

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

A IMAGEM DO JORNALISTA NA TV: UMA ANÁLISE DA  
REPRESENTAÇÃO DO JORNALISTA NA SÉRIE “A VIDA ALHEIA”

Bolsista: Milanna Carvalho Ambrósio, Fapeam

PARINTINS  
2015

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/0043/2014

A IMAGEM DO JORNALISTA NA TV: UMA ANÁLISE DA  
REPRESENTAÇÃO DO JORNALISTA NA SÉRIE “A VIDA ALHEIA”

Bolsista: Milanna Carvalho Ambrósio, Fapeam  
Orientadora: Prof<sup>a</sup> Msc. Graciene Silva de Siqueira

PARINTINS  
2015

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).

## **RESUMO**

Esta pesquisa tem o objetivo de analisar a representação do Jornalismo na série televisiva *A Vida Alheia*, exibida em 2010, pela Rede Globo. Tendo em vista a escassez de estudos sobre a representação do jornalista em séries televisivas, apresentamos um breve apanhado de trabalhos que analisam representações deste profissional em produtos audiovisuais. O jornalista é representado em muitos meios audiovisuais, como cinema, telenovelas, séries televisivas e, recentemente, em esquetes disponíveis na internet. Segundo Nathale Kraetzig (2012), o jornalista é percebido socialmente não apenas pelo seu trabalho, mas também através da forma como ele é representado em produtos audiovisuais feitos no âmbito do entretenimento. Portanto, se faz necessário avaliarmos como os meios estão representando os profissionais da imprensa. Neste estudo, buscamos verificar se existem semelhanças nas representações criadas acerca do jornalista nos vários meios audiovisuais, bem como identificar novas características que podem ser atribuídas a este profissional. Deste modo, discutiremos a verossimilhança, baseando-nos em obras que versam sobre a prática jornalística. Para isto, utilizaremos como metodologia a análise fílmica proposta por André França (2002), pois acreditamos que o uso deste método nos permite atender aos nossos objetivos de análise.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Representações Sociais; Séries Televisivas; Prática Jornalística.

## **ABSTRACT**

This research aims to examine the representation of Journalism in the television series *A Vida Alheia*, displayed in 2010 by Rede Globo. Given the lack of studies on the representation of the journalist in television series, we present a brief overview of studies that analyze representations of this professional audiovisual products. The journalist is represented in many audiovisual media, such as movies, soap operas, TV series and recently in sketches available on the internet. According Nathale Kraetzig (2012), the journalist is perceived socially not only for his work but also through the way it is represented in audiovisual products made in the context of entertainment. Therefore, it is necessary to evaluate the means are representing media professionals. In this study, we sought to determine whether there are similarities in the representations created about the journalist in the various audiovisual media, as well as identify new features that can be attributed to this professional. Thus, we discuss the likelihood, based on the works that deal with the journalistic practice. For this, we will use as a methodology to film analysis proposed by André França (2002), we believe that the use of this method allows us to serve our analysis objectives.

**Keywords:** Journalism; Social Representations; Televisivas series; Journalistic practice.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Editora antipática.....	36
<b>Figura 2:</b> A fã de Alberta Peçanha .....	36
<b>Figura 3:</b> Aula de jornalismo de celebridades .....	38
<b>Figura 4:</b> Conselho.....	40
<b>Figura 5:</b> Tomando liberdade .....	43
<b>Figura 6:</b> Relacionamento proibido .....	44
<b>Figura 7:</b> Ligação cínica.....	45
<b>Figura 8:</b> Sonhando alto .....	49
<b>Figura 9:</b> Visita na cadeia.....	51
<b>Figura 10:</b> Trocando de pauta.....	52
<b>Figura 11.</b> Disfarces .....	57
<b>Figura 12.</b> Invasão de privacidade .....	59
<b>Figura 13.</b> Acidente de trabalho .....	62
<b>Figura 14.</b> A demissão .....	63

**LISTA DE TABELAS**

**TABELA 01** – Apresentação dos personagens..... **23**  
**TABELA 02** – Anotações..... **31**

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>08</b>
<b>2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE JORNALISTA EM PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS: RELEITURA BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>11</b>
<b>3 METODOLOGIA E OBJETO .....</b>	<b>20</b>
3. 1 Apresentação dos personagens em destaque na série .....	23
3. 2 Resumos dos episódios.....	26
<b>4 O JORNALISMO DE A VIDA ALHEIA: ANÁLISE .....</b>	<b>31</b>
4. 1 Discussões teóricas sobre jornalismo em <i>A Vida Alheia</i> .....	34
4. 2 Jornalismo especializado em fofoca.....	37
4. 3 Como o jornalista é representado na série .....	42
4. 3. 1 Jornalista: o cínico.....	42
4. 3. 2 O profissional mal remunerado.....	46
4. 3. 3 A busca por um furo e uma promoção na carreira .....	47
4. 3. 4 O tempo e a vida fora da redação.....	50
4. 4 Ética na redação de <i>A Vida Alheia</i> .....	52
4. 4. 1 Distorções .....	53
4. 4. 2 Os fins justificam os meios? .....	56
4. 4. 3 O direito de cada um .....	58
4. 4. 4 Lentes temidas .....	60
4. 4. 5 A organização é ética?.....	63
4. 4. 6 Sem ingenuidade .....	65
<b>5 CONSIDERAÇÕES.....</b>	<b>67</b>
5. 1 As referências de Miguel Falabella.....	67
5. 2 À guisa de conclusão.....	68
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>71</b>



## 1 INTRODUÇÃO

O profissional jornalista é concebido pela sociedade não apenas pelo seu trabalho, mas também pela maneira como os próprios produtos audiovisuais os representam, especialmente a TV e o cinema (KRAETZIG, 2012). Com o passar dos anos e o avanço das tecnologias, os meios de entretenimento apresentam várias tramas para conquistar o público. Meios como o cinema, séries televisivas e telenovelas, volta e meia, trazem jornalistas como personagens de suas histórias. De modo que, por serem meios que atingem uma grande audiência, por vezes, são recebidos pela sociedade como representações fiéis à realidade, embora em muitos casos não apresentem verossimilhança.

