Wolf (1987) e Nelson Traquina (2005). Eles são espécies de recomendações usadas por jornalistas para determinar a aptidão que um fato possui para se tornar notícia. Segundo Wolf (1987), o surgimento dos estudos acerca da noticiabilidade pode ser relacionado às pesquisas de Altheide (1976) que trabalhavam com o termo perspectiva da notícia. Um conceito que buscava responder quais acontecimentos diários podem ser considerados importantes.

O fato é que os jornalistas se valem de uma cultura própria para decidir o que é ou não é notícia. Ou seja, têm critérios próprios, que consideram óbvios quase instintivos. (...) Mauro Wolf procura sistematizar esses critérios, mostrando que não são tão óbvios e instintivos assim. Wolf chama

de noticiabilidade a capacidade que os fatos tem de virar ou não notícia. Quanto maior o grau de noticiabilidade, maior essa capacidade. (PENA, 2012, p. 71)

O grau de noticiabilidade é medido através de valores-notícia. Estes são aspectos que podem estar presentes dentro de um fato o tornando noticiável ou não. Dentre eles estão tópicos como importância dos envolvidos, interesse humano e identificação de personagens. Além de categorias referentes à estrutura da empresa jornalística, como exclusividade ou furo, formatação prévia e política editorial.

Os critérios adotados por jornalistas são também discutidos por Mário Erbolato (2008). Segundo ele, embora possam existir discussões acerca do assunto, 24 tópicos se destacam como guia dos jornais para a elaboração de notícias. Entre eles: proximidade, impacto, aventura e conflito, sexo e idade, raridade, repercussão, dinheiro, interesse humano, utilidade, expectativa ou suspense e política editorial do jornal.

A construção da notícia ainda se curva à temporalidade e às diretrizes da relação tempo-empresa. Na atualidade, a procura por informações a todo instante faz com que a veiculação de notícias seja rápida. Ocorrido um fato, o jornalista não pode demorar a noticiá-lo. Aliado a isso, aparece o *deadline*, termo que se refere ao horário dado aos repórteres como prazo para entrega de uma notícia. Isso ocorre em função do tempo necessário para a impressão de jornais, ou a edição de material para as transmissões em rádio e televisão. Algo que pode prejudicar a apuração da notícia, ou seja, a busca de informações feita pelo jornalista.

Com discussões sobre notícia sendo realizadas, resta saber como a informação transmitida nela é captada. O relato de acontecimentos é feito com material obtido pelo jornalista durante a apuração. Segundo Thais de Mendonça Jorge (2008, p. 97), “apurar é colher os fatos, juntar todos os dados disponíveis sobre o acontecimento e construir uma

notícia”. O repórter pode ser testemunha ocular do fato (estar presente no ocorrido), ouvir fontes de informação, ou seja, pessoas que estiveram presentes no acontecimento ou consultar documentos, relatórios e pesquisas. Tudo respeitando a premissa de que “a notícia precisará oferecer ao leitor todas as informações válidas” (BONFIM *apud* ERBOLATO, 2008, p. 185).

O compromisso do jornalismo com o público o obriga a informar a verdade, entretanto, em função do atrelamento ao uso de fontes de informação, existe a possibilidade da notícia veicular informações incorretas e/ou falsas. Afinal, as pessoas podem ou não fornecer informações corretas e, como lembra Felipe Pena, um ditado popular pode esclarecer tal síntese: “quem conta um conto aumenta um ponto”. Uma fonte irá fornecer ao jornalista a sua visão do fato com sua subjetividade embutida. Vale dizer que a notícia não permite subjetivações, em suas teorizações, estas são conceituadas como textos objetivos, livres de impressões e sentimentos.

Quando rompido, este dever de divulgar a verdade firmado com a audiência não se restringe a conclusões negativas ou julgamentos tomados pela sociedade com relação a um jornalista. No ato de descumprir este compromisso, o jornalismo, por meio de seu código de ética, está sendo ferido. “O Código de Ética do jornalista fixa as normas a que deverá subordinar-se a atuação do profissional nas suas relações com a comunidade, com as fontes de informação e entre jornalistas” (CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISTA, 2007)

O código, em seu primeiro inciso, “Do direito à informação”, aborda o compromisso com a verdade em dois artigos.

Art. 2 A divulgação da informação, **precisa e correta**, é dever dos meios de comunicação pública, independente da natureza de sua propriedade.

Art. 3 A informação divulgada pelos meios de comunicação pública **pautar-se-á pela real ocorrência dos fatos** e terá por finalidade o interesse social e coletivo. (CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISTA, 2007, grifo nosso)

Tal legislação ainda firma o dever de obediência do jornalista para com o presente código e em seu artigo 7, do inciso II, completa a relação entre veracidade e jornalismo ao dizer que “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” (CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISTA, 2007)

Felipe Pena (2012) faz uma reflexão sobre a importância da ética jornalística que diz respeito à importância da veracidade dos fatos dentro do jornalismo. O autor lembra a publicação de acusações que depois foram desmentidas. Nesses casos, embora a verdade viesse a aparecer posteriormente, a vida dos acusados foi manchada pela mídia. Da mesma forma, a publicação de inverdades poderia beneficiar pessoas. Algo retratado no filme tomado como objeto de estudo da presente pesquisa.

Vale dizer que o Código de Ética aqui citado foi firmado para o jornalismo brasileiro, em 2007, no Congresso Extraordinário dos Jornalistas, em Vitória-ES. Mas há quem tome outra perspectiva com relação à ética e o jornalismo.

Sou jornalista, mas gosto mesmo é de marcenaria. Gosto de fazer móveis, cadeiras e minha ética como marceneiro é igual à minha ética como jornalista – não tenho duas. Não existe uma ética específica do jornalista: sua ética é a mesma do cidadão. Suponho que não se vai esperar que, pelo fato de ser jornalista, o sujeito possa bater carteira e não ir para a cadeia.

Onde entra a ética? O que o jornalista não deve fazer que o cidadão comum não deva fazer? O cidadão não pode trair a palavra dada, não pode abusar da confiança do outro, não pode mentir. (...) O jornalista não tem ética própria. Isso é um mito. A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista. (ABRAMO, 2006, p. 109)

Cláudio Abramo não discorda do poder da imprensa – abordado por Felipe Pena (2012) e por nós – relacionado à ética. O autor não comenta sobre isso, mas se mostra contrário a definição da ética específica para o jornalismo. Ao ponderar que o jornalista não deve mentir, entendemos que Abramo reconhece o quão problemática poderia ser a divulgação de falsas informações através dos meios de comunicação de massa. Nesse outro

enfoque ao tema, permitido pelo pensamento de Abramo, notamos algo em comum com o Código de Ética do jornalista: o compromisso com a verdade. Para ele, o cidadão, assim como o jornalista, não deve mentir. Sendo assim, percebe-se a necessidade da veracidade no relato de um acontecimento constituído nas notícias. Retomando o que diz Erbolato (2008): se o jornal divulgar algo irreal não estará noticiando, mas sim contando história. O poder do jornalismo citado por Pena está notoriamente presente nos estudos sobre comunicação e jornalismo – vale dizer que muitas vezes os dois temas acabam sendo estudados juntos, ou como áreas interdependentes.

É particularmente evidente que o que sabemos sobre numerosos assuntos de interesse público depende enormemente do que nos dizem os veículos de comunicação. Somos sempre influenciados pelo jornalismo e incapazes de evitar esse fenômeno. (RIVERS; SCHRAMM *apud* ERBOLATO, 2008, p. 51)

Essa capacidade de influência, tomada como característica típica dos meios de comunicação e do jornalismo é um dos aspectos que constituem a representação jornalística criada através do filme *Chicago*. Construção feita a partir de cenas que envolvem situações da trama desenvolvida na obra. Tal representação pode ser tomada como uma crítica ao poder de influência dos meios de comunicação perante a sociedade. Assunto que será melhor abordado no último capítulo da presente pesquisa.

Como percebemos, a opinião pública formada sobre determinado assunto é fortemente influenciada pelos veículos de comunicação e o jornalismo. Podemos encontrar uma explicação para a referida força de influência, na essência de uma das várias teorias do jornalismo. Associada à mudança sofrida pelo jornalismo, onde a opinião, a defesa de pontos de vista – ou até mesmo de partidos políticos – e os comentários foram substituídos pelos fatos em si, a Teoria do Espelho aparece para nós como um ponto esclarecedor do poder de formação de opinião pública.

Toda profissão é sobrecarregada de imagens, mas talvez outra não seja tão rodeada de mitos como a do jornalismo. De fato, o poder do mítico tem envolvido a profissão de jornalismo de tal maneira que muitas vezes os jornalistas são apresentados como os Davi da sociedade matando os Goliás – uma forma não menos poética de conceber o jornalismo como um *contra-poder*, como é explicitamente conceituado pelos teóricos da democracia, e o seu produto é apresentado como sendo uma transmissão não expurgada da realidade, um *espelho*. (TRAQUINA, 2005, p. 146, grifo do autor)

A teoria do espelho apresenta os jornalistas como refletores da realidade. A notícia aparece como um espelho que apenas reflete um acontecimento, tal como ocorreu. Isto remete a uma discussão acerca da objetividade no texto jornalístico. Como já dito de forma breve aqui, as notícias devem ser objetivas, porém, é questionável o limite do objetivo dentro do jornalismo. Como fala Genro Filho (1987), existem pressupostos construídos na vida do jornalista que acabam influenciando a construção da notícia. O enfoque dado à notícia, a escolha do tema a ser destacado dentro do texto, por exemplo, são fatores que mostram a existência de reflexões subjetivas. “O material do qual os fatos são constituídos é objetivo, pois existe independente do sujeito. O conceito de fato, porém, implica a percepção social dessa objetividade, ou seja, na significação dessa objetividade pelos sujeitos” (GENRO FILHO, 1987, p. 185).

A figura do jornal como um reflexo da realidade é defendida pelos jornalistas por legitimar e dar credibilidade ao próprio trabalho, assim transformando-os em imparciais (PENA, 2012). Tal rotulação do jornalismo acaba explicando a maleabilidade da sociedade perante os jornalistas, mas como se pode perceber, a primeira teorização feita sobre o tema não é a melhor explicação para o jornalismo. O poder de influência do jornalista ainda pode ser percebido em outra conceituação da atividade jornalística: na teoria do *Newsmaking*.

Para explicarmos este pensamento, partiremos de uma tradução. O termo *newsmaking* vem do inglês, formado pela junção da palavra *news*, que traduzida para português, corresponde a notícia e *making*, que quando traduzida possui o sentido de substantivos como

confeção, construção ou fabricação, por exemplo. Traduzindo a palavra *newsmaking*, teremos algo parecido com “construção de notícias”.

O uso da palavra 'construção' no título desta teoria se dá por dois motivos: o *Newsmaking* mostra como a notícia é construída pelos jornalistas e que o jornalismo não é um reflexo da realidade, mas sim uma forma de auxiliar a construção desta.

A perspectiva da teoria do *newsmaking* é construtivista e rejeita claramente a teoria do espelho. Mas isso não significa considerar as notícias ficcionais, sem correspondência com a realidade exterior. Na verdade, o método construtivista apenas enfatiza o caráter convencional das notícias, admitindo que elas informam e têm referência na realidade. Entretanto, também ajudam a construir essa mesma realidade e possuem uma lógica interna de constituição que influencia todo o processo de construção (PENA, 2012, p. 129).

Ao vermos o arcabouço teórico do *newsmaking*, notamos a crítica sobre a teoria do espelho e ainda percebemos a defesa da presença de elementos de realidade no interior do produto jornalístico. A argumentação existente sobre a relação da realidade e o jornalismo é o que gera certa confiança que os jornais recebem do público. Se não existisse o real, o jornal perderia seu poder de atração, desencadeando na diminuição da sua procura e na minimização dos lucros.

Ainda sob a perspectiva do *newsmaking*, Pereira Junior (2010) fala sobre a relação da realidade e os processos da produção da notícia, que ocorre nas intervenções da empresa jornalística. O autor se guia pelos pensamentos de Mouillaud (2002) para explicar que o acontecimento retratado no texto dos jornais é apenas uma versão do ocorrido que se tornou padrão.

Os acontecimentos são, assim, produtos de estratégias. Aquilo que se considera como o real começa a virar 'fato' ao ser 'enquadrado' por certas convenções e procedimentos. Para 'acontecer', a 'realidade' tem de ser embalada, codificada, alvo de decisões e exclusões, produto de procedimentos e movimentos de todo modo arbitrários. Aprendemos não tudo, mas apenas o que está disponível. (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 25)

Sob o viés do *newsmaking*, Pereira Junior (2010) faz uma espécie de alerta para quem utiliza o serviço noticioso. Expondo o processo de redação da notícia, o autor mostra como o acontecimento jornalístico se baseia no real, mas acaba não sendo o seu reflexo – um dos principais pressupostos desta teoria. Além de demonstrar como a notícia auxilia a construção da realidade, já que esta é uma versão de um ocorrido que ganha maior destaque e significância pela sociedade.

Se o uso da realidade como ponto de partida das notícias ou como um dos aspectos presentes na construção garante uma relação de confiança com o leitor, ouvinte, ou telespectador, a perspectiva construtivista do jornalismo levanta questionamentos acerca desta afirmação. Um exemplo é a discussão acerca da confiabilidade nos depoimentos de fontes noticiosas. Sendo que os relatos feitos pelos jornalistas usam versões de testemunhas dos acontecimentos destacados.

Quando jornalistas falam em realidade, fatos ou acontecimentos, estão na prática falando de 'construção', de reprodução simbólica. Estamos num território em que a certeza dos resultados deixa de ser concreta. Se tudo é versão, como confiar nas evidências relatadas por esse desconhecido chamado repórter, essa entidade, tão demasiado humana, chamada veículo de comunicação? (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 33)

Por não considerar a realidade como o *start* do relato jornalístico, mas sim a percepção do jornalista ao escolher o enfoque a ser dado na construção de uma notícia, Pereira Junior (2010) aponta um momento da história do jornalismo como determinante para a crença de confiança do público com os jornais. O jornalismo teve sua fase de exclusiva manifestação de opinião, defesa ideológica e expressão de falas políticas. Ao deixar de lado essa fase, os jornais deram um grande avanço para a construção da credibilidade. Segundo Pereira Junior (2010), o diretor Samuel Buckley e a editora Elizabeth Mallet, do jornal britânico *Daily Courant*, coordenaram a iniciativa de separar nitidamente, no corpo do jornal, as notícias dos artigos.