Vários estudos já se dedicaram a estudar tais representações no cinema e, recentemente, trabalhos que analisam telenovelas e séries televisivas também surgiram na academia. Autoras como Stella Senra (1997), Christa Berger (2002) e Isabel Travancas (2001), constataram que a imagem dos jornalistas criada pelo cinema oscila entre herói e vilão. As pesquisadoras identificaram uma série de características que foram atribuídas aos profissionais da imprensa no decorrer dos anos, que servirão de base para este estudo. Adaci Silva (2012) fez um levantamento de telenovelas que possuíram jornalistas em suas tramas e comparou o perfil do profissional criado pelo produto com a prática jornalística. Mais recente, estudos sobre seriados de TV perceberam novas representações de jornalistas – assuntos que serão abordados mais frente neste trabalho.

Tendo em vista que as representações podem atingir uma grande parte da sociedade, torna-se necessário um estudo acerca da representação do jornalista na televisão. Escolhemos a série *A Vida Alheia* como objeto de análise, tendo em vista que estudos que analisam a representação de jornalista em produções brasileiras são escassos. A série já foi objeto de estudo de outras duas análises: um artigo que avalia a vinheta de abertura do programa e uma

pesquisa que o estuda como produto da indústria cultural. Portanto, tal estudo configura-se como um dos pioneiros na área, haja vista que não encontramos análises de representações do jornalista em seriados nacionais.

A *Vida Alheia* foi exibida em 2010 pela Rede Globo e narra a rotina da redação de uma revista semanal de fofoca de mesmo nome. Entre as personagens, destaca-se a editora-chefe Alberta Peçanha (interpretada por Cláudia Jimenez), apelidada no mercado editorial de “Peçonha”. Alberta também é professora universitária de Jornalismo. Ela se preocupa em aumentar a venda e circulação da revista e faz de tudo para conseguir um furo. Para isto, incentiva seus repórteres a descobrirem uma informação a qualquer custo. O advogado da revista, Duran (Sandro Christopher), sempre tenta convencer a dona da empresa, Catarina Faissol (Marília Pêra), e Peçanha a não publicarem matérias que possam levar a revista a ser processada, mas elas geralmente o ignoram. A produção também exhibe problemas pessoais e afetivos que envolvem os funcionários da revista<sup>1</sup>.

Dirigida por Cininha de Paula e Marco Rodrigo, a produção conta com o roteiro de Miguel Falabella – criador da obra –, Flávio Marinho e Antônia Pellegrino. A série era exibida uma vez por semana: todas as quintas, no período de 08 de abril a 26 de agosto de 2010. Ao todo, teve 20 episódios. Entretanto, a análise feita nesta pesquisa tomará como objeto de estudo 10 capítulos, que compõem DVD comercializado pela Globo Marcas Digital. Considerando a escassez de metodologias que analisem representações em séries televisivas, optamos pela utilização da Análise Fílmica proposta por André França (2002), em sua dissertação, seguindo algumas das etapas metodológicas que julgamos atender aos objetivos deste estudo, conforme descreveremos no tópico destinado à metodologia deste trabalho.

---

<sup>1</sup> Informações disponíveis no endereço <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/seriados/a-vida-alheia.htm>

Quanto à divisão do trabalho, apresentamos inicialmente discussões tocantes a Representações Sociais, tomando como base Serge Moscovici (1981), Fátima Oliveira & Graziela Werba (1998), bem como Murilo Soares (2007) e Maria Paula Borges (2007) – esta última sobre a representação social de profissionais. Depois disso, expomos uma releitura bibliográfica de estudos sobre a representação do jornalista em produtos audiovisuais.

O panorama de estudos acerca de representações sociais em produtos audiovisuais nos ajudará a desenvolver nossa análise. Para tanto, tomaremos como base investigações consagradas sobre jornalismo no cinema, por autoras como Senra (1997), Travancas (2001) e Berger (2012). Usaremos também estudos recentes de representações em séries televisivas, como Kraetzig (2012), Barbosa (2013) Oliveira e Schneider (2014) e Diêgo Sousa (2014). Abordaremos ainda o estudo de Adaci Silva (2012) sobre o personagem jornalista em telenovelas. A partir disso, poderemos acrescentar novos estereótipos que vêm sendo atribuídos ao profissional nas produções audiovisuais mais recentes, como nosso objeto de estudo.

Em seguida, descreveremos os processos metodológicos que orientaram a pesquisa. Por fim, apresentaremos a análise em si. Nesta, discutiremos trechos da série *A Vida Alheia*, relacionando-os com teorias do âmbito jornalístico, dentre eles, os conceitos de jornalismo especializado em celebridades – tendo em vista que este é o segmento jornalístico representado na série. Para isto, tomaremos como base autores como Ana Carolina Abiahy (2000), Camila Gusmão (2010), Fábila Dejavitte (2002) e outros. Outro ponto a ser abordado é a conduta ética na profissão. Para isto, utilizaremos como embasamento os códigos de ética e conduta dos profissionais da imprensa, além de discussões deontológicas da profissão. Utilizaremos ainda discussões éticas e morais de Marilena Chaui (2000), em *Convite à Filosofia*, bem como Eugênio Bucci (2000), com *Sobre Ética e Imprensa*, entre outros.