O autor lembra, em seu livro “A apuração da notícia”, que até o século XVIII, as notícias eram deixadas em segundo plano nas páginas dos jornais. Vale dizer que como ressalta o autor, os jornais atendiam a necessidade da época. Por isso se configuravam de tal forma.

Essa situação durou enquanto o público que sustentava os veículos era a elite dos núcleos urbanos, que concentrava capital e influência. (...) Vemos Buckley intuir no *Daily Courant* um novo momento para a imprensa, já ancorada na necessidade de construir uma imagem de credibilidade e independência, amparada num certo rigor diante dos fatos. (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 50, grifo do autor.)

Nesse momento, o jornalismo passa a se organizar do modo como o visualizamos atualmente. A opinião deixou de estar em destaque e se torna um complemento dos noticiários.

A opinião da empresa, ademais de se manifestar no conjunto da orientação editorial (seleção, destaque, titulação), aparece oficialmente no *editorial*. A opinião do jornalista, entendido como profissional regularmente assalariado e pertencente aos quadros da empresa, apresenta-se sob a forma de *comentário*, *resenha*, *coluna*, *crônica*, *caricatura* e eventualmente *artigo*. (MARQUES DE MELO, 2003, p. 102, grifo do autor)

Marques de Melo (2003) ainda lembra que a opinião de colaboradores, os quais o autor cita personalidades representativas da sociedade, também aparece nos jornais, na forma de artigo. O pensamento de jornalistas e demais pessoas que ganham espaço nas páginas dos jornalísticos aparece para a formação de opinião pública embasada na ideia de pessoal especializado, com conhecimento.

Na atualidade, em que os jornais se organizam como empresa, com vários funcionários que compõem uma hierarquia, um consenso que representa a opinião da entidade é emitido no editorial. Marques de Melo (2003, p. 103) conceitua o editorial como “gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento.” Além de informar, relatando os mais recentes acontecimentos, o jornalismo também opina, porém, de forma separada. Tal separação é clara. E por conta dela, em parceria com a

discutível objetividade jornalística, Pereira Junior (2010) acredita na formação da credibilidade do jornalismo.

O assunto abordado em um editorial é geralmente algo que repercute em determinado momento, tema o qual o jornal discorre na edição. A escolha dos acontecimentos a serem estampados nos jornais também é tema de discussão na perspectiva do *newsmaking*. Analisando a notícia como uma construção social, a noticiabilidade aparece mais uma vez em destaque.

A noticiabilidade é um conjunto de regras práticas que abrange um corpus de conhecimento profissional que, implícita e explicitamente, justifica os procedimentos operacionais e editoriais dos órgãos de comunicação em sua transformação dos acontecimentos em narrativas jornalísticas. Reúne o conjunto de qualidades que permite uma construção narrativa jornalística e que os recomendam enquanto informação jornalística. (HOHLFELDT, 2001, p. 209, grifo do autor.)

A noticiabilidade aparece sempre relacionada aos inúmeros valores-notícias e é sob o olhar do *newsmaking* que esta acaba surgindo e sendo largamente explorada. Hohlfeldt (2001) ainda lembra, que nesta teoria que explora os processos de produção da notícia, as relações entre jornalistas e fontes primárias de informação também são observadas, afinal, é por meio delas que são conseguidas informações para o relato jornalístico. O autor explica como a relação entre jornalista e fonte pode ser uma dicotomia. Ao mesmo tempo em que o repórter possui o contato de um informante que sempre lhe ajude com informações novas e de relevância, sua fonte pode acabar implantando informação que lhe convenha, que possa trazer benefícios a si, mas que não sejam válidas.

Há um perigoso e evidente relacionamento entre fontes e jornalistas que tem sido motivo de debates, sobretudo no campo da ética profissional. Nem por isso tem sido diminuída a relação entre tais profissionais ou organismos e tais fontes, até porque é através delas, sobretudo, que flui o maior conjunto e informações do jornalismo internacional. O risco de se dar vazão ao boato ou à informação plantada é enorme, mas tais riscos fazem parte, naturalmente, do próprio fluxo informacional característico do processo da informação jornalística. (HOHLFELDT, 2001, p. 217)

O apontamento de Hohlfeldt abre espaço para uma ponderação de Pereira Junior (2010): trabalhar mal é ser antiético dentro do campo jornalístico, ou seja, apurar mal é ferir a ética profissional do jornalista. Embora Hohlfeldt coloque a relação entre fontes e repórteres como perigosa, ele alerta que o profissional do jornalismo deve mostrar desconfiança para com seu informante. Para o autor, esta teoria se faz importante por mostrar o modo como flui a informação desde sua fonte primária, passando pelo jornalista – mediador – e o receptor final.

Para continuar a se entender o fluxo informacional, se faz interessante a observação de alguns pensamentos acerca dos meios de comunicação de massa – ambiente por onde circula o jornalismo. Como já dito aqui, os estudos do jornalismo demonstram estreita relação com os estudos da comunicação de massa. Atentar-se à hipótese de agenda ou agenda *setting* – também conhecida como teoria do agendamento – se torna útil para retomarmos a discussão sobre o poder do jornalismo.

Embasado nos estudos de McCombs, pai deste pensamento, Hohlfeldt (2001) aponta três sentenças como pressupostos da teoria do agendamento: a) o fluxo contínuo de informação; b) a influência dos meios de comunicação se dá a médio e longo prazo; c) o fato de os meios de comunicação não serem capazes de impor o quê pensar, mas sim influenciar sobre o quê pensar.

O primeiro argumento diz respeito à excessiva exposição de informações feita pelos meios de comunicação. Isso gera o que McCombs chama “efeito enciclopédia”. Condição da audiência de involuntariamente ou voluntariamente armazenar de forma imperceptível um grande número de informações. O segundo diz que com maior espaço de tempo é que se observam de melhor forma os efeitos dos meios de comunicação de massa. Enquanto o terceiro explica que com o passar do tempo, um assunto abordado pela mídia acaba sendo

também tema das conversas da audiência. Assim, a teoria, ou hipótese (HOHLFELDT, 2001), busca demonstrar a capacidade de agendar, pautar e influenciar as relações do dia-a-dia de seu público.

Assim, numa sociedade urbana complexa, temos necessidade da mediação dos meios de comunicação: não podemos ser testemunhas oculares das decisões do Palácio do Planalto ou do Congresso Nacional, ainda que, eventualmente, numa pequena comunidade, possamos assistir a uma reunião que culmine em determinada decisão por parte do prefeito, chefe do Executivo municipal daquela comuna (...) (HOHLFELDT, 2001, p. 193)

O agendamento mostra que de forma imperceptível somos influenciados pelos meios de comunicação por onde circulam as narrativas jornalísticas e que embora possam existir aversões, existe uma necessidade da audiência em acompanhar os meios de comunicação. Este poder de pautar a sociedade é possível por fatores como a capacidade da mídia em dar relevância a um único fato; a capacidade dos meios de comunicação em centralizar algo como importante; e a forma de enfocar determinado assunto, de modo a seduzir a audiência.

Entre os modos de abordar um determinado acontecimento, atualmente, se destacam a espetacularização e o entretenimento feito por jornalistas e meios de comunicação. Agendando um assunto, o jornalismo acaba formando um espetáculo em torno dele, fazendo com que o assunto repercuta muito mais do que o necessário. Em tempos capitalistas, o jornalismo precisa ser consumido e para tanto precisa ser atraente. Embasado no imaginário coletivo, que se interessa pelo pessoal, o redirecionamento de um acontecimento para a vida de pessoa de importância para o fato acaba se tornando algo comum. **“A mídia produz celebridades para poder realimentar-se delas a cada instante em um movimento cíclico e ininterrupto”** (PENA, 2012, p. 88, grifo do autor). Qualquer acontecimento pode acabar sendo personificado, lembra o autor: “E mesmo quando há assassinatos ou graves acidentes, o assunto principal é sempre a celebridade ou o candidato ao estrelato, que, inclusive, pode ser o próprio assassino ou um outro delinquente qualquer” (PENA, 2012, p. 88). Isso implica na constatação de Marcondes Filho (1988) de que a notícia, vista como uma informação

transformada em mercadoria, utiliza todos os possíveis artifícios para ser vendável. Apelando de forma estética, emocional e sensacionalista.

Tal prática jornalística é retratada no filme *Chicago*, objeto de estudo da presente pesquisa. E esta característica dos jornais acaba, de certa forma, influenciando o desfecho da história, exaltando o poder dos meios de comunicação e o jornalismo discutido neste trabalho. Ser pautado pela mídia acarreta consequências que podem ser, na maioria, favoráveis em vez de adversas.

Em meio a tantas discussões sobre o jornalismo, é certo que este se constitui como uma forma de produção de conhecimento, como aponta Genro Filho (1987). A notícia – que é o seu produto principal – é fabricado para atender a necessidades sociais. Os seres humanos possuem uma necessidade cognitiva que “refere-se à aquisição e reforço de conhecimentos e de compreensão. Está relacionada à busca de informações, conhecimento, como forma de precaução no sentido de se manter atento a tudo que acontece ao seu redor” (GUREVITCH *et. al.*, 1973 apud AMBRÓSIO *et. al.* 2013, p. 4). Para atender esta necessidade, aparece o jornalismo difuso nos meios de comunicação.

O conhecimento produzido pelo jornalismo é construído a partir diversas operações comuns à cultura jornalística, como mostra a teoria do *newsmaking*. Embasado em suas práticas, o jornalista elabora a notícia que busca atender a sociedade. O produto jornalístico possui características como atualidade, a discutida objetividade e o real. Após todos os anos de sua existência, o jornalismo conquistou um status de credibilidade perante o público através da propagação de uma versão de acontecimentos que se faz válida e comprovável. Ao dizer que destaca o fato, o jornal assume um compromisso ético com a verdade e com seu público. Pacto que, como diz Abramo (2006), é o mesmo pressuposto ético que qualquer cidadão deve ter.

Embora esteja ligado ao capitalismo e seu surgimento e desenvolvimento estejam atrelados a isso, o jornalismo possui sua autonomia e aparece como importante ferramenta para a sociedade (GENRO FILHO, 1987). Os meios de comunicação têm como algumas de suas funções, alertar sobre perigos imprevistos e fornecer instrumentos para a manutenção da normalidade social (WRIGHT, 1974 apud AMBRÓSIO et. al. 2013, p. 3). Tal atribuição da mídia só consegue ser realizada através do trabalho de jornalistas.

O respaldo socialmente atribuído ao jornalismo, segundo Stella Senra (1997), é um dos vários motivadores da aparição de jornalistas no cinema. Como discutiremos melhor no próximo capítulo, até os cineastas procuram se aproveitar da credibilidade dos jornais em suas produções, tentando configurar suas histórias como algo verossímil em função das características do jornalismo.

3 O CINEMA COMO CONSTRUTOR DA IMAGEM DO JORNALISTA

Como dito no capítulo anterior, ao longo dos anos, o jornalista passou a ser retratado nas telas do cinema. No tocante aos estudos sobre a relação entre Jornalismo e Cinema, destacam-se duas iniciativas: os livros *O Último jornalista: imagens de cinema*, de Stella Senra, e *Jornalismo no Cinema*, organizado por Christa Berger.

O trabalho de Senra (1997) é pioneiro e serve como referência para muitos trabalhos que abordam a temática e foram desenvolvidos posteriormente - inclusive, o liderado por Berger (2002). Stella Senra faz algumas discussões sobre o jornalismo e, posteriormente, aborda como o jornalismo é retratado através da chamada Sétima Arte. A autora destaca que não traça um perfil histórico do tema, mas mostra aspectos presentes na imagem do jornalista construída pelo cinema.

Jornalismo no Cinema, por sua vez, é um livro fruto da pesquisa *O Ofício do Jornalista: da sala de redação à tela de cinema*, desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Christa Berger é a organizadora da obra que conta com 16 artigos - dois de sua autoria - escritos por integrantes da referida pesquisa.

3.1 Representações, cinema e jornalismo

Nas duas obras, fica evidente que o cinema contribui para a formação de imagens e representações do jornalismo. O termo 'representação' pode ser configurado como uma série de elementos utilizados para se trazer algo à mente, substituindo um objeto original que, então, passa a ser representado. Segundo Soares (2007, p. 50), Quintiliano foi o primeiro estudioso a trabalhar com este conceito e o atribuía o sentido de ilustração vívida, "instrumento da boa retórica, pela qual é como se o orador pintasse um quadro claro e

convincente do assunto, falando de forma a trazer à imaginação dos ouvintes uma imagem anterior, re-apresentando-a às suas mentes".

Esta visão do jornalismo engendrada pelo cinema e que se difunde no imaginário coletivo pode ser considerada uma representação social. Segundo Sêga (2000), as Representações Sociais (RS) são uma forma de interpretação e de pensamento sobre a realidade cotidiana. Moscovici (1981, p. 181) - um dos principais autores que trabalham o conceito - a define como "um conjunto de conceitos, proposições e explicações originado na vida cotidiana no curso de comunicações interpessoais".

De acordo com Soares (2009, p. 48), durante o século XIX, o estudo das representações adquiriu novo viés. Abordando "não os processos de formação dos conceitos no interior da mente, mas o papel das estruturas sociais e conjunturas históricas na constituição das representações". Desde então, a interação social e a coletividade figuram na análise das representações. Émile Durkheim desenvolve o conceito de Representações Coletivas, posteriormente, estudado por Moscovici que desenvolveu o termo Representações Sociais.

A imagem do jornalista partilhada através do cinema é fruto de concepções sociais e ao contaminar as conversações passa a ser uma crença social. De Rosa (1994 *apud* Oliveira; Werba, 1998, p. 105), em nível fenomenológico, considera as RS como "saberes do senso comum que se legitimam na conversação interpessoal". Soares (2007) pondera que, com o advento dos meios audiovisuais, as representações passaram a se propagar por meio de encenações mediáticas que deixam argumentos implícitos nas imagens das narrativas, suavizando-se na percepção humana através do registro fotográfico acompanhado de movimento e outros recursos do cinema, por exemplo.

Na ficção das produções cinematográficas, o jornalismo, seus profissionais e sua prática real são substituídos por personagens e encenações que os representam, buscando trazer ao espectador a sensação de lembrança da realidade. Desse modo, Senra (1997) destaca o poder dos filmes em construir imagens, seja do jornalista como de outros profissionais.