## **2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE JORNALISTA EM PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS: RELEITURA BIBLIOGRÁFICA**

No cotidiano da vida em sociedade, temos contato com pessoas que possuem diferentes visões de mundo. Experiências pessoais somadas ao compartilhamento de informações e pelo senso comum acabam influenciando determinados pensamentos que formulamos e reformulamos. Desta forma, surgem conceitos, explicações e preposições de determinados grupos ou coisas (MOSCOVICI, 1981). O conjunto destas teorias é conhecido no campo da Psicologia como Representação Social (RS). Um dos principais estudiosos do tema, Serge Moscovici (1981) pondera que as representações sociais podem ser comparadas aos mitos nas sociedades tradicionais e que estas também podem ser vistas como a versão atual do senso comum. Isto porque os mitos são narrativas compartilhadas socialmente. Já o senso comum é formado por ideias, pensamentos sobre determinado tema. Ambos são adquiridos no convívio social, tal como as representações.

Oliveira e Werba (1998, p. 5) conceituam as RS como “teorias sobre saberes populares e do senso comum, elaboradas e partilhadas coletivamente, com a finalidade de construir e interpretar o real”. Quando indivíduos criam ideias sobre determinado grupo profissional ou a prática destes, surge a representação social de uma profissão (BORGES, 2009).

Com a evolução da tecnologia e a disseminação dos meios audiovisuais,

a questão das representações deixaria paulatinamente esse domínio ligado a ideias e doutrinas formuladas proposicionalmente e começaria a envolver, cada vez mais, as representações visuais e encenações mediáticas, nas quais, geralmente, os conceitos não são expressos claramente, nem argumentos são construídos, estando, pelo contrário, implícitos nas imagens visuais das narrativas mediáticas (SOARES, 2007, p. 50).

Tendo em vista a afirmativa do autor, percebemos nos meios audiovisuais que muitos são os profissionais representados. E as produções estão carregadas de estereótipos de forma implícita e explícita. Muitas das imagens criadas pelos meios de comunicação de massa são

absorvidas e interpretadas como representações fiéis à realidade por parte do público. Deste modo, a reprodução das representações acaba influenciando na construção da imagem do profissional. Entre eles, destacamos a figura do jornalista, constantemente representado em produtos audiovisuais, histórias em quadrinhos e até na literatura. Um dos meios que mais apresenta, ao longo dos anos, o profissional como personagem em suas produções é o cinema. No que tange ao estudo da imagem do jornalista na ‘Sétima Arte’, Stella Senra foi uma das pioneiras. Autora de *O último jornalista: imagens de cinema*, Senra aponta várias características que o cinema atribuiu ao jornalista, aborda as transformações no âmbito jornalístico e expõe como as produções cinematográficas acompanharam tais modificações.

Outra autora que versa sobre o tema é Christa Berger, que organizou, em 2002, o livro *Jornalismo no Cinema*. A obra é resultado da pesquisa *O Ofício do Jornalista: da sala de redação à tela de cinema*, realizada entre 1998 e 2000, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O livro reúne artigos de Berger e outros pesquisadores, que fizeram um levantamento de filmes que continham na sinopse alguma palavra-chave relacionada à atividade jornalística – configurando-se, assim, em um *newspaper movie* (filme de jornalista), de acordo com a autora. Eles chegaram a um número de 668 produções com títulos traduzidos no Brasil, mais 117 que não foram distribuídos no país, resultando em 785 obras que continham o jornalista e/ou o ofício jornalístico representados.

Stella Senra busca identificar os estereótipos que se tinham dos jornalistas. Conforme Rosa (2006), o jornalista americano Walter Lippman foi um dos primeiros a conceituar estereótipo. O autor o define como

uma imagem simplificada do mundo, formada a partir de generalizações nem sempre corretas, sobre grupos ou categorias de pessoas, com o objetivo de satisfazer a necessidade de se ver o mundo de modo mais compreensível do que ele realmente o é (LIPPMAN, 1922, *apud* ROSA, 2006, p. 22).

Esta imagem pode ser construída de modo positivo ou negativo, mas o sentido negativo se destaca mais que o positivo, porque estes são menos frequentes (LIMA, 1997). Segundo Senra (1997), características como o mercenarismo, a idealização e romantização da profissão, ignorância, bem como a presença de álcool, cigarro e cinismo. Ela aponta que, destes, um dos primeiros estereótipos que o cinema atribuiu ao jornalista foi o mercenarismo. Isto é, o profissional era representado como alguém que só trabalhava por dinheiro (SCHUDSON, 1978, *apud* SENRA, 1997).

A autora explica que esta característica estava ligada à forma como o jornalista era remunerado no início da atividade profissional. Entretanto, tais condições atribuíram ao jornalista um estereótipo bem explorado pelo cinema: a imagem de um profissional idealista e romântico que, embora não fosse bem recompensado, dedicava-se ao trabalho pelo bem coletivo (SENRA, 1997).

Devido à baixa extração social e à ausência de formação acadêmica dos primeiros profissionais da imprensa, ao jornalista também se associou a ignorância. Já o contexto boêmio no qual muitos viviam resultou na integração de elementos como álcool e cigarro (SENRA, 1997). A autora destaca que um dos mais insistentes estereótipos atribuídos ao jornalista no cinema foi o cinismo. Para explicar tal associação, Senra recorre à explicação de Schudson (1978), segundo a qual o cinismo dos jornalistas seria como um desprezo pelas ilusões populares, além disso, os jornalistas sabiam o que estava por trás da realidade.