(...) a capacidade do cinema de criar imagens com existência autônoma e de poder registrá-las, reproduzi-las e conservá-las, confere a esta forma de representação um poder inusitado: o de gerar e manter vivas todas as suas construções, até mesmo aquelas cuja correspondência com as figuras da prática cotidiana o tempo já se encarregou de anular. (SENRA, 1997, p. 13)

A imagem formulada por meio dos filmes é recebida e absorvida pela sociedade formando assim uma visão de mundo sobre um determinado objeto representado. As imagens de profissionais fomentadas pelo cinema contam com traços originais de atuação profissional, mas também possuem edições e construções desenvolvidas pelo interesse cinematográfico. Ou seja, a Sétima Arte pode formar figuras emblemáticas de profissionais como bem entende e quer, prendendo-se ou não ao real (SENRA, 1997).

O cinema aparece então como emissor de representações sociais que foram geradas a partir da observação das atividades jornalísticas e também como um criador de representações ao lançar o seu senso comum através das intervenções do cineasta.

Por meio da observação dos estudos acerca do cinema, percebemos a presença de discussões sobre o modo como a representação do real em uma produção cinematográfica pode ser verossímil ou não. Segundo França (2002), os teóricos que se empenharam em estudar o cinema - enviesados pelo formalismo russo - criaram uma teoria formativa da Sétima Arte. Neste enfoque:

(...) quando da representação das coisas do mundo na obra, dever-se-ia fazer intervir na maneira de representar os objetos (na técnica) um certo grau de distorção que dotasse a representação de uma forma 'desviante', estranha,

distorcida, em comparação ao objeto do mundo que a inspira. (FRANÇA, 2002, p. 18)

A teoria formativa do cinema sugeria que a representação do mundo real provocasse uma "desfamiliarização". O que André França (2002, p. 19) define como um "exagero consciente no momento de representar um objeto da realidade".

Rudolf Arnheim, um dos teóricos da corrente formativa, acredita que os filmes não são retratos fiéis à realidade, mas versões deformadas do real (FRANÇA, 2002). O cinema seria então "uma ilusão mais que perfeita da realidade" (ARNHEIM, 1932 *apud* ANDREW, 1989, p. 38).

Para Arnheim, a produção artística é um jogo de via dupla que se processa entre o artista e o mundo. O artista recebe do mundo diversos estímulos que percebe como objetos e eventos e, por sua vez, constrói ele próprio objetos (artísticos) que lança ao mundo. Esta obra expressará características do artista e do mundo, estas últimas, eventualmente, difíceis de serem percebidas de outra maneira, pois que são a contribuição pessoal da percepção do artista. O processo se resume então a um jogo ou circuito mental, entre o artista e o mundo. (FRANÇA, 2002, p. 26)

Também filiado à teoria formativa do cinema, Béla Balázs considera o assunto fílmico como matéria-prima das produções cinematográficas. A essência dos filmes seria, então, um tema a ser recolhido no mundo capaz de sofrer as intervenções oriundas das técnicas do cinema. Ressaltamos que, para o autor, apesar de a origem de um filme ser colhido do cotidiano real, este, por sua vez, não tem a intenção de produzir material preso integralmente à realidade. Balázs, no entanto, limita a distorção que o cinema pode promover sobre o real. Segundo o teórico, as intervenções "deveriam ser realizadas contra um determinado fundo 'naturalista', no qual poderiam ser situadas e ainda reconhecidas" (BALÁZS, 1952 *apud* FRANÇA, 2002, p. 34). Sendo assim, para Balázs, distorções descontextualizadas não deveriam ser desenvolvidas.

Contra-pondo-se à teoria formativa do cinema, surgem os estudos realistas. Os pensadores filiados a este pensamento buscam agregar maior valor na relação entre as produções cinematográficas e o mundo real. Siegfried Kracauer atribuiu sentido realista ao cinema por conta de sua concepção de fotografia. Para o autor, um dos principais da teoria realista cinematográfica, a fotografia pode e deve servir a realidade. Desse modo, o cinema, enquanto um herdeiro e/ou filho da fotografia, também deveria desempenhar papel semelhante (ANDREW, 1989; FRANÇA, 2002).

O objetivo do cinema, segundo Kracauer, era possibilitar ao homem uma resintonização com a realidade. Na visão do autor, os filmes são capazes de chamar a atenção do espectador para as situações do cotidiano real, permitindo o diálogo entre as coisas mundanas e as pessoas (ANDREW, 1989; FRANÇA, 2002).

De acordo com França (2002), André Bazin, outro teórico realista, concebia o cinema como um produtor de desenhos da realidade, sendo ele um meio capaz de transformar a realidade empírica em verdade ou eficaz em fazer com que o próprio mundo exponha sua verdade. Bazin acredita que o cinema é um novo sentido ao homem, pelo qual a realidade poderia ser percebida e descoberta de um novo modo, com uma forma exclusiva das produções cinematográficas, impossível de ser encontrada em outros meios.

A tela do cinema, segundo Bazin (*apud* ANDREW, 1989; FRANÇA, 2002) é uma máscara que exhibe uma parte da realidade. Esta máscara não desconsidera a existência de outros elementos do mundo real que não estão inseridos nela. Assim, Bazin conclui que a intervenção de um cineasta em uma obra deveria se caracterizar pelo recorte de realidade feito por ele e não pela sua transformação no real.

Discorrendo superficialmente sobre o arcabouço teórico do cinema, pretendemos averiguar de que forma a representação da realidade é concebida nas produções cinematográficas, tendo em vista nosso objetivo de verificar o modo com que a prática jornalística é representada no filme *Chicago* (2002). Assim, contemplaremos também em nosso trabalho a validade de nosso objeto de estudo perante os estudos acerca do cinema diante dos objetivos e características atribuídas aos filmes.

Além das correntes teóricas já apresentadas no presente trabalho, André França (2002) denomina como teoria compreensiva do cinema alguns trabalhos recentes que visam teorizar a sétima arte. Jean Mitry (1963) é autor de um destes estudos e pondera que o cinema trabalha com imagens que fornecem percepções imediatas do mundo, existindo ao lado do mundo por ele representado. Mitry também destaca que a imagem reproduzida pelo cinema é escolhida propositalmente por um cineasta que a atribui sentido e a oferece ao espectador como sua visão de mundo. (FRANÇA, 2002).

Embora cada teoria do cinema atribua diferentes significações à representação do real, encontramos como algo em comum nas ponderações aqui apresentadas: o destaque à manipulação do cineasta na produção da representação. Soares (2007, p. 51) destaca que "as intervenções invisíveis do autor de um texto são potencialmente capazes de influenciar de maneira sutil as percepções sobre pessoas, gêneros, grupos sociais e categorias, contribuindo, como dissemos, para o estabelecimento ou confirmação de estereótipos".

Stella Senra (1997) considera alguns atributos que o cinema incorpora na figura do jornalista como estereótipos. Baptista e Walter (2007), falam que os estereótipos sempre aparecem relacionados a concepções negativas e elaborações referentes a um tema, pessoa ou grupo, porém, a literatura sobre o conceito revela algo diferente. Apoiado no pensamento de

McGarty, Yzerbyt e Spears (2002), as autoras apontam os estereótipos como percepções de grupos acerca de outros grupos. Formulados, os estereótipos passam então a influenciar as atitudes de uma coligação, compondo seu conjunto de visões, interferindo positiva ou negativamente na recepção de não membros do grupo. Existem ainda outras tantas definições como, por exemplo:

(...) compreender os estereótipos como um conjunto de crenças, de conceitos inter-relacionados que informam as percepções de membros de um certo grupo; ou ainda com a representação específica de um grupo particular em um determinado tempo. (MCGARTY; YZERBYT; SPEARS *apud* BAPTISTA; WALTER, 2007, p. 28)

Podemos ainda considerar estereótipos como representações sociais que se fortalecem no sentido de estabelecer diferenças entre grupos e não tantas outras possíveis visões de mundo. Já que Brown e Turner (2002 *apud* BAPTISTA; WALTER, 2007) falam que os estereótipos são uma categorização inicialmente baseada na percepção de diferenças.

Em *O Último jornalista: imagens de cinema*, Senra não realiza nenhuma discussão teórica sobre o conceito 'estereótipo', mas adota o termo quando passa a descrever elementos inseridos na figura do jornalista apresentada pelo cinema.

Senra acerta ao usar tal conceito já que os estereótipos podem não apontar algo real (BROW; TURNER, 2002 *apud* BAPTISTA; WALTER, 2007) e como a autora pondera, "o filme de jornalista não constitui por sua vez um mero reflexo da realidade cotidiana dos jornais" (SENRA, 1997, p. 45). Assim como, no caso em questão, o uso do termo 'estereótipo' está adequado por se tratar da percepção do 'grupo cinema' constituída sobre o clã dos jornalistas.

3.2 O jornalismo representado no cinema

Jornalismo no Cinema aponta a existência de 785 filmes que fazem referência ao jornalismo e suas práticas. Sendo que 668 destes estão disponibilizados no Brasil. Stella Senra (1997) reconhece o cinema norte-americano como grande utilizador do jornalista como personagem. Assim como Christa Berger (2002), a autora avalia as obras cinematográficas estadunidenses como as que melhor exploram o jornalismo e seu cotidiano. No livro organizado por Berger, fica constatada numericamente a superioridade estadunidense no que se refere à produção de filmes sobre o jornalismo.

Dos 785 filmes, 536 foram produzidos nos Estados Unidos, 44 no Brasil, 33 na Inglaterra, 27 na Itália, 19 na França e muitos filmes europeus foram realizados em coprodução. É importante lembrar que as principais fontes foram brasileiras, o que, sem dúvida, condiciona o resultado, ainda que a supremacia dos filmes norte-americanos desta temática seja apontada e confirmada pela biografia consultada. (BERGER, 2002, p. 7)

O apontamento quantitativo da pesquisa de Berger levanta um questionamento: quais obras podem ser consideradas como filme sobre o jornalismo? O método utilizado pelos pesquisadores foi o "de incluir todos os, a partir da identificação, nas sinopses, das palavras-chave referentes ao exercício da profissão - jornalismo, jornalista, repórter, jornal, sala de redação, cobertura jornalística, emissora de rádio, emissora de tevê (...)" (BERGER, 2007, p. 8). Assim, acreditava-se que as palavras-chave serviriam como indicadores da presença do tema. As narrativas centradas nas redações de jornais consagram um gênero de filmes conhecido como *newspapers movies* - em uma tradução livre: filmes de jornalismo. Desta forma, observamos que *Chicago* não pode ser classificado como um dos filmes que entram na lista de Christa Berger (2002). Isto ocorre porque a sinopse de nosso objeto de estudo não faz menção a nenhuma palavra que remeta ao jornalismo. Além disso, *Chicago* foi lançado em 2002, ou seja, dois anos após o encerramento da pesquisa coordenada por Berger.

Consultando o arcabouço teórico da temática, nota-se que várias são as razões apontadas sobre o interesse do cinema pelo jornalista como um personagem, seja como protagonista ou um integrante secundário da história. Stella Senra (1997) se prende a elencar razões para a afinidade do cinema com o jornalista a partir de inter-relações entre os dois grandes meios. A autora acredita na "permeabilidade" existente entre o texto jornalístico e a narrativa cinematográfica. Para Senra (1997), o relato dos jornais e a história presente nos filmes se desenvolveram tecnológica e metodologicamente para alcançar a transparência. No jornalismo, obtida com a afirmação da objetividade. No cinema, conquistada com a insistência na verossimilhança das imagens.

Senra (1997) fala que o jornalista pode aparecer no cinema para conferir veracidade às suas imagens. Já que existe socialmente difundida a crença da objetividade jornalística - tema já discutido no primeiro capítulo do presente trabalho. A autora ainda fala que o trabalho do jornalista se encaixa perfeitamente no perfil narrativo cinematográfico, pois o cinema trabalha com narrações individualizadas em torno da ação com essência casual. Acompanhar a apuração de um fato, desde a escolha de uma pauta até a obtenção das informações rende ao cinema excelente história, onde o desfecho culmina com a revelação da verdade após uma investigação. Formando um "procedimento que o obriga, muito ao gosto do cinema, a iluminar os picos da ação, a destacar os dados mais importantes, e a deixar na sombra os elementos secundários" (SENRA, 1997, p. 41).

Com esta citação, elucida-se outro aspecto da permeabilidade existente entre jornalismo e cinema: a semelhança entre os produtos dos dois meios de comunicação. Se o cinema trabalha com seleção de dados mais importantes para a qualificação das narrativas, o jornalismo trabalha com o recorte de informações com maior importância na construção de seu texto por meio da técnica da Pirâmide Invertida (SENRA, 1997). Procedimento onde o

jornalista seleciona os dados de modo com que o texto seja construído em uma ordem decrescente de importância das informações.

Senra conclui que o cinema aproveita o "comércio de sentimentos" produzido pelo jornalismo, "pois se o leitor 'acredita' no jornalista porque este detém o crédito das suas emoções, não será difícil transferir para a sua personagem a mesma devoção que o público sempre manifestou em relação às figuras da ficção" (SENRA, 1997, p. 44). Neste sentido, "a vida dos jornais tem de ser estilizada e simplificada de modo a atender às expectativas do público e às regras dos gêneros" (GOOD, 1989 *apud* SENRA, 1997) - no caso, o *newspapers movies*.

Christa Berger (2002), diferentemente de Stella Senra, não se fixa em uma permeabilidade do jornalismo com o cinema para elencar explicações acerca da atração do cinema pelo jornalista. Berger cita o glamour da mídia como primeira possível elucidação. A autora se apoia na ideia de Senra (1997) de que o próprio jornalista contribuía para a formação de uma opinião pública voltada para o repórter sendo uma profissão romântica, de arrojo e envolvida com o perigo.

Berger fala que o ofício jornalístico suscita a curiosidade da população pelo fato do jornalista ser um "narrador da história viva, o que tem o controle da realidade, o primeiro a deter a informação" (BERGER, 2002, p. 16). A autora diz que o principal anseio da sociedade é saber como é ter contato direto com um fato - como muitas vezes o jornalista tem - sem uma mediação de terceiros. Neste caso, Christa Berger fala que:

Esta é mais uma das tantas razões que explica a quantidade de filmes sobre jornalismo: eles contam histórias acontecidas e, ao mesmo tempo, contam o processo de como os jornalistas chegam aos acontecimentos e de como estes são transformados em notícia. Todos conhecemos os acontecimentos através da mídia, com os filmes sobre jornalismo, sabemos também de como os acontecimentos tornaram-se notícia. Os filmes de jornalismo não deixam de ter um caráter de 'documentário dos bastidores'. (BERGER, 2007, p. 16)

Ilustrando as ponderações de Senra (1997) e Berger (2002), podemos citar, como exemplo, o filme *All the President's Men* (no Brasil lançado com o nome: *Todos os Homens do Presidente*), de 1976, dirigido por Alan Pakula.

All the President's Men narra uma investigação jornalística iniciada por Bob Woodward (interpretado por Robert Redford), repórter do *Washington Post*, que culminou com a queda do presidente estadunidense Richard Nixon. As imagens do filme mostram todo o trabalho que Bob e Carl Bernstein (Dustin Hoffman) tiveram apurando o famoso caso Watergate, como ficou popularmente conhecida a invasão de cinco homens à sede do Partido Democrata. Conflitos típicos das redações, como discussões hierárquicas, também ganham espaço na película.

O filme mostra os bastidores do trabalho do jornalista, retratando o cotidiano de repórteres, editores e chefes de redações, como diz Berger (2002) a despeito do desenvolvimento de filmes sobre jornalismo. Assim como exemplifica a constatação de Senra (1997) de que as narrativas sobre o ofício jornalístico se encaixam perfeitamente com o ritmo das histórias contadas em produções cinematográficas. A narrativa termina com um grande final, um desfecho que, nos casos, são o resultado do empenho dos jornalistas: a consequência das matérias produzidas.

Na obra *O Último Jornalista: imagens de cinema*, Stella Senra (1997) fala que o primeiro filme de jornalista a ser produzido é *The Power of the Press*, de 1909, dirigido por Van Dyke Brook. Desde então, surgem traços que integram e marcam a imagem do jornalista formulada pelo cinema.

Stella Senra (1997) trata o assunto abordando estereótipos dos jornalistas construídos pelo cinema. Mercenário, cínico, alcoólatra, ignorante, dedicado e humano são alguns dos adjetivos que Senra sugere à imagem dos repórteres a partir dos *newspapers movies*. A autora aponta o mercenarismo como o primeiro deles. "(...) como um mercenário, que só trabalha por dinheiro, sem instrução mas orgulhoso da sua ignorância, em geral bêbado e também orgulhoso do seu alcoolismo" (SCHUDSON, 1978 *apud* SENRA, 1997, p. 46). Senra fala que o mercenarismo surgiu pelo fato do jornalista ser um profissional mal remunerado. O apontamento de Schudson acerca da ignorância, segundo ela, se deve à "baixa extração social dos primeiros profissionais de imprensa e na ausência da exigência de qualquer formação prévia para o exercício do jornalismo" (SENRA, 1997, p. 47).

O cinismo é outro estereótipo elencado por Senra. Ele atua como uma defesa do jornalista para a realidade. O jornalista é cínico por conhecer a verdade e isto está presente em seus traços como uma oposição às demais pessoas que não sabem o que realmente acontece e tomam como verdadeiras as aparências. (SCHUDSON, 1978 *apud* SENRA, 1997). Para Senra, o cinismo está associado ao conhecimento que o jornalista possui sobre o funcionamento, uso e abuso do poder da imprensa.

A relação entre o jornalista e o álcool aparece como um marco da filiação do jornalismo com o ambiente masculino e também como uma forma de amortecer a rusticidade de seu trabalho. Senra (1997) fala que o universo do jornalista sempre foi relacionado ao masculino, por conta das desgastantes rotinas de trabalho, dos riscos que a profissão poderia exercer em determinadas situações e da diversidade de meios sociais visitados pelos profissionais. *Good Night, and Good Luck (Boa Noite e Boa Sorte)*, de 2005, dirigido por George Clooney, deixa à mostra o encontro entre álcool e jornalistas. Por diversas cenas, a equipe de produção de um programa jornalístico aparece em bares, bebendo e comemorando resultados do trabalho, pensando em próximas pautas ou, simplesmente, bebendo pelo gosto.

Assim como formam impressões negativas, aspectos positivos podem ser incorporados a visão do cinema sobre o jornalista. Stella Senra (1997) fala que a ganância pelo dinheiro, acoplada ao estereótipo do jornalista como um mercenário, pode ser tomada como algo comum, pois quando esta representação se propaga, o capitalismo estava em progresso, conseqüentemente o interesse em dinheiro seria algo natural para toda a sociedade. De mesmo modo, Senra sugere que a ignorância do jornalista seja tomada como algo positivo por representar a ausência de subjetividades necessária no trabalho jornalístico, que deve ser objetivo e imparcial.

O fato de ser mal remunerado acabou fomentando um aspecto positivo para a figura do jornalista: "a do jornalista romântico, idealista, dedicado ao trabalho em benefício da coletividade, apesar da pouca compensação econômica" (SENRA, 1997, p. 47).

A explicitação das contradições existentes na organização da empresa jornalística também contribui para a criação de uma imagem positiva do jornalista.

(...) o conflito entre editor e repórter destacaria outras qualidades deste último, revelando-o como um ser generoso, que briga para revelar o que o outro quer esconder, criativo e saudavelmente rebelde (em geral está enfrentando a autoridade em benefício do leitor) - além de retomar em escala menor o conflito clássico do indivíduo com as instituições, no qual o porte, a impessoalidade e o abuso de poder por estas últimas viriam a ressaltar ainda mais a qualidade humana daquele que a elas se opõe. (SENRA, 1997, p. 50)

Neste sentido, *All the President's Men*, citado anteriormente, serve como forma de visualização prática do apontamento de Senra. Na trama, repórteres discutem com seus editores o aceite da execução de pautas e a exibição de matérias feitas por eles.

Mad City (no Brasil lançado como *O Quarto Poder*), de 1997, dirigido por Costa-Gavras, tem em seu começo uma breve discussão entre o repórter Brackett (Dustin Hoffman) e seu editor para a continuidade de uma investigação e a exibição de uma tentativa de entrevista que ele fez com um político acusado de corrupção que se recusou a falar. Esta

pequena cena não é a história principal do filme. A narrativa busca mostrar como Brackett, um repórter que já foi um respeitado profissional, mas, se encontra em baixa tenta se promover quando se depara com uma história que lhe rende excelente pauta para o sensacionalismo.

Outra questão discutida por Senra (1997) também pode ser exemplificada em *Mad City*: o desejo de crescimento e promoção profissional dos jornalistas. O "ímpeto profissional atende muito mais a uma inclinação pessoal, ao desejo de realização profissional, do que ao intuito de servir à comunidade" (SENRA, 1997, P. 71). Assinar matérias, no caso de jornais e revistas, ou a imagem veiculada na televisão é desejo de muitos jornalistas.

Esta mística da profissão é também trabalhada em *All the President's Men*, mas um filme que trabalha claramente o desejo de ascensão do jornalista é *Ace in the Hole* (*A Montanha dos Sete Abutres*), de 1951, dirigido por Billy Wilder. O filme também mostra um repórter fracassado, Charles Tatum (Kirk Douglas) em busca de sucesso novamente. Na narrativa, Tatum se depara com uma boa história e faz de tudo para se promover em função da pauta.

Segundo Berger (2002, p. 8), os filmes, "com diferentes intensidades, contribuem para a fixação do 'tipo ideal' de jornalista". A autora fala que além dos estereótipos citados por Senra (1997) e Schudson (1978), outras características estão presentes na figura do jornalista que permeia o imaginário social. O jornalismo também está associado à investigação, à aventura, à independência e ao arrojo.

Segundo Berger (2002), a primeira definição do jornalista ideal feita pelo cinema o coloca como herói. A profissão aparece exaltada em seus diversos meios de atuação, mas a heroicização também pode ocorrer em sentido contrário. O repórter aparece muitas vezes perseguindo criminosos, porém, muitas vezes, é apresentado manipulando fatos. Para o bem,

o jornalista muitas vezes figura disputando espaço com policiais na solução de crimes, tentando descobrir quem é o responsável por um crime. Para o mal, ele aparece associado aos criminosos.

No que tange a aparência física do jornalista, Berger (2002) fala que este é geralmente tratado como alguém desleixado pessoalmente. Esta figura muda quando os filmes tratam-se do telejornalismo, onde eles passam a ideia de que é necessário beleza e uma boa aparência para o trabalho frente as câmeras. Berger também fala que os jornalistas de cinema aparecem sempre sem laços familiares ou com problemas na família, além de não possuírem passado. A vida do jornalista é toda dedicada ao trabalho.

Os *newspapers movies* também contam as mudanças tecnológicas que a profissão sofreu. Com o telejornalismo, além dos profissionais, que aparecem com outras características, já valorizando a imagem física e aparência, a sala de redação muda sua essência. As máquinas de escrever são substituídas pelos computadores, câmeras e outros equipamentos. O álcool, comum nas antigas redações, perde espaço com a inserção do jornalismo na televisão (BERGER, 2002). Outra mudança na profissão apresentada pelo cinema é o início da atuação do jornalista como assessor. Christa Berger cita, como exemplo, *Primary Colors* (no Brasil: *Segredos do Poder*), de 1998, dirigido por Mike Nichols.

Nestes filmes, o jornalismo se confronta com as características oferecidas até então, como 'imagem de jornalista' e que povoam nosso imaginário: de aliado dos fracos, desbravador e aventureiro, investigador sem limite na busca por desvendar a verdade; passa a ser aliado dos poderosos preocupado com a veracidade dos fatos produzidos. (BERGER, 2002, pp. 36-7)

Críticas ao jornalismo também são feitas nos filmes. Nosso objeto de estudo - o filme *Chicago* - serve de exemplo para esta afirmação. Porém, sua criticidade se dá de forma diferente das que a antecedem. Berger (2002) diz que as críticas, geralmente, buscam o comportamento de proprietários de jornais ou jornalistas que desejam o lucro de qualquer maneira e tratam matérias de forma sensacionalista. Existe ainda espaço para a discussão

sobre a intervenção do jornalista na construção de um fato e sobre casos em que afirmações são feitas sem a devida comprovação - principal crítica feita em *Chicago*. Algumas críticas se destinam à mídia em geral por conta da sobreposição do entretenimento à informação. Neste caso, Berger (2002) fala que os *newspapers movies* passam a ser "*mídia movie*".

Tanto Berger (2002) como Senra (1997) falam que nem sempre os filmes que abordam o jornalismo são baseados em fatos reais, isso de deve à adequação do personagem aos moldes do cinema. No entanto, Berger fala que existem diversas obras construídas com inspiração na realidade. Neste sentido, destacam-se filmes biográficos. Com quatro filmes retratando sua vida, Walter Winchell, famoso colunista social da década de 1920, foi o jornalista mais vezes retratado pelo cinema (BERGER, 2002).

No âmbito das relações entre o jornalismo e o cinema, aparece o fato de que boa parte dos *newspapers movies* foi escrito por jornalistas. Berger (2002) fala que outros estudiosos creditam a produção de bons filmes com críticas ao jornalismo à participação de jornalistas na escrita de roteiros.

A aproximação entre jornalismo e cinema tem também esta interface: roteiristas, diretores e jornalistas são profissionais intercambiáveis. O primeiro homem a ser empregado para escrever filmes foi um jornalista: Roy McCardell foi contratado em 1908, um ano antes do primeiro filme de jornalista (...) (BERGER, 2002, p. 21)

Talvez, a interação entre o jornalismo e o cinema aconteça de forma semelhante ao relacionamento entre jornalismo e literatura. Grandes escritores trabalharam em jornais, produzindo bons textos com suas técnicas de escritas avessas à consagrada Pirâmide Invertida. No meio do século XX, jornalistas também buscavam maior liberdade para a produção de seus relatos e formando um movimento conhecido como *New Journalism* escreveram textos diferentes, despreendendo-se das técnicas então utilizadas nas redações de jornais, fomentando o Jornalismo Literário. O jornalista pode ter então passado a se envolver com o cinema, desde 1909, já buscando uma liberdade na produção das narrativas.

Outros traços configuram o jornalista do mundo do cinema. Senra (1997) fala que os filmes mostram a imagem de um profissional apaixonado pelo trabalho e que sempre está em alerta, preparado para a ação. Assim a sétima arte confirma a vocação jornalística.

A imagem que passou a ser construída na década de 1910, hoje, vem se adaptando à evolução tecnológica, mas por já ter se consagrado, no passado, permanece em sua essência na atualidade.

E, assim, jornalismo e cinema vão se enredando e se afirmando como os dois grandes meios de comunicação de massa do final do século, compartilhando a responsabilidade de dar a conhecer o mundo (o jornalismo) e as representações sobre ele (o cinema), ou comentando as imagens oferecidas nos filmes através da crítica cinematográfica impressa e refletindo, pelas imagens, a atividade de noticiar. (BERGER, 2002, p. 37)

Acreditamos que além de firmar uma figura do jornalista ou - como diz Christa Berger - um tipo ideal de profissional, os *newspapers movies* servem para mostrar à sociedade o poder da imprensa, seja ele para o bem ou para o mal. Como um quarto poder ou um poder influenciado por outros. Mesmo não sendo em tom de crítica, o cinema colabora para tanto. Tendo os jornalistas, conhecedores do poderio midiático, como incumbidos para a função, por meio de suas intervenções nas narrativas.

O livro *Jornalismo no Cinema* aponta uma superioridade de filmes com o gênero drama retratando o jornalismo. Dos 785 filmes catalogados na pesquisa, 250 são dramas. Apenas seis musicais - gênero cinematográfico de *Chicago* - estão presentes na lista.

4 ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DA PRÁTICA JORNALÍSTICA NO FILME *CHICAGO*

Após destacarmos o que diversos estudiosos ponderam sobre o jornalismo e a presença do jornalista no cinema, contemplaremos, no presente capítulo deste trabalho, a parte principal de nossa pesquisa: a análise da representação da prática jornalística no filme *Chicago*. Vale dizer que este estudo avalia também a forma com que o jornalista e o jornalismo, de modo geral, são representados. Tal análise nos permitiu ainda, investigar a representação da própria mídia em nosso objeto de estudo.