Além de Senra e Berger, outras autoras que se dedicaram a analisar a imagem do jornalista na “Sétima Arte” foram Isabel Travancas (2001) e Rachel Rosa (2006). A primeira notou que, ao longo dos anos, o cinema expôs a figura do jornalista ora como herói, ora como vilão. A imagem de vilão se desenha quando os filmes exibem o jornalista sendo um profissional sem caráter, que busca alcançar os objetivos a qualquer custo, não mede esforços

para conseguir um furo, e coloca a carreira na frente de tudo e de todos. Por sua vez, o cinema também mostrou o jornalista como o herói, que defende a verdade, a democracia, o bem comum e se identifica com os valores do mundo (TRAVANCAS, 2001). Já a segunda ponderou que o cinema revelou o cotidiano dos jornalistas, a busca e apuração de notícias, o contado com as fontes e, segundo ela, o aspecto preferido: a relação do profissional com a ética (ROSA, 2006). Ainda de acordo com a autora, os filmes que retratam o jornalismo têm as questões éticas como um eixo para o desenvolvimento da história.

De acordo com o referencial teórico da relação do cinema com o Jornalismo, percebemos que existe muito interesse da Sétima Arte em retratar o profissional da imprensa. Berger (2002) indica que um dos motivos que leva à frequente presença do personagem é o fato de que as produções exibem como é feito o trabalho do jornalista e como este chega a determinado acontecimento.

Todos conhecemos os acontecimentos através da mídia, com os filmes sobre jornalismo, sabemos também de como os acontecimentos viraram notícia. Os filmes de jornalismo não deixam de ter um caráter de ‘documentário dos bastidores’ (BERGER, 2002, p. 16).

Rosa (2006) aponta que o cinema, desde o seu início, tem a preocupação de se manter atento aos acontecimentos do mundo e ser um reflexo da realidade. Um dos fatores que pode ter levado o jornalista às telas de cinema por tantas vezes é o fato de o leitor acreditar no jornal e o mesmo pode acontecer se o profissional aparecer nos filmes (DÁVILA, 2003).

Em pesquisas recentes, de 2013 e 2014, detectamos ainda outras características, como o poder da mídia evidenciado nas produções e a figura de um profissional ávido por informação e em busca de uma promoção na carreira. Além disso, percebeu-se que algumas Teorias do Jornalismo são ilustradas nos filmes (AMBRÓSIO, *et al.*, 2014).

Mas não é só a Sétima Arte que traz o jornalista como personagem de suas obras. Embora a relação seja menos estudada, a televisão também tem apresentado o profissional da imprensa em suas produções, por meio de novelas ou séries televisivas.

Em pesquisa realizada por nós sobre a presença do profissional em telenovelas, encontramos a dissertação de Adaci Aparecida Oliveira Rosa da Silva, feita em 2012: *O mundo do trabalho dos jornalistas na realidade e na ficção. Uma análise comparativa do perfil do profissional dos discursos da telenovela sobre as práticas do jornalista*. No trabalho, a pesquisadora faz um levantamento de quantas vezes o profissional apareceu em novelas da Rede Globo, durante o período de 2000 a 2012. Além disso, faz uma análise comparativa de como as novelas representaram o jornalista, tendo como base pesquisa sobre o perfil do profissional e a realidade da prática.

Segundo a autora, no referido período, foram produzidas 58 novelas pela emissora. Destas, 14 (isto é, 24,3%) tinham o jornalista como personagem de suas tramas, chegando a um total de 18 jornalistas. Silva (2012) faz uma importante ressalva: “a distribuição das telenovelas e suas temáticas na grade de programação é uma estratégia elaborada pela emissora a partir de estudos feitos sobre as audiências e públicos” (SILVA, 2012, p. 129).

Na dissertação, a autora escolheu três novelas<sup>2</sup> para analisar. De acordo com ela, nas telenovelas, o jornalista aparece explicando de forma didática como o jornalismo pode ajudar a resolver as falhas da sociedade (SILVA, 2012). Nas tramas novelísticas, temos diversas representações de profissionais. Há características que se assemelham àquelas encontradas no cinema: o profissional que é “devotado” à prática jornalística, vai atrás da informação a qualquer custo e tem relação forte com o meio urbano. Embora não utilize especificamente as Teorias do Jornalismo como base, pela descrição da autora, a prática jornalística representada nas novelas também pode ilustrar as teorias, como propõem os estudos citados anteriormente.

---

<sup>2</sup> *A Favorita* (2008), *Paraíso* (2009) e *Insensato Coração* (2011).



O típico caso do profissional que quer subir na carreira também está presente nas novelas, bem como características que Senra (1997) identificou no cinema, tais quais a figura do jornalista que vive sozinho, tem vida pessoal comprometida e é mal remunerado. Além disso, debates jornalísticos interessantes foram identificados por Silva (2012) nas telenovelas. Como exemplo, podemos citar o embate do jornalismo impresso *versus* jornalismo *online* a a adaptação do profissional à mudança.

Silva (2012) encontrou ainda nas cenas novelísticas a discussão sobre a necessidade da formação acadêmica para o exercício da profissão jornalística. Uma das novelas analisadas mostra a dificuldades dos profissionais recém-formados de conseguirem emprego e a figura do jornalista que não se sente preparado para o mercado de trabalho apenas com o curso superior. A autora indica que há também presença de vícios como álcool e jogos e material para discussões sobre ética, como nas representações encontradas na Sétima Arte.

Além das telenovelas, o personagem jornalista está presente nas séries televisivas, como citamos acima. Portanto, buscamos por estudos que analisavam a representação em tais formatos. Encontramos a monografia de Nathale Kraetzig (2012), no qual é analisada a série *Lois & Clark – As novas aventuras do Superman*, além de três análises da série *The Newsroom*, que estreou em 2012, no canal HBO.

Tal como no cinema e nas telenovelas, a produção avaliada pela autora apresenta o profissional em conflito com a ética. De acordo com ela, na série, o jornalista é representado como um profissional que não mede esforços para chegar até a informação. “A partir desta afirmação podemos notar a construção do perfil da jornalista investigativa, que desconsidera conceitos de propriedade privada, não se constrange em violar espaços proibidos na busca por um furo jornalístico” (KRAETZIG, 2012, p. 27).