4.1 Procedimentos metodológicos

Ao desenvolvermos a pesquisa, nossa principal dificuldade foi a definição de uma metodologia que contemplasse totalmente o objetivo desta análise. Entendemos que nossa indagação seria algo normal diante da preocupação em encontrar técnicas e procedimentos científicos que fossem suficientes para o cumprimento da proposta de investigação do presente trabalho. Manuela Penafria (2009) destaca que cada tipo de análise demanda uma metodologia própria. Para a autora, com a escolha de um método específico, o analista poderá ter a sensação de cumprimento dos seus objetivos com relação ao estudo, no entanto, frisa que o sentimento de que todas as metas não foram alcançadas também poderá aparecer. Esta dúvida acerca do alcance, ou não, do proposto pela análise ocorre em razão do ciclo fechado ao qual o conjunto de procedimentos de uma metodologia é fixado.

Aumont (1999 *apud* PENAFRIA, 2009) pondera que não existe uma metodologia universalmente aceita quando nos referimos à análise fílmica. Já Penafria (2009) acredita que a análise de um filme implica, inicialmente, duas etapas: decomposição e interpretação da obra. A primeira tange o processo de descrição do objeto analisado, enquanto o segundo

corresponde à tarefa de compreensão e estabelecimento de relação entre as partes decompostas.

O processo de decomposição de um filme, sugerido por Penafria, instaura uma dificuldade no momento de análise, também destacada pela autora: o filme não é algo citável. Diferentemente de uma obra literária, onde podemos citar palavras, no caso de uma produção cinematográfica, teríamos que mencionar sons e imagens. Algo que, para Penafria, atrapalha o processo de análise fílmica.

André França (2002), além da dificuldade em se citar um filme, argumenta que não se faz necessária a descrição de uma produção, em um mundo onde as pessoas possuem fácil acesso às obras do cinema, por meio de locadoras, por exemplo. Afinal, "o leitor interessado no exame da obra e naquela análise em particular, terá muito mais vantagens alugando uma cópia doméstica do filme e confrontando a análise com a própria obra" (FRANÇA, 2002, p. 124). Compartilhando o que diz o autor, entendemos que a descrição do filme atrapalharia a experiência de contemplação da obra por parte de um espectador.

França explica que a análise deve referir-se ao filme apresentando e demonstrando ao espectador o necessário para o entendimento daquilo que pretende se afirmar no estudo. Podendo-se mencionar o filme através da simples referência a uma cena, por meio da indicação do instante que se pretende expor na análise. A oposição à descrição da obra implica na rejeição de métodos analíticos como, por exemplo, a análise de conteúdo, onde se faz necessária a realização da decupagem do objeto analisado, e; a análise textual, em que as falas de um filme são transcritas tais como um texto único contendo toda a história.

A partir disso, encontramos no trabalho de André França (2002) um modelo de análise fílmica que, para nós, vislumbra o cumprimento de nossos objetivos. França (2002) considera o analista de filmes como alguém que repassa sua visão do filme para um conjunto de

espectadores, fazendo com que eles ampliem suas ideias de interpretação da obra. Para o autor, o propósito da análise de um filme é "a investigação e a observação do diálogo que o filme mantém com o mundo" (FRANÇA, 2002, p. 122). Verificando a forma com que a prática jornalística se aproxima do real e como esta é abordada pelo cinema, percebemos a intenção de nosso estudo em intermediar um diálogo entre o filme *Chicago* e a realidade, como sugere André França.

O autor salienta que algumas obras podem fornecer múltiplas interpretações, sendo assim, cada análise apresenta ao espectador um determinado olhar íntimo e pessoal do analista sobre a obra.

O analista oferecerá sempre uma leitura pessoal do filme ao espectador; esta leitura não deverá pretender ser definitiva, 'correta', superior à outras, não convocará tampouco o espectador a gozar o filme de uma maneira particular (a ideia do 'deslumbramento participante'), mas se apresentará como uma espécie de versão, um reflexo da obra que se projeta na cultura. (FRANÇA, 2002, p. 122)

Entendemos que o modelo de análise proposto por França possibilita maior liberdade ao analista. Não o impedindo de expor sua experiência ao apreciar o filme e fazendo com que o estudo não precise ser realizado de forma objetiva, ignorando as impressões de seu autor ao contemplar a obra e sua experiência de vida, como propõe Metz (1972).

No tocante à forma de condução da análise sugerida por França, destacamos dois artifícios os quais o autor elenca para o melhor desempenho do analista: observação atenta e registro de elementos que, na visão de quem efetua a análise, são interessantes e carregados de significados.

França explica que existem três formas para a construção do projeto de análise. Segundo o autor,

o cinema pode ser examinado a partir da posição do autor (sua visão de mundo), da posição da plateia (estudando a repercussão do filme sobre esta e as possíveis mudanças de comportamento que podem advir daí) e da

realidade (observando o plano da verdade e do conhecimento nas imagens do filme). (FRANÇA, 2002, p. 128-129)

Avaliando a forma com que a prática jornalística é representada no filme *Chicago*, verificando sua verossimilhança e conduzindo um possível diálogo da obra com o mundo real, esta análise se norteará pelo estudo da realidade e pelas impressões pessoais do autor. No que tange a realidade, entenderemos por ela todo o arcabouço teórico existente acerca do jornalismo, seu exercício e seus conflitos. A obra de diversos estudiosos do jornalismo e da comunicação - apresentada por nós ao longo do primeiro capítulo deste relatório - servirá como referencial de realidade, tendo em vista os padrões de validação do conhecimento científico. Com relação às impressões íntimas, entenda-se a interpretação sobre o material explorado por nós ao longo dos capítulos anteriores do presente trabalho e a nossa experiência ao apreciar o objeto de estudo.

De forma complementar à análise fílmica proposta por França (2002), utilizaremos o recurso do fotograma como um método auxiliar no desenvolvimento de nossa análise. Manuela Penafria (2009, p. 7) considera os fotogramas como "um suporte fundamental para a reflexão já que permitem fixar algo movente, as imagens de um filme". A autora ressalta que este artifício do analista deve ser empregado como um instrumento de trabalho e não apenas para embelezar o texto da análise. Como Penafria destaca, faremos uso dos fotogramas, no decorrer de nosso trabalho, para em uma imagem ilustrar uma cena a qual analisaremos, fixando uma imagem do filme *Chicago*.

O modelo de análise concebido por França privilegia a relação de contemplação da obra por parte do analista. Este é o primeiro passo para construção da leitura de uma obra cinematográfica, segundo o autor. É neste momento que se inicia a análise e a configuração de uma leitura acerca do filme, com o levantamento de hipóteses que tangenciam a obra, como iniciaremos a discorrer a partir de agora.

4.2 Pressupostos construídos acerca do filme *Chicago*

Durante nossa primeira apreciação do filme *Chicago*, empenhamo-nos em identificar cenas que caracterizassem a representação da prática jornalística em nosso objeto de estudo. Tal como nos diz André França (2002), passamos a reconhecer trechos importantes para nosso trabalho, no interior da obra. Desta forma, quantificamos 44 momentos do filme como portadores de elementos significativos para avaliarmos a representação do ofício jornalístico. Para classificarmos uma cena como relevante para nossa análise, procuramos observar a presença de repórteres, fotógrafos e jornais ou a menção dos mesmos durante o filme.

Feita a observação inicial, percebemos que alguns temas acerca do jornalismo eram representados em maior quantidade no filme. Diante disso, buscamos agrupar as cenas destacadas a partir dos assuntos retratados em cada uma. Esta nossa intervenção visou estruturar as discussões a serem realizadas em nossa análise. Assim, delimitamos como tópicos a representação: do trabalho dos jornalistas; dos estereótipos dos jornalistas; dos produtos jornalísticos; do poder da mídia e do jornalismo; e a da relação entre ética e o jornalismo.

Dos 44 momentos identificados como relevantes para nosso estudo, classificamos 50% destes, ou seja, 22 cenas, como instantes que representam o trabalho dos jornalistas. Nestas cenas, repórteres e fotógrafos aparecem desempenhando seu trabalho, apurando informações, escrevendo materiais ou atuando em transmissões radiofônicas, por exemplo. Vale dizer que somente em uma delas o trabalho dos repórteres é apenas mencionado.

Classificamos 14 dos momentos destacados como portadores da representação dos produtos jornalísticos. Destes, em seis ocasiões, os produtos são apenas mencionados. Estes instantes retratam trechos da trama em que revistas e jornais, por exemplo, compõem – ou são citados – nas cenas.

Reconhecemos que alguns trechos da trama que expõem ou mencionam os produtos jornalísticos, destacados no tópico explorado no parágrafo anterior, também podem se enquadrar como cenas caracterizadas como representadoras do poder da mídia e do jornalismo. Porém, no tocante a este tópico, classificamos seis momentos como carregados de significados referentes ao mesmo. Estas cenas do filme são constituídas de falas ou ações que destacam o poder de influência dos meios de comunicação de massa e a vaidade das pessoas em ser alvo do interesse dos jornalistas. Bem como toda a relevância e credibilidade que a sociedade concede aos jornais.

Levando em consideração a bibliografia acerca do jornalismo no cinema, buscamos encontrar traços que marcam a imagem do jornalista em *Chicago*. Buscamos visualizar os estereótipos descritos por Stella Senra (1997) e também identificar novas características atribuídas à figura deste profissional em nosso objeto de estudo. Consideramos apenas uma cena como nítida reveladora de rótulos incorporados aos repórteres, no entanto, destacamos que a figura do jornalista é formada no decorrer de toda a obra, nas cenas em que a prática jornalística é retratada. O instante destacado neste ponto da análise retrata uma adjetivação feita aos jornalistas.

Totalizando os 44 momentos que destacamos como importantes para a realização de nossa análise, classificamos uma cena como carregada de significado que possa motivar o debate da relação entre ética e jornalismo. Trecho em que uma entrevista coletiva é transformada em musical e os repórteres aparecem como marionetes comandadas pelo entrevistado. Destacando o atrelamento dos jornalistas às falas das fontes noticiosas. No entanto, sublinhamos que a principal crítica feita pelo filme - a ser debatida adiante - também fomenta a discussão ética acerca do trabalho jornalístico.

Chicago é um musical estadunidense, dirigido por Rob Marshall, lançado em 2002. O elenco da produção conta com a presença de atores e atrizes consagradas como Richard Gere, Queen Latifah e Catherine Zeta-Jones. O roteiro de Bill Condon conta a história de Roxie Hart (interpretada por Renée Zellweger), uma jovem dona de casa que sonha em se tornar uma celebridade através de apresentações em musicais. Em meio ao percurso de busca pelo sucesso, Roxie mata seu amante, Fred Casely (Dominic West), que havia lhe prometido um teste em uma grande casa de shows localizada em Chicago, cidade onde a trama se desenvolve e que empresta o nome para o filme em questão. Após cometer o crime, Roxie Hart é presa e, para tentar escapar de uma possível pena de morte, contrata o advogado Billy Flinn (Richard Gere).

O filme é baseado em uma peça musical que, assim como a produção cinematográfica, também possui o nome da cidade norte-americana. Esta peça foi escrita por Fred Ebb e Bob Fosse, músico e produtor, respectivamente, e produzida em 1975. O trabalho de Ebb e Fosse foi inspirado em outra peça musical, desta vez, escrita pela jornalista Maurine Dallas Watkins. A obra produzida por Maurine foi adaptada para o cinema mudo, em 1927, e conta a história verídica de duas mulheres que ganharam fama após serem acusadas por crimes de assassinato e absolvidas na década de 1920. Enquanto jornalista, Maurine Watkins acompanhou o caso das mulheres em Chicago. Mesmo que indiretamente, nosso objeto de estudo sofre a intervenção de um jornalista para sua construção, configurando a presença de profissionais do jornalismo na produção de filmes que abordam o jornalismo, destacada por Christa Berger (2002).

Desde o momento da prisão de Roxie, a prática jornalística passa a fazer parte da narrativa. Inicialmente, apenas com a simples cobertura jornalística de um acontecimento. Com o desenrolar da trama, o jornalismo praticado pelos meios de comunicação de massa é enfatizado e assume a perspectiva de forte responsável pela formação da opinião pública.

Chicago exhibe então a capacidade da imprensa em influenciar a opinião coletiva, porém, frisando a possibilidade de erro dos jornalistas por conta do atrelamento dos profissionais da comunicação à fala de suas fontes. O filme que analisamos ainda faz um recorte da atuação de repórteres que não trabalham corretamente no que tange o processo de apuração de informações.

Embora não tenha o jornalismo, seus profissionais e sua prática como temas principais de sua trama, em um segundo eixo da narrativa, *Chicago* tece uma crítica sobre a forma com que os jornais perpetuam o imaginário social, tentando romper o mito de que as notícias veiculadas pela mídia são um reflexo da realidade e de que o jornalismo atua como um espelho dos fatos que noticia.

Sob o olhar de Bazin para o cinema, o papel que *Chicago* tenta assumir ao disseminar um alerta para o modo como a sociedade concede credibilidade aos jornalistas se enquadra no que o autor afirma ser a qualidade da sétima arte em produzir novas percepções da realidade. A partir de nosso objeto de estudo, a sociedade poderia então criar novas relações com a mídia, redescobrando as coisas do mundo. Tal como Bazin sugere, o filme pode então contribuir para uma resignificação da realidade. No caso de *Chicago*, uma nova atribuição de valores ao jornalismo, tomado por muitos como um emissor da verdade absoluta.

A trama analisada explicita momentos da rotina diária de jornalistas, como por exemplo, as entrevistas e a corrida de repórteres em busca de informações, permitindo a construção de relações com a história do jornalismo. Esta exibição do cotidiano de jornalistas se encaixa na afirmação de Christa Berger (2002) que aponta os filmes acerca do jornalismo como reveladores dos bastidores da prática jornalística. Uma rotina que, como a autora destaca, desperta a curiosidade social. Ressalta-se aqui o fato de *Chicago* não se enquadrar

como um *newspaper movie* sob o viés da autora, afinal, não apresenta menção alguma ao universo do jornalismo em sua sinopse oficial.

Permitir ao espectador o entendimento do funcionamento da lógica jornalística é também um dos aspectos que *Chicago* visa atender. Na seleção de fragmentos da realidade para a composição da trama, duas características do texto jornalístico são alvos de destaque: a atualidade e a novidade. O caráter atual e novo das notícias é posto em evidência através de cenas que levam a personagem Roxie Hart a se questionar sobre como funciona a metodologia dos repórteres no momento em que, por exemplo, selecionar um fato que mereça ser noticiado. A narrativa trata de explicar os questionamentos de Roxie, porém, sem perder o tom crítico em relação aos profissionais da imprensa e acrescenta críticas à sociedade.

As críticas entendidas por nós como destinadas aos espectadores de modo geral e não ao jornalismo e à mídia ainda se estendem. Roxie Hart, Billy Flinn e Velma Kelly (Catherine Zeta-Jones) enxergam a imprensa como um ponto de apoio para eles. Velma, uma bailarina presa por assassinar o marido, assim como Roxie, entende que o destaque dado pelos jornalistas aos respectivos casos criminosos poderia colaborar como um impulso para suas carreiras artísticas. Uma visão fomentada pelo advogado Billy Flinn, que concebe a mídia como ponto de apoio para a conquista da vitória em suas causas. Neste ponto da trama, estrutura-se a ponderação negativa da obra para as pessoas que buscam a promoção pessoal através dos jornais. Assim como a crítica ao jornalismo que é o principal responsável pela existência do mal de uma sociedade movida pelo sucesso midiático.

Este aspecto crítico da trama retoma a indagação sobre o que poderia se tornar uma notícia. *Chicago* trata então de aprofundar o que, no jornalismo, é conhecido como critérios de noticiabilidade. Intensificam-se as críticas acerca da capacidade do jornalismo e dos meios de comunicação em transformar pessoas comuns em "celebridades". No diálogo do filme com

a realidade, a trama busca mostrar ao espectador o que interessa aos jornais como comercializável. Pontos que debatemos no primeiro capítulo deste trabalho como a notícia enquanto mercadoria.

4.3 Análise e discussões

Após a construção das hipóteses no momento de apreciação do filme, como sugere André França (2002), é necessária avaliação da validade dos pensamentos gerados inicialmente pelo analista em decorrência da primeira experiência com a obra. Manuela Penafria (2009) argumenta que uma análise deve ser feita com objetivos prévios definidos e para o questionamento de pressupostos criados a partir do filme. A partir de agora, discutiremos as situações que nos levaram a formular os pressupostos apresentados anteriormente relacionando-os com os elementos de *Chicago* que julgamos significativos dentro de nossa proposta para esta análise.

Inicialmente, a prática jornalística no filme *Chicago* pode ser caracterizada como uma mera coadjuvante para o desfecho da trama. O trabalho de repórteres e fotógrafos é mostrado como algo corriqueiro, no entanto, contextualizações históricas no tocante à evolução e existência do jornalismo podem ser realizadas.

Um crime acontece, na história, e os profissionais ávidos pela informação realizam a cobertura jornalística do fato com todos os seus desdobramentos. Durante a primeira aparição de jornalistas na trama, além da apuração do fato por parte destes profissionais, os fotógrafos buscam as melhores imagens para o acompanhamento dos textos a serem publicados nos jornais. Neste momento, os encarregados na produção das fotografias pedem um sorriso à Roxie Hart - personagem que os fotógrafos desejavam retratar, na cena. Em suma, o fotojornalista solicitou uma pose a alguém que interessava ao jornal fotografar naquele momento.

A história de *Chicago* se passa na década de 1920. Isto implica diferenças históricas importantes em uma análise embasada em subjetividades construídas a partir da década de 1990. Nos padrões do fotojornalismo atual, uma "foto posada", ou seja, uma fotografia onde uma pose foi previamente planejada, em que o recorte de realidade a ser capturado foi anteriormente arquitetado com intervenções estéticas, não é tão valorizada. Com exceção de casos como reportagens que enaltecem o perfil humano e o jornalismo de celebridades. Jorge Pedro Sousa (2002) destaca que, nos dias de hoje, o jornalismo se interessa por imagens que, cada vez mais, sejam um retrato do real. Assim, as expressões de sentimentos espontâneas, as reações inesperadas e os momentos únicos se tornam muito mais valiosos. No período reportado na narrativa de nosso objeto de estudo, o uso de imagens posadas nos jornais era uma prática comum e de valor significativo (SOUSA, 2002). No entanto, em meio às mudanças históricas sofridas pelo jornalismo, este modelo de imagem passou a não ser mais tão aceito. Modificação fomentada pela busca dos noticiários em transmitir a realidade - ou o mais próximo do real - de forma objetiva.

Esta primeira discussão sobre a interpretação de um momento entendido por nós como significativo para o cumprimento dos objetivos da análise, revela certa preocupação de seus idealizadores em transmitir fielmente as faces da realidade dos jornais na época em questão. Apesar de não ser um *newspaper movie*, em *Chicago*, a observação - feita por Berger (2002) - de que a história do jornalismo pode ser contada através dos filmes que abordam a prática jornalística encontra subsídios para sua validação.

É interessante a percepção que, mesmo não sendo um filme em que a narrativa se prende exclusivamente ao ofício jornalístico, *Chicago* aparenta carregar a representação do jornalista com elementos do mundo real. Desse modo, não assumindo as percepções formalistas do cinema - tratadas por nós no capítulo anterior -, onde distorções deveriam ser realizadas no momento de representar objetos da realidade. Contudo, devemos sublinhar que a

forma com que o fotojornalismo e os fotógrafos foram inicialmente representados possa ser apenas uma visão de mundo dos produtores do filme, afinal, no meio social, existe o senso comum de maior significação e/ou valoração do que chamamos de foto posada.

A capacidade do cinema em historiografar o jornalismo ainda é sentida em outros pontos da trama. Durante a narrativa, a cobertura jornalística dos fatos presentes na história é feita através de rádio e mídia impressa. Na década de 1920, época retratada no filme, os sistemas de telecomunicação ainda estavam se difundindo e não funcionavam como atualmente, sendo o rádio um dos meios de comunicação de massa de maior audiência e que destaca o jornalismo em sua programação. Tal figuração de *Chicago* é um elemento que acrescenta à obra pontos favoráveis para a ponderação de que o filme é composto de uma representação do jornalismo constituída de artefatos verossímeis.

Ao nosso ver, o grande número de fotógrafos que compõem algumas das cenas do filme caracteriza a expansão do uso de fotografias no jornalismo impresso ocorrida na passagem do século XIX para o XX e suas décadas iniciais, como destaca Jorge Pedro Sousa (2002). O autor argumenta que no período em questão, a partir do tratamento empregado pelo jornal britânico *Daily Mirror*, que investiu no uso de imagens, “as fotografias deixaram de ser secundarizadas como ilustrações do texto para serem definidas como uma categoria de conteúdo tão importante como a componente escrita” (BAYNES, 1971 *apud* SOUSA, 2002, p. 13).

Hicks (1952 *apud* SOUSA, 2002) acredita que estas mudanças históricas sentidas pelo jornalismo colaboraram para o aumento da competitividade na imprensa. A resignificação da fotografia implicou em uma competição entre fotógrafos em busca de fotos merecedoras de publicação. Algo que em nosso entendimento é representado no filme com a grande

quantidade de fotojornalistas – ou meramente fotógrafos – presente em algumas cenas de nosso objeto de estudo.

O enlace entre repórteres e fotógrafos, típico das rotinas diárias do ofício jornalístico, constituído para a cobertura de acontecimentos passíveis de se tornarem notícias é bem representado em *Chicago*. Convém dizer que o papel de revelador dos bastidores da construção da notícia, atribuído aos filmes que retratam o jornalismo por Christa Berger (2002), é comprovado e bem explorado pelo filme que analisamos. Mitry (*apud* FRANÇA, 2002) acredita que a nova perspectiva de mundo que o cinema pode oferecer ao seu espectador serve para enriquecer a visão de mundo e a percepção dos elementos com o qual convive e se relaciona socialmente. Revelar a forma com que jornalistas trabalham aumenta o conhecimento da sociedade acerca de uma profissão mistificada. Como nos diz Berger (2002), o ofício jornalístico suscita a curiosidade da população em razão da aparente relação sem mediação entre profissionais e a realidade. Isto ocorre porque, principalmente, no contato de leitores e ouvintes com matérias em jornais e programas de rádio, o resultado do trabalho dos repórteres aparece pronto, materializado de forma com que as técnicas da profissão não sejam facilmente imagináveis pela sociedade. Um produto no qual os percursos e dificuldades para sua produção não estão claramente expostos.

A exposição do caminho percorrido por jornalistas para a execução do seu trabalho no filme *Chicago* expõe mais elementos que podem satisfazer a curiosidade social através da contextualização com situações do mundo real. A subjetividade do analista que, segundo França (2002), deve estar presente em um trabalho de análise fílmica nos permite relacionar acontecimentos fixados em nossas lembranças com algumas cenas de nosso objeto de estudo.

Em determinado momento da obra, a personagem Velma Kelly é entrevistada por um repórter acompanhado de fotógrafo no interior de uma cela, dentro de uma penitenciária.

Estas condições para a realização de uma entrevista podem aparentemente ser estranhas para a sociedade, mas são constantemente exploradas pelos jornalistas. Um caso do mesmo gênero que pode ser citado por sua grande repercussão foi a entrevista concedida por "Fernandinho Beira -Mar", um líder do tráfico de entorpecentes no Brasil, ao programa Fantástico, da Rede Globo de Televisão, no interior de um centro de detenção. Como detento, Beira-Mar chegou a dialogar com a imprensa em outra oportunidade no ano de 2008, desta vez, em uma conversa com a Rede Record.

Um caso mais recente que também podemos mencionar é a entrevista do ex-jogador de futebol Bruno Souza, preso condenado por planejar o assassinato da ex-amante, para a revista Placar, publicada em maio deste ano. Mencionamos exemplos do jornalismo brasileiro, porém, a prática de entrevistar detentos não é exclusivamente trabalhada por veículos de comunicação do Brasil. Bruno Souza também foi recentemente entrevistado por uma rede de televisão japonesa, chegando a receber um cachê pelo encontro com a equipe asiática, como afirma entrevista publicada pela Placar e citada acima.

As entrevistas coletivas, entendidas como momento em que "várias personalidades (ou apenas uma) falam a diversos jornalistas e na mesma ocasião" (ERBOLATO, 2008, p. 162) possuem representações significativas para a problematização dentro de nosso estudo. Erbolato (2002, p. 162) alerta que, em entrevistas coletivas, é necessário que "(...) os repórteres entrem em entendimento para que muitos não fiquem sem fazer perguntas em benefício de outros, que, em certos casos, querem monopolizar os entrevistados (...)".

Em *Chicago*, durante algumas coletivas de imprensa, a personagem Mary Sunshine (Christine Baranski), uma jornalista que trabalha em grande parte dos acontecimentos noticiáveis da história, realiza a maioria das questões aos entrevistados e, por vezes, é favorecida sendo a primeira a questionar as personalidades que se propõem para entrevista.

Situações em que determinado repórter ou veículo de comunicação são privilegiados ocorrem com certa constância no mundo real. Em função da experiência e do prestígio de alguns profissionais, estes passam a se privilegiarem em entrevistas conquistando um melhor tratamento na relação com as fontes. A audiência e o prestígio dado a um grupo de comunicação também se configuram como elementos que auxiliam a conquista de benefícios em entrevistas e contatos para a obtenção de informações.

No caso da personagem Mary Sunshine, certo prestígio circula em torno de seu trabalho, o que facilitaria seu beneficiamento relacionado a suas intervenções durante uma coletiva. No cotidiano, é comum observarmos situações em que determinadas emissoras conquistem regalias em detrimento de outras nas entrevistas coletivas. No Brasil, pelo destaque que recebe e credibilidade atribuída pelo público, a Rede Globo e seus profissionais se tornam exemplo real de um fragmento da realidade acerca da prática jornalística abordado pelo filme *Chicago*.

Também através da representação das entrevistas - coletivas ou não - e por meio das falas dos personagens, nosso objeto de estudo centra suas críticas ao jornalismo e à sociedade em dois pontos: a dependência dos jornalistas em suas fontes de informação e a "alienação social" no modo de percepção do jornalismo. Para obter uma informação, enquanto apura um acontecimento, repórteres entram em contato e questionam personalidades que presenciaram o ocorrido a ser noticiado ou que possam colaborar com declarações sobre o fato. Este procedimento busca uma aproximação intensa da notícia a ser produzida com a realidade que está sendo reportada.

Jornalistas seguem esta metodologia, pois pretendem que o texto jornalístico seja - como já discurremos anteriormente - um reflexo da realidade, porém, estas técnicas podem conduzir o jornalismo ao erro. Clóvis Rossi (2007) destaca que dificilmente um entrevistado

concederá declarações com informações que possam prejudicá-lo para um jornalista. Como uma de suas duas críticas entendida por nós como centrais, *Chicago* toca profundamente na afirmação de Rossi para dialogar com o mundo real, enriquecendo o modo social de interpretação do jornalismo. O filme mostra ao público que a mistificação - tanto falada por nós - carregada pelo jornalismo não deve existir.

Como nos mostra Pereira Junior (2010), a notícia é apenas uma versão de um fato. Em seu processo de construção, um dos principais modos de obtenção de dados é a entrevista, sendo assim, os repórteres produzem textos a partir da fala de suas fontes. Isto implica que a versão veiculada pelos jornais é embasada no entendido como real para um ou mais entrevistados.

Rossi (2007) aponta a postura que os jornalistas devem buscar para elaborar um texto que se aproxime do verdadeiro e que - ou ao menos - não traga afirmações errôneas. Para o autor, "cabe, então, ao repórter, pesar cada informação passada pelas fontes, confrontá-la com outras, oriundas de outros informantes, avaliá-la em função de seus próprios conhecimentos ou informações anteriores sobre o tema - e, assim, compor o seu próprio quadro" (ROSSI, 2007, p. 51). O que aconselha Rossi é algo debatido durante a graduação de um jornalista. Todo o profissional da área deve ser conhecedor dessa práxis a qual deve seguir para a boa condução de seu trabalho, no entanto, não são todos os repórteres e afins que a executam.

Ao representar jornalistas apurando informações, *Chicago* destaca a atuação de profissionais que não desempenham seu trabalho da melhor forma possível. No filme analisado, nenhum jornal apresentado, por meio de seus repórteres, confronta declarações, como sugere Clóvis Rossi. Desse modo, as notícias produzidas no filme são fixadas nas falas de fontes envolvidas no acontecimento que está sendo noticiado, sem a checagem de

informação com outras fontes. Algo que como já vimos, pode permitir a veiculação de informações inverídicas.