Mais uma vez, o contato com o meio urbano é reforçado em produções audiovisuais. Souza (2007, *apud* KRAETZIG, 2012), afirma que é como se o jornalista estabelecesse um compromisso com o ambiente urbano, pois é nele onde este concentra e dissemina hábitos e comportamentos da cultura, além disso, é na cidade que se encontra a matéria-prima da atividade jornalística.

A representação do jornalista como herói é bastante reforçada na série, segundo a autora, até pelo fato de um dos jornalistas da série ser realmente um herói com poderes especiais (Superman). Kraetzig (2012) também indica que este personagem foge totalmente das representações comuns em produtos audiovisuais:

Por ser, paralelamente, um herói, ele é mostrado como um homem virtuoso, sem vícios ou desvios de caráter, qualidades que ele leva também para a sua prática jornalística. Tornando-se, assim, um profissional que, se por um lado foge do estereótipo de jornalista complexo, cheio de problemas e focado apenas na sua profissão, por outro se aproxima daquele profissional considerado ideal, por focar suas ações na conduta ética e na busca pela verdade (KRAETZIG, 2012, p. 36-37).

Em pesquisa de iniciação científica realizada recentemente, Gavirati (2014) destacou que o jornalista aparece em produção cinematográfica como um profissional ingênuo e manipulável, por acreditar na veracidade de declarações de fontes sem checar as informações. Tal atributo também está presente na série e o jornalista precisa conviver com uma repórter mais experiente que serve como uma consciência crítica ao apresentar mais critérios de avaliação das informações que recebem (KRAETZIG, 2012).

Outro aspecto apontado pela autora que merece ser destacado é o fato de a série apresentar contrastes quanto à vida pessoal e relacionamento familiar dos jornalistas. De acordo com ela, estão presentes tanto a figura do profissional que se sente solitário e precisa renunciar da vida pessoal em nome da profissão, como a imagem de um jornalista que tem na família o seu suporte. Esta é uma característica rara nas produções audiovisuais, como pode ser percebido através das referências do tema. Como indica Senra (1997), no cinema, o

jornalista é desprovido de uma história pessoal, ou seja, na maioria dos filmes, não se vê a família ou a casa do personagem, nem se sabe quais são seus gostos pessoais.

No que tange à representação do jornalismo na série televisiva *The Newsroom*, Sinaldo Barbosa (2013) destaca que a série exhibe o tipo de jornalismo ideal, proposto por Eugênio Bucci (2000)<sup>3</sup>. Barbosa ponderou que o jornalismo representado pela série é utópico e divergente da realidade vivida nas redações.

A série é um celeiro de debates sobre a prática jornalística e dá margem a discussões do modelo comunicacional empregado pelas empresas midiáticas, fazendo uma ode ao jornalismo ideal e mostrando possibilidades, por mais que ousadas, de mudar esse atual paradigma informacional pré-moldado nos grilhões econômicos (BARBOSA, 2013, p. 2-3).

Isso porque na série, uma das personagens defende a divulgação de fatos de interesse público, mesmo que isso seja contrário aos interesses da empresa. Ou seja, o jornalismo representado em *The Newsroom* não se deixa levar pelos efeitos dos interesses econômicos e políticos.

O autor destaca que a série nos leva a reflexões sobre a prática jornalística. Questões que envolvem discussões éticas e deontológicas, como a importância das fontes e confidencialidade, bem como o impacto das novas formas de comunicação no jornalismo, além da hierarquia organizacional da redação, o retrato do cotidiano dos jornalistas e toda a pressão que envolve a profissão são exibidos na produção (BARBOSA, 2013).

O jornalista como *gatekeeper*, isto é, aquele que seleciona as notícias que são transmitidas ao público, também é representado na série. Assim, Barbosa (2013) aponta que *The Newsroom* é um universo de ensinamentos aos profissionais da comunicação.

A função didática da série também é elucidada por Ana Oliveira e Greice Schneider (2014). De acordo com as autoras, *The Newsroom* tem a pretensão de doutrinar o espectador sobre a melhor forma de se fazer jornalismo. Elas também destacam que a produção exhibe

---

<sup>3</sup> Eugênio Bucci (2000), em *Sobre Ética e Imprensa*, embasa-se em Walter Lipmann (1922) para dizer que o jornalismo ideal é aquele que transmite assuntos de interesse público. Em outras palavras, o jornalismo deve trabalhar para o público.

jornalistas indo contra a ideia de ‘*bad news is good news*’ (notícia ruim é boa notícia, em tradução livre), uma vez que há a preocupação com a qualidade da notícia, fugindo do apelo emocional que leva ao sensacionalismo.

A figura do jornalista como herói, portanto, é evidenciada na série (OLIVEIRA; SCHNEIDER, 2014), por ser uma representação de profissional que desafia o sistema a fim de produzir um jornalismo de qualidade.

Diêgo Sousa (2014) entende que a série foi criada com a tentativa de reviver a era de ouro do jornalismo estadunidense<sup>4</sup>.

os episódios apresentam, de modo metafórico, a ideia de que o reerguer da nação passa pela adesão dos valores de democracia, liberdade individual e modelo para outras nações, através de um revivescimento do telejornalismo praticado entre as décadas de 1950 e 1970 (com algumas referências à CNN da década de 1990) (SOUSA, D., 2014).

O autor debruça sua pesquisa em analisar elementos técnicos como montagem, cenário e roteiro. Portanto, tendo em vista que avaliar por meio de aspectos cinematográficos não é o objetivo desta pesquisa, estenderemos até a explanação do trabalho supracitado.

Embora estudos mais gerais no tocante à representação do jornalista em produtos audiovisuais como novelas e séries sejam escassos, a partir de tais apontamentos, podemos dar suporte à nossa análise. Ressaltando que somaremos a estes os estudos já consolidados sobre a representação do jornalista em filmes. Buscaremos identificar se as características apontadas pelos trabalhos que analisam a representação dos profissionais de imprensa nesses produtos se repetem na série *A Vida Alheia*, além de detectar novos atributos que poderão ser encontrados em nosso objeto de análise.

---

<sup>4</sup> Segundo Diêgo Sousa (2014, p. 33), “no decorrer da temporada, seremos apresentados a outras referências ao jornalismo praticado no período que compreende as décadas de 1950 a 1970”. “Desse modo, a primeira temporada da série é a tentativa de retomada do jornalismo libertário, que segundo Petersson, Schramm e Siebert, possui os EUA como seu maior expoente” (SOUSA, D., 2014, p. 36).

### 3 METODOLOGIA E OBJETO

Para realizar esta pesquisa, inicialmente buscamos por procedimentos metodológicos que orientassem nossa análise. Todavia, não encontramos uma metodologia que fosse voltada precisamente à análise de séries televisivas. Portanto, optamos por utilizar o método de Análise Fílmica proposto por André França (2002). Acreditamos que a utilização deste método nos permite analisar com certa liberdade nosso objeto de estudo. Além disso, ressaltamos nossa familiaridade com a metodologia em pesquisa científica anterior.

O método consiste em seis etapas ou fases. Na **primeira**, o analista somente aprecia a produção sem preocupação alguma, como se fosse um telespectador comum e não precisasse fazer uma análise da obra. Já a **segunda** fase acontece ao mesmo tempo da primeira. Nela, o analista assiste ao produto e se entrega a ele, deixa-se levar pela emoção da trama, permitindo que este o toque. Logo, o indivíduo deverá pensar sobre tema abordado, sobre a vida e o mundo. Terminada a reflexão, deve-se fazer anotações sobre o que se recordar referente a esses assuntos (FRANÇA, 2002).

França propõe que na **terceira** etapa o analista assista a produção novamente e dedique-se a observar os elementos cinematográficos, ou seja, fotografia, montagem, som, direção, interpretação de atores, cenografia, etc. Entretanto, nesta pesquisa, não dirigiremos atenção a esta etapa, pois o nosso foco não é avaliar a obra por meio de seus elementos técnicos.

Na **quarta** etapa, o analista deve elaborar hipóteses sobre a obra, sobre o projeto e acerca da relação estabelecida dele com o mundo. Estas observações nortearão a construção de um sistema para a produção. Nesta fase do trabalho, o analista deverá também estar atento às analogias e correspondências com o mundo que o artista coloca na obra e que o espectador entra em contato quando a ela se submete (FRANÇA, 2002).

França sugere que, na **quinta** fase do estudo, o analista deve assistir a produção mais uma vez para averiguar as hipóteses levantadas por ele sobre aquela obra. Nesta etapa, ele confirma ou corrige seus apontamentos acerca da construção do filme.

Por fim, a **sexta** e última fase é designada à redação do trabalho, a análise em si. Nela serão organizadas as anotações feitas nas primeiras etapas e desenvolvidas as ideias esboçadas sobre a obra analisada.

Outra indicação do autor para esta metodologia é que o analista não faça a descrição da obra. De acordo com ele, o leitor perderia o interesse pela produção. Além disso, França destaca que nenhuma descrição é capaz de apresentar a obra em sua totalidade.

[...] nenhum tipo de descrição, por mais detalhada que seja pode substituir ou pretender ser equivalente à imagem em movimento. Assim, a opção pela descrição parece-nos a escolha equivocada que denega a distorção, o erro e o desvirtuamento do objeto assim abordado (FRANÇA, 2002, p. 124).

Concordamos com a afirmação do autor de que a descrição não substitui a obra. Entretanto, acreditamos que por ser uma análise, é nosso dever apresentar todos os detalhes possíveis a fim de permitir que mesmo uma pessoa que não tenha acesso à obra entenda e visualize os elementos apontados em nossa pesquisa. Portanto, faremos as descrições que julgamos necessárias para a melhor compreensão de nossa análise.

Apesar da dificuldade de fazer a descrição de uma imagem em movimento, usaremos como suporte para esta análise o recurso do fotograma, que consiste em retirar algumas imagens da obra. De acordo com Manuela Penafria (2009?), o fotograma é “um suporte fundamental para a reflexão já que permitem fixar algo movente, as imagens de um filme”. Além disso, faremos, antes de entrarmos na análise propriamente dita, uma breve descrição de cada episódio e dos personagens mais notáveis da série, a fim de situar o leitor sobre o seriado.

No tocante à análise do jornalismo de celebridades, que é representado na série, para nossa melhor compreensão do segmento, observamos algumas revistas de fofoca que são produzidas no Brasil, a fim de detectarmos as características da área.

Aplicando a metodologia de França a nossa pesquisa, de início observamos a série como um telespectador comum, sem preocupações com a análise, para depois tomarmos anotações e definirmos as categorias a serem analisadas. Em seguida, elaboramos hipóteses acerca do nosso objeto e, posteriormente, assistimos novamente com o objetivo de confirmarmos ou corrigirmos nossas suposições. Por fim, nos dedicamos à redação da análise em si, sempre relacionando às referências teóricas sobre o tema estudado.

### 3. 1 Apresentação dos personagens em destaque na série<sup>5</sup>

#### PERSONAGENS JORNALISTAS



**Alberta:** Editora da revista *A Vida Alheia*. Também é professora universitária. Grossa, antipática, chantagista e cínica. Alberta não mede esforços para fazer a revista vender bastante. Por isso, não se importa com os limites éticos e morais que envolvem a publicação de algumas matérias. Ela mora com a filha adolescente e, por conta do trabalho, não dá atenção à garota – o que causa conflitos entre as duas. Durante a trama, se envolve com Tom, um jovem ator, e oferece a ele um emprego de crítico na revista.