Com isso, *Chicago* demonstra à sociedade que as notícias não relatam integralmente a realidade. Em uma leitura da obra, o espectador absorve que a verdade transmitida pelos meios de comunicação de massa não é a verdade absoluta. Em nosso entender, as condições em que o filme suscita tal percepção não responsabilizam inteiramente os jornalistas pela capacidade dos veículos comunicacionais em transmitir inverdades, porém, questionam a credibilidade dos mesmos. Na história apresentada em nosso objeto de estudo, é possível visualizar que as fontes fornecedoras de informação declaram falsas informações com a intenção de se beneficiar. Ressaltamos que na maioria das representações de casos expostos no filme, avaliamos que os jornalistas ouviram as fontes corretas, porém, a sagacidade a qual deve possuir o jornalista não é apresentada em nenhum momento.

Como já destacamos, o filme não traz o jornalismo como tema central, o que possibilita uma compreensão de que esta seria a motivação para o jornalista não ter, por exemplo, a sua prática de contraposição de declarações sendo mais explorada. Afinal, como ponderamos, existem profissionais que praticam o que Clóvis Rossi sugere. Todavia, entendemos que esta opção dos produtores de *Chicago* represente a ideia de Jean Mitry em que a imagem reproduzida pelo cinema é escolhida propositalmente para expor a visão de mundo do cineasta. Nosso pensamento é fortalecido em função da utilização das técnicas do cinema para a abordagem do tema em questão.

André França (2002) nos diz que o conhecimento técnico acerca do cinema é um atributo desejável para o analista fílmico. Entretanto, nossa formação teórico-acadêmica não nos proporciona condições para produzirmos uma análise das especificidades técnicas de nosso objeto de estudo. Somamos esta nossa deficiência ao fato de nossos objetivos com este

estudo não contemplarem avaliações das técnicas cinematográficas empregadas na produção do filme *Chicago*, para justificarmos a não exploração destas propriedades do filme analisado. Porém, destacamos que *Chicago* utiliza técnicas próprias do cinema para atingir seu objetivo com relação à produção de novas percepções de mundo.

Balázs (1952 *apud* FRANÇA, 2002) acredita que os filmes são produzidos a partir de assuntos fílmicos, temas que são recolhidos na realidade. Segundo o autor, cada assunto fílmico produz suas próprias técnicas cinemáticas para o desenvolvimento do tema na narrativa. *Chicago* apropria as técnicas do gênero cinematográfico Musical para uma melhor abordagem da prática jornalística sob a visão de mundo de seus idealizadores.

Como já abordamos, *Chicago* destaca a dependência das fontes para os jornalistas. Na cena aos 46'28" do filme, este elemento da realidade representado na história é empregado na essência de espetáculo musical que compõe a obra, fortalecendo a mensagem apresentada no filme de que uma versão de acontecimento apresentada por um entrevistado é o que integra e embasa a informação veiculada nos noticiários. Esta cena é o trecho-chave para a caracterização das críticas centrais apontadas por nós anteriormente. Neste momento, em que uma entrevista coletiva é representada em um musical, *Chicago* reproduz claramente o pensamento de que a notícia, como um espelho, mimeticamente reproduz o que uma personalidade declara a um jornalista.



Fotograma 1: Jornalistas representados por marionetes comandadas pelas fontes de informação

Esta ideia é aprofundada e, então, explicita-se o fato de que um entrevistado pode mentir e ter sua mentira transformada em uma notícia. Neste momento, ilustrado no fotograma acima, o jornalista é representado como uma marionete controlada pela fonte. Desta forma, frisando sua principal crítica. Assim, o filme reinterpreta a notícia e o jornalismo para os espectadores, criticando-os por interpretar os textos jornalísticos, de forma única, como uma mimese da realidade. Alertando o imaginário coletivo que pouco reflete sobre o trabalho jornalístico e simplesmente o confia credibilidade.

A relação existente entre jornalista e fontes é discutida em diversos manuais de jornalismo. Em praticamente todos, são indicadas práticas como, por exemplo, a sugerida por Clóvis Rossi (2007) e por nós aqui apresentada, que não são fielmente seguidas por todos os repórteres. Este fato explorado em *Chicago*, ao representar o jornalista, questiona a interação entre jornalismo e realidade, abrindo margens para discussões sobre a ética jornalística.

O Código de Ética do Jornalista regulamenta que o trabalho jornalístico deve ser pautado pela verdade. No entanto, situações como as apresentadas em nosso objeto de estudo limitam a qualidade da informação à veracidade da fala das fontes. *Chicago* então expõe pontos que demonstram como a ética jornalística pode ser considerada falha. Com a gravação da voz do entrevistado, qualquer pessoa se torna incapaz de questionar a invenção de uma declaração, contudo, nada impede a fonte entrevistada de fornecer uma fala carregada de declarações falsas. Diante do exposto, entendemos o jornal veiculador de notícias produzidas em condições semelhantes às apresentadas no filme como isento de culpa pela publicação de uma inverdade. Sendo que, em muitos dos casos expostos em *Chicago*, a responsabilidade pelas declarações, que é inteiramente pertencente aos entrevistados, poderia ser explorada no texto jornalístico.

O debate jornalístico instaurado em torno da relação entre jornalista e fonte, no nosso objeto de análise, é um embate que aparece como praticamente invisível no cotidiano dos jornais e no imaginário social. Claudio Abramo (2008) acredita que não exista uma ética jornalística, mas sim uma ética social coletiva. Desse modo, ao cometer uma ação antiética (segundo o senso comum) de mentir, um entrevistado poderia automaticamente ser considerado culpado pela circulação de falsas informações nos meios de comunicação, fortalecendo o que afirmamos no parágrafo anterior.

O jornalista também possui uma parte de culpa pela veiculação de falsas informações. Embora o filme não transforme os repórteres em totais culpados por publicações com conteúdo mentiroso, sinaliza maior responsabilidade do erro aos jornais. Acreditamos que isto ocorre por conta da tentativa de reprodução de uma visão de mundo capaz de perceber a fragilidade do jornalismo mediante a interação entre o jornalista e a fonte. Este foi o modo encontrado para *Chicago* dissipar, com êxito, tal olhar sob a realidade para o espectador. Tal

como André Balázs sugere a existência de técnicas cinematográficas geradas a partir de um assunto fílmico.

A cena que destacamos do musical claramente classifica os jornalistas como "os que são manipulados pelos entrevistados". No entanto, apesar de enfatizar os profissionais da imprensa que não trabalham corretamente, *Chicago* reconhece a existência de jornalistas comprometidos que atuam de forma similar ao que sugere Rossi (2007). Porém, este reconhecimento acontece em proporções extremamente desiguais, mostrando, de forma clara, a intenção de destacar as falhas do sistema jornalístico. Enquanto diversas cenas do filme exaltam a possível manipulação que jornalistas podem sofrer, apenas uma fala do advogado Billy Flinn, durante toda a trama, retrata a existência de profissionais que não se contentam com simples declarações, confrontam falas, e aprofundam investigações na construção de uma notícia.

Vale dizer que o erro dos jornalistas (publicação de inverdades) ainda pode ser suscitado pela pressa das redações de jornais em produzir o noticiário e por cada vez mais desejar a informação nova, o furo jornalístico. Como apontamos em discussões realizadas no primeiro capítulo deste relatório, ao abordar a relação entre notícia e temporalidade.

A fala que representa o breve reconhecimento da existência de jornalistas críticos demonstra uma falha da produção do filme, entretanto, nos parece ter uma carga significativa clara, expondo um fragmento de realidade na representação da prática jornalística rapidamente explorado, de modo intencional, por *Chicago*. A frase em questão, com a voz original dos atores, sem dublagem, é: "*And they are not all **pushovers** like Mary Sunshine*", dita pelo advogado Billy Flinn, se referindo aos jornalistas em comparação à jornalista que aparece com maior frequência e destaque no filme. Após nossa tradução, obtemos a frase: "E eles não são todos **ingênuos** como Mary Sunshine". A dublagem em português nos diz: "Nem

todos são tão **incisivos** como Mary Sunshine". Enquanto a legenda em português aponta: "Nem todos são tão '**panacas**' como Mary Sunshine".

Em cada modo distinto de se apreciar o filme, o espectador de *Chicago* entrará em contato com uma adjetivação diferente atribuída aos jornalistas. Após nossa tradução, acreditamos que a frase original (em inglês) recebe uma significação correta ao ser transcrita para o português apenas na legenda do filme. O termo 'ingênuo' emite a ideia de que a jornalista Mary Sunshine é uma profissional incapaz de desconfiar da fala de um entrevistado, que não confronta declarações e não aprofunda investigações. O adjetivo 'incisivo', usado na dublagem para o português, a nosso ver, qualificaria o oposto do que a frase original busca transmitir. Já a palavra 'panaca', de forma pejorativa, tal qual uma ofensa, busca transmitir o mesmo sentido da fala original, porém, com um tom mais agudo.

Stella Senra (1997) acredita que a imagem do jornalista construída através do cinema é carregada de traços marcantes, equiparados pela autora a estereótipos. A adjetivação feita aos jornalistas em *Chicago* constitui o processo de rotulagem dos profissionais, onde são fornecidos elementos que passam a marcar a imagem do objeto representado no filme perante o imaginário social. A estereotipagem feita por *Chicago* não conta com a manutenção de estereótipos observados por Senra, mas gera três rótulos dos qual apenas um pode ser considerado positivo para o jornalista.

Em decorrência de sua abordagem acerca da relação entre jornalistas e fontes de informação, nosso objeto de estudo configura - negativamente - os jornalistas como profissionais manipuláveis e ingênuos. Diante de nossa leitura sobre *Chicago*, torna-se claro a observação de como estes estereótipos foram construídos na trama. Enquanto profissionais passivos, que reproduzem discursos de fontes confiando fielmente em suas declarações, o jornalista é um trabalhador capaz de ser facilmente manipulado por um entrevistado de acordo

com o interesse próprio. Sendo também incapaz de duvidar, um ingênuo que acreditam na veracidade da fala de algumas personalidades.

Os repórteres e fotógrafos representados em *Chicago* são profissionais ávidos pela informação, que procuram de qualquer forma cumprir seu trabalho, sempre em busca da construção de boas notícias. O jornalista de *Chicago* não mede esforços para conseguir uma notícia, sendo até mesmo agredido exercendo sua profissão - assim como muitos repórteres e, principalmente, fotógrafos sofrem agressões no mundo real.

O processo de estereotipar objetos representados faz parte do ciclo de produção das representações em uma obra cinematográfica que nos apresenta Arnheim (1932). Segundo o autor, na construção de um filme, o cineasta recebe estímulos da realidade e elabora objetos ao seu modo, lançando-os com suas intervenções e traços do mundo para o espectador. Estereotipando a imagem do jornalista, *Chicago* está então usando dos artifícios que possui para o alcance de seu objetivo de proporcionar uma nova percepção de mundo.

Através da construção de estereótipos e dos traços incorporados a um objeto ou evento é que a representação mediática de um filme influencia a percepção da sociedade sobre o que é representado. De forma sutil, como nos diz Murilo Soares (2009). Configurando o fato de que o jornalista é percebido socialmente pelo desempenho de seu trabalho e pelo modo que é representado em produtos de entretenimento (KRAETZIG, 2012). No que tange a representação dos produtos jornalísticos em *Chicago*, um pequeno equívoco pode ser encontrado durante a trama.



Fotograma 2: Velma Kelly exhibe revista que fala sobre ela

O fotograma acima nos mostra a personagem Velma Kelly exibindo uma revista aberta nas páginas em que, segundo a personagem, está impresso um editorial que discorre sobre o crime que ela cometeu e ocasionou sua prisão. O equívoco de *Chicago*, mencionado por nós anteriormente, é considerar o texto em questão como um editorial. Como podemos perceber com o auxílio do fotograma, as páginas exibidas por Velma contam possuem impressa a frase "by Dana Ransay", em uma tradução livre para o português: "feito por Dana Ransay". Isto demonstra que o texto é assinado, ou seja, tem sua autoria revelada, algo que não se enquadra nos padrões do texto editorial. Este tipo de gênero jornalístico expressa a opinião de um veículo de comunicação como um todo e, por este motivo, não é um texto em que a autoria é atribuída a alguém.

Embasado na leitura de trechos do referido texto, feita por Velma Kelly, no decorrer da cena, entendemos que o texto é escrito em um tom opinativo, desse modo fazendo parte do jornalismo de opinião. Assim, por conta de suas características, julgamos o material apreciado

por Velma como sendo um artigo e não um editorial¹. Configurando um equívoco da representação dos produtos jornalísticos feita em nosso objeto de estudo. Devemos ressaltar que atualmente é comum encontrarmos em revistas a presença de editoriais assinados, porém, para a época retratada em *Chicago*, esta prática aparenta ser um advento ainda inimaginável.

Berger (2002) destaca que os filmes sobre o jornalismo, muitas vezes, desenvolvem a trama, avançam a história por meio de páginas de jornais ou demais produtos jornalísticos. *Chicago* também se apodera desta afirmação de Berger. Em nosso entendimento, mostrando como a sociedade atribui valor ao jornalismo. Stella Senra (1997) elenca esta credibilidade dos noticiários como uma das razões para a presença do jornalismo no cinema.

Segundo Sandra Jovchelovitch (2000 *apud* MELO, s/d), uma ideia ganha valor apenas quando expressa no meio da comunicação. Tendo métodos e recursos para uma difusão em larga escala, os meios de comunicação de massa passam a serem então influentes formadores de opinião pública em consequência de sua capacidade de propagar informações.

Em *Chicago*, o poder de influência da mídia é questionado diante da exposição de facetas da realidade do trabalho dos jornais que demonstram certa fragilidade do jornalismo em relação ao alcance do objetivo de retratar a realidade tal como ela é. Contudo, para apresentar o questionamento acerca da credibilidade dos veículos de comunicação, nosso objeto de estudo necessariamente teve que expor o modo como a mídia atinge o imaginário coletivo. Neste momento, podemos dividir a representação do poder da mídia presente em *Chicago* sob duas interpretações de personagens da trama: a do advogado Billy Flinn e a de Roxie Hart.

¹ Ressaltamos que a definição de artigo pode ser diferente em cada país. Nos Estados Unidos, o termo ‘artigo’ corresponde a matérias (notícias ou reportagens) que contenham opinião – da linha editorial do jornal ou não. Podendo este ser classificado como um texto do gênero informativo e não opinativo, como no Brasil. (MARQUES DE MELO, 2003).