**Manuela:** Repórter há pouco tempo na revista, mas cheia de ambição e esperança de promoção de cargo. Faz tudo o que Alberta manda, sem hesitar. Usa disfarces para conseguir descobrir ou provar uma história. Namora Lírio, o fotógrafo da revista, mas teme assumir o relacionamento, pois Alberta não permite romance entre funcionários.



**Lírio:** Fotógrafo da revista. Apaixonado por Manuela, insiste em assumir um relacionamento sério com a repórter. Preocupado com limites éticos, recusa-se a fazer certos serviços que julga como antiéticos. Ao ter uma crise de consciência, demite-se da revista, mas volta a pedido de Manuela.

**João:** É promovido a chefe de reportagem depois que se torna amante de Catarina, a dona da revista. Almejando subir mais ainda na carreira, gosta de mostrar serviço à patroa a fim de provar que pode substituir Alberta na editoria da revista. Quando Alberta vira foco de escândalo com sua filha, assume temporariamente a editoria e quer que a história vá para a capa, mas Catarina não permite.



<sup>5</sup> Apresentamos uma breve descrição de cada um dos personagens que tem mais destaque na série. Além de alguns jornalistas da redação, apresentamos outros personagens que são citados neste trabalho.





**Olívia:** Repórter da revista, é seduzida por Tom e se envolve com ele ao mesmo tempo em que o rapaz tem casos com Alberta e Paula. No início, tem medo que a editora descubra o caso, mas depois o envolvimento se torna público na redação. No episódio final, pede demissão e vai para uma revista criada pelo ex-marido de Catarina.

**Amadeu:** Repórter da revista. É mandado por Alberta a acompanhar Manuela em um episódio onde ela se disfarçaria para conseguir um furo. Para não faltar à festa de aniversário da namorada, troca de pauta com um colega e precisa se justificar com João.

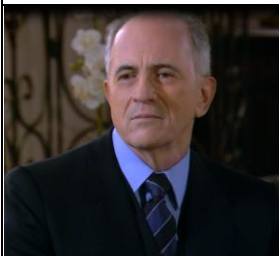


### OUTROS PERSONAGENS EM DESTAQUE NA SÉRIE



**Catarina:** Dona da revista *A Vida Alheia*. Vive uma crise no casamento e o marido pede divórcio, mas se nega para não ter que pagar pensão. Teve o casamento “arranjado” pelo pai, por isso, não demonstrava amor pelo marido. Tem um caso com João. Geralmente aceita as sugestões de Alberta para a revista, mesmo que contrarie as ideias de Duran, o advogado da publicação. Na trama, não fica claro se ela é jornalista.

**Duran:** Advogado da revista. Preocupado com os processos que a revista pode tomar com publicações polêmicas, sempre tenta impedir Alberta e Catarina de ultrapassarem limites éticos, mas nunca tem sucesso.



**Júlio:** Marido de Catarina. Cansado de ser humilhado pela esposa, pede o divórcio. Como ela não aceita, Júlio quer reivindicar os direitos no negócio de Catarina. Para se vingar dela, apresenta proposta de lançar uma revista com a chancela de *A Vida Alheia*, chamada *Sarjeta*.

**Paula:** Filha de Alberta, tem que lidar com a ausência da mãe na maior parte do tempo. Quando tenta se aproximar de Alberta, a editora sempre tem um problema para resolver na revista. Sonha em ser atriz e tem vergonha de dizer que é filha de Alberta devido à fama que a mãe tem. Ameaça Tom dizendo que se ele não ficar com ela, dirá a mãe que ele ficou e o rapaz terá problemas. Acaba se engravidando dele e os dois vão morar juntos. Durante uma briga, Paula é agredida por Tom e dá três tiros nele.



**Tom:** Sonha em ser ator, mas se envolve com Alberta e vai trabalhar como crítico de teatro na revista. Dá em cima da maioria das mulheres da redação. Ameaçado por Paula, envolve-se com ela. É agressivo e gosta de contar vantagens. Agrede fisicamente Paula e a jovem o mata.

**Pardal:** *Office-boy* da redação. Denomina-se assim, mas também trabalha servindo bebidas aos chefes na redação. Personagem cômico, adora dá palpites na revista, e às vezes ajuda com comentários úteis. Porém, sempre é repreendido de forma grosseira por Alberta. É atropelado por Tom, mas esconde isso da redação.



**Chico:** Fotógrafo, amigo de Lírio e Manuela. É chamado para fazer fotos de um ator morto e aceita, pois estava precisando de dinheiro. Quando descobre algo interessante, entra em contato com Lírio e Manuela. Em um episódio, é obrigado pela esposa a subir na janela de um motel para fotografar um jogador de futebol, porém, sofre um acidente.

**Tabela 1:** Tabela com apresentação dos principais personagens da série

### 3. 2 Resumo dos episódios

Em DVD comercializado pela Globo Marcas Digital, tivemos acesso a 10 dos 20 episódios de *A Vida Alheia* que foram ao ar. A seguir apresentamos resumo elaborado por nós de cada um dos episódios.

**Manchas do passado** (Episódio de estreia da série/Foi ao ar em 08/04/2010)<sup>6</sup>: Após observar umas fotos tiradas por Lírio, Manuela – que trabalha há pouco tempo na revista – levanta a suspeita sobre a paternidade do filho de uma famosa atriz. A repórter leva as fotos até a editora, que pede a ela para conseguir material para a realização de um exame de DNA. Para cumprir a ordem da editora, Manuela se disfarça de babá, enquanto Alberta consegue fios de cabelo do suposto pai da criança, que não é o marido da atriz. O resultado do exame dá positivo e Manuela acredita que vai publicar o primeiro furo na revista. Alberta e Catarina encontram a atriz para conversarem sobre o caso e descobrem que o escândalo não será possível. O marido da atriz – que é dono de um bando – confirma que não é o pai da criança, pois não pode ter filhos e revela que o casal teve a ideia de fazer inseminação artificial. A história não é publicada a troco de o banco do marido da atriz ser o novo anunciante da revista.