Para o advogado, os jornais são uma forma de apoio ao seu trabalho de defesa de criminosas. Na história, Billy Flinn como um conhecedor do poderio midiático, tenta passar aos jornalistas a ideia de que suas clientes não eram culpadas por crimes os quais estavam sendo julgadas. Flinn tenta difundir, nos jornais, mensagens favoráveis às mulheres para quem trabalha, pois sabe que com a força de influência dos meios de comunicação na formação de opinião pública, a sociedade poderia pensar que as criminosas por ele representadas seriam boas pessoas, diferente da imagem vinculada a alguém que cometeu um crime. Isto fica claro ao longo do filme através das falas e atitudes do personagem que acredita na manipulação da imprensa como um recurso para conquista de seus objetivos.

Roxie Hart, por sua vez, vislumbra no destaque que a mídia concede a ela - decorrente do crime que cometeu - uma oportunidade para se tornar celebridade e conquistar o objetivo de estrear musicais profissionalmente. Assim como Velma Kelly, Roxie passa a agir com a vaidade de quem valoriza ter o nome sendo veiculado em jornais e programas de rádios. Uma característica das pessoas destacada por Clóvis Rossi (2007) e que pode ser até mesmo utilizada para estimular as pessoas a concederem informações, segundo o autor.

Billy Flinn, enquanto um advogado experiente que jamais perdeu uma causa onde defendera uma mulher, aparece como um conhecedor da lógica das empresas jornalísticas. Flinn é um orientador de suas clientes acerca do tratamento a ser dado à mídia. Similar a forma com que um assessor de imprensa instrui o seu assessorado. Durante o filme, Roxie, algumas vezes, se questiona sobre o modo com que o jornalismo trata os acontecimentos, lhes concedendo menor ou maior valor. Seu advogado é quem faz argumentações que respondem suas dúvidas por meio de frases que consideramos de efeito, principalmente para pessoas ligadas ao meio do jornalismo.

As falas de Billy Flinn sublinham características das notícias segundo parâmetros dos critérios de noticiabilidade. A intervenção do personagem destaca a atração dos jornais por casos que envolvam questões como a morte e, acima de tudo, o interesse dos jornais em novidade e atualidade. No universo jornalístico, existe uma máxima de que uma notícia ruim é mais rentável do que uma com informações positivas. Nesta lógica, um texto sobre um sequestro, por exemplo, venderia mais do que uma simples cobertura esportiva. Erbolato (2008), ao debater os critérios de noticiabilidade, nos fala que um dos atributos de um acontecimento que desperta interesse dos jornais é o impacto que a notícia pode causar. Um crime hediondo chocaria a sociedade e o impacto que isto causaria implica a valorização de fatos como este enquanto notícia. *Chicago* valoriza esta característica explorada pelos jornais, principalmente os de cunho sensacionalista, que exploram e muito os crimes e casos policiais como fatos a serem noticiados.

Na trama, nosso objeto de estudo ainda explora, em alguns momentos, a raridade e a originalidade sob a ótica dos valores-notícia. Erbolato (2008) nos diz que estes dois valores podem se confundir na prática. No tocante a raridade, ele entende os acontecimentos que fogem aos fatos do cotidiano, algo inédito, por exemplo. Enquanto a originalidade se refere a eventos carregados de características próprias ou até mesmo curiosas.

Apesar de abordar os tópicos acima, *Chicago* enfatiza, sobretudo, a busca do jornalismo pelos novos acontecimentos. Isto é destacado em todo o filme, mas destacado nas cenas finais. Como discutimos no primeiro capítulo deste relatório, a notícia deve essencialmente ser atual e conter novidades. Esta valorização do filme aos pontos que retratamos nos parece ter a intenção de retratar o funcionamento dos jornais, mas pode ser entendida como uma crítica, no momento em que histórias de interesse humano ou outros pontos poderiam ser veiculados nos noticiários. O tom crítico ainda pode se estender ao ponto de que a pressa dos jornalistas em conquistar as novidades, sem perder o caráter atual do

tema, prejudica a qualidade das notícias, possibilitando em maior escala a publicação de informações incorretas, ou outros erros visíveis nas notícias.



Fotograma 3: Metáfora sobre o caráter atual dos jornais

Esta crítica do filme é metaforizada no instante 1:35'24" do filme, ilustrada no fotograma acima. Nela, um jornal, que estampa em sua primeira página a notícia mais aguardada da história, é pisoteado e desprezado na rua. O que motiva o desinteresse do povo pelo jornal é a ocorrência de um novo crime bárbaro na história. Esta metáfora retrata como a sociedade se comporta em razão do agendamento midiático. Pautando debates com apenas os assuntos abordados pelos meios de comunicação de massa, interessando-se somente por temas presentes nos noticiários, cada vez mais necessitada da informação dos jornais para a formação de opinião.

A imagem também reporta a realidade do jornalismo sob o olhar da teoria do *Agenda-Setting*. Que não influencia a constituição do posicionamento que a opinião pública deve

tomar perante algo, mas se mostra influente ditando os pontos em que a sociedade deve formular uma posição. Bombardeando a sociedade exaustivamente com informações acerca de determinado assunto, até que algo novo e impactante aconteça e tome o lugar antes ocupado por outro fato noticiado. Transformando instantaneamente pessoas em celebridades. Sendo este último atributo decorrente da exploração da curiosidade social existente em torno da vida das personalidades, visto pelo jornalismo como um valor-notícia a ser explorado, como nos diz Erbolato (2008), definindo-o como interesse humano.

A metáfora retrata também o modo com que a sociedade se porta em função do jornalismo. Sempre à espera de algo novo. Uma postura que leva os jornais a trabalharem da forma destacada em *Chicago*, em função da busca pela audiência e conseqüentemente o lucro. Prática que faz com que o papel social do jornalismo seja ignorado e, cada vez mais, consagra a lógica capitalista das empresas jornalísticas.

5 CONCLUSÕES

Analisando *Chicago*, procuramos estabelecer o diálogo entre nosso objeto de estudo, o filme *Chicago*, e a realidade, tal qual André França (2002) sugere para a realização de uma análise fílmica. De tal maneira, conseguimos observar a capacidade das obras cinematográficas que abordam o jornalismo em permitir contextualizações históricas acerca das mutações sofridas por este ofício, como nos diz Christa Berger (2002). A representação da prática jornalística no filme analisado demonstra se preocupar com o cotidiano real do ofício, respeitando, até mesmo, especificidades históricas. Ressaltando-se que *Chicago* não pode ser considerado um *newspapers movie*, de acordo com a classificação proposta por Berger.

Neste relacionamento entre o filme analisado e o mundo real em que nos propomos a realizar, observamos ainda que a abordagem dada ao jornalismo por *Chicago* fornece elementos capazes de fomentar discussões acadêmicas que tangem a prática jornalística e sua relação com a ética. O filme *Chicago* pode ser considerado portador de uma perspectiva teórica realista do cinema. Ele busca propor novas percepções da realidade aos seus espectadores, como sugerem os estudos fílmicos desta corrente. Em sua história, a produção reapresenta o jornalismo, os jornalistas e as notícias, revelando novos sentidos para quem a contempla. O atrelamento dos jornalistas às falas das fontes noticiosas aparece como elemento do real selecionado para ser exposto e, a partir dele, *Chicago* tece suas críticas quanto ao trabalho dos repórteres e a credibilidade dos jornais.

A partir de nossa análise, percebemos que *Chicago* pode ser utilizado no âmbito da graduação em jornalismo como um recurso didático para debates acerca da prática jornalística e do poder da mídia. Isto, por conta da representação do jornalismo presente na trama, capaz de revelar como funcionam os jornais e o trabalho dos jornalistas, explicitando algumas de suas deficiências.

Nosso objeto de estudo destaca o fato de um entrevistado poder mentir e plantar informações de seu interesse nos noticiosos para desenhar certa fragilidade do jornalismo. Desse modo, apresentando uma nova percepção do jornalismo. Um olhar em que as notícias não são interpretadas como um reflexo da realidade, verdade absoluta, mas, como uma versão formulada a partir do que falam as fontes noticiosas, que podem manipular informações da forma que desejam. Outra crítica de *Chicago*, desta vez, apontada à sociedade, por creditar tanta confiança aos jornais.

Sob o viés crítico de nosso objeto de estudo, na representação do ofício jornalístico, destacam-se as menções aos aspectos negativos dos jornalistas. São frisados os profissionais que não desempenham seu trabalho corretamente e, muitas vezes, de forma ingênua, acreditam em todos os dizeres dos entrevistados. O modo como *Chicago* representa o jornalismo em sua história contribui para a formação de uma imagem específica dos jornalistas. O perfil que traçamos a partir do filme revela o jornalista como um profissional ingênuo, manipulável, mas ávido pela informação.

Na obra analisada, não identificamos os estereótipos da figura do jornalista construída pelo cinema destacados por Stella Senra (1997), mas reconhecemos que as produções cinematográficas possuem a capacidade de interferir no relacionamento da sociedade com o jornalismo. Neste caminho, *Chicago* sublinha a capacidade e interesse dos jornais em criar e se alimentar de celebridades espontâneas. Criticando o jornalismo por agir desta forma e a sociedade por motivar o interesse dos jornais em usufruir desta prática, através de sua procura por informações e matérias desta espécie.

No interior deste recorte da atividade jornalística, *Chicago* aparece como um revelador dos bastidores da construção da notícia. Uma das características dos filmes que abordam o jornalismo, como nos diz Christa Berger (2002). Documentando a prática jornalística, a obra

explicita ao público faces da atividade dos jornalistas que podem ser desconhecidas ou despercebidas da sociedade. A relação entre fotógrafos e repórteres e os métodos de apuração de informações mostrados por *Chicago* apresentam, de forma clara, aos espectadores a realidade da profissão.

Aprofundando a representação do jornalismo, o filme revela a lógica dos jornais para selecionar o que deve ser noticiado. Mesmo que superficialmente, apresenta aos espectadores a noticiabilidade e algumas características técnicas da notícia. Porém, *Chicago* comete um equívoco ao identificar como editorial um texto que não preenche as características do referido gênero textual jornalístico.

De modo geral, a representação da prática jornalística em *Chicago* é carregada de verossimilhança. Sob uma perspectiva crítica ao jornalismo e a sociedade, ela aborda a fragilidade dos jornais para transmitir novas percepções ao imaginário coletivo, interessando-se em quebrar o prestígio social concedido ao jornalismo, tão influente na formação da opinião pública.

Entendemos ainda que o sucesso na abordagem ao jornalismo feita por *Chicago* ocorre por conta da presença indireta de uma jornalista na escrita da trama. Haja vista que uma profissional da área escreveu um dos roteiros que inspirou a produção. Uma das causas apontadas por Christa Berger (2002) para justificar a qualidade das representações do jornalismo em alguns filmes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Cláudio Weber. A regra do jogo. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

AMARAL, Luiz. A objetividade jornalística. Porto Alegre: Sagra, 2008.

AMBRÓSIO, Milanna Carvalho; PESSOA, Sue Anne Guimarães Cursino Pessoa; GAVIRATI, Vitor Franco. Custe o Que Custar: uma análise do programa CQC sob a aplicação da Teoria Funcionalista e Hipóteses dos Usos e Gratificações. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 36, 2013, Manaus. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1233-1.pdf>>. Acesso em: 17 novembro 2013

ANDREW, J. Dudley. As Principais Teorias do Cinema: uma introdução. Trad. Teresa Ottoni. Rio de Janeiro: J.Zahar, 1989.

BERGER, Christa (Org.).Jornalismo no Cinema. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

CONGRESSO EXTRAORDINÁRIO DOS JORNALISTAS. 2007, Vitória. Código de Ética dos Jornalistas.

DE ROSA, Annamaria. From Theory to metatheory in Social Representations: The lines of argument of the theoretical – methodological debate. Social Science Information. Vol. 33, n. 2, p. 273-303.

ERBOLATO, Mario L. Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário. 5ª. ed. São Paulo: Ática, 2008.

FRANÇA, André Ramos. Das teorias do cinema à análise fílmica. 2002. 157f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). Teoria da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências. 11ªed. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

JORGE, Thais de Mendonça. Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas. São Paulo: Contexto, 2008.

KRAETZIG, Nathale Cadaval. A Representação do Jornalista na Série Lois & Clark – As Novas Aventuras do Superman. Monografia de Conclusão do Curso de Jornalismo. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2012.

MARCONDES FILHO, Ciro. Televisão – A vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.

MCGARTY, Craig; YZERBYT, Vincent; SPEARS, Russel. Stereotypes as explanations: the formation of meaningful beliefs about social groups. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

MELO, José Marques. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MELO, Patrícia Bandeira de. O índio na mídia: discurso e representação social. Fundação Joaquim Nabuco: Diretoria de Pesquisas Sociais.

MOSCOVICI, Serge. On social representations. In: J.P. Forgas (org.), Social Cognition - Perspectives on Everyday understanding. London: Academic Press, 1981.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2012.

PENAFRIA, Manuela. Análise de Filmes – conceitos e metodologia(s). Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2014.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. A apuração da notícia. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

ROSSI, Clóvis. O que é jornalismo. São Paulo: Brasiliense, 2007.

SÊGA, Rafael Augustus. O Conceito de Representação Social nas Obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici. Anos 90, Porto Alegre, n. 13, p. 128-133, jul. 2000.

SENRA, Stella. O Último Jornalista: imagens de cinema. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

SOARES, Murilo César. Representações e comunicação: uma relação em crise. Líbero. São Paulo, n. 20, p. 47-56, dez. 2007.

_____. Representações, Jornalismo e a Esfera Pública Democrática. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>>. Acesso em: 12 novembro 2013.

_____. Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Porto: Bocc, 2002.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – Porque as notícias são como são. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1987.

FILMES

ALL the President's Men (Todos os Homens do Presidente). Alan J. Pakula. EUA: Warner Home Vídeo, 1976. 2h18. DVD.

CHICAGO. Rob Marshall. EUA: Miramax, 2003. 1h53. DVD

GOOD Night and Good Luck, (Boa noite e boa sorte). George Cooney. EUA: Warner Independent Pictures, 2005. 1h33. DVD.

MAD City (O Quarto Poder). Costa-Gavras. EUA: Warner Home Vídeo, 1997. 1h54. DVD.