**A luz que não se apaga** (15/04/2010): Leila, secretária da revista, informa Catarina e Alberta de que um famoso ator, que estava internado, morreu. A notícia não foi publicada em lugar nenhum, então Alberta manda Manuela e Lírio irem até o hospital apurar a história. Devido à dificuldade de entrar no hospital, Alberta sugere que Manuela se vista de enfermeira. Após a morte ser confirmada, a editora decide que a capa da semana terá uma foto do ator morto no hospital, a contragosto de Duran. Lírio se recusa a fazer a foto e convida

---

<sup>6</sup> Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/seriados/a-vida-alheia/a-vida-alheia-lista-de-episodios.htm>

Chico para realizar o serviço. Com a publicação da foto do homem morto na capa, Catarina vê a consciência pesar, mas Alberta a conforta e diz que a função dela é fazer a revista vender.

**O direito de cada um** (13/05/2010): Chico está no motel quando avista famoso jogador com um travesti, então, liga para Lírío e Manuela, que correm para o local na tentativa de flagrar o rapaz. Chico tenta fotografar o famoso dentro do motel, mas acaba sofrendo um acidente. A revista acaba dando a capa com a história do jogador, entretanto, a publicação acaba se tornando a vilã para a opinião pública, pois um movimento contra homofobia faz protesto e acusa o veículo de preconceito. Alberta decide recolher a edição das bancas. Tentando reverter a situação, Manuela convida a travesti para ser a capa da revista e esta aceita. Assim, a revista limpa a imagem diante do público. No episódio, Tom é contratado pela revista para assinar uma coluna sobre teatro.

**O sequestro** (27/05/2010): Alberta, Manuela e Lírío vão cobrir a festa de lançamento de uma novela. Na ocasião, acabam encontrando uma cantora e uma moça que a estava perseguindo. A mulher é ex-namorada da cantora e afirma que esta roubou músicas dela. Alberta manda Manuela apurar o caso. Quando a repórter vai à casa da cantora para entrevistá-la, as duas acabam sendo surpreendidas pela ex-namorada da famosa. Armada, a mulher faz as duas de refém. Ela quer que todo mundo saiba sua versão da história. Alberta ouve um CD da sequestradora e percebe que ela não tem talento e a história não é confirmada. No fim, a moça comete suicídio e a morte sai na capa da revista.

**Filme americano** (10/06/2010): Uma amiga de Marlene (esposa de Chico) acusa um famoso apresentador de TV de assédio sexual. Ela se inscreveu em um concurso do programa do apresentador e afirma que ele a assediou. Acompanhada de Chico e Marlene, a moça tenta vender a história para Alberta, mas ela não aceita porque não tem provas e diz que ninguém vai querer saber do caso porque a moça não é famosa. Entretanto, a editora manda Manuela se

inscrever no concurso a fim de confirmar se o apresentar assedia as candidatas. Manuela usa uma microcâmera na roupa quando vai participar do programa e é assediada. A história vira a capa da semana.

**Uma noite na ópera** (17/06/2010): Na redação, surgem fofocas a respeito de Tom. Alguns acham estranho o comportamento do jovem, pois ele tenta seduzir todas as mulheres da redação. Duran tenta alertar Alberta, mas ela não dá importância. Anunciantes pedem a presença de um casal famoso no castelo de celebridades mantido pela revista. A dupla recebe o convite há anos, mas não aceita. Surgem boatos de que este casal frequenta uma casa de suíngue. Alberta manda Manuela e Lírio irem ao local investigarem o boato. Eles encontram o casal no lugar e confirmam os rumores. Alberta chantageia os famosos e os obriga a aceitar o convite para o castelo sob ameaça de publicar a história da casa de suíngue. O casal aceita. Paralelo a isso, Catarina, Alberta, João e Tom vão a um concerto de uma cantora. Tom fica para uma festa particular com uma cantora e a flagra usando droga junto com uma ex-modelo. Ele fotografa e a história vira a capa da semana.

**Intimidação** (01/07/2010): A revista estava sem uma história interessante para colocar na capa. Até que Manuela recebe a notícia de que a filha adolescente de uma famosa agride uma colega na escola e a menina agredida entra em coma. A editora manda Lírio e Manuela averiguarem a história. Eles vão, mas não conseguem entrar no local. Tentando descobrir algo, a repórter fala com algumas alunas e mente dizendo que estava fazendo uma matéria sobre moda. As garotas dão algumas informações sobre a história. Ela descobre que a filha da famosa tem um histórico de agressões na escola e os casos foram encobertos pela direção. Alberta liga para a mãe da agressora e a coloca contra a diretora. Para desviar a culpa e o foco de si, a famosa pede à diretora que receba a jornalista para uma entrevista. Durante a conversa, a gestora diz que a menina tem problemas e sugere à Alberta que converse com a

mesma. A editora manda Manuela falar com a garota. A repórter consegue declarações polêmicas da adolescente, que vai para a capa da revista.

**Acidente de trabalho** (12/08/2010): Quase todos da redação foram dispensados para a comemoração do aniversário de Manuela. Alberta interrompe a festa quando descobre que um príncipe chegou ao Brasil e vai pedir a namorada em casamento. A editora ordena que todos saiam para descobrir onde está o casal. Manolo, um fotógrafo com a fama de fazer tudo para conseguir uma foto que lhe dê dinheiro, estava junto da turma, ouve a história e tenta ir sozinho alguma foto, mas Lírio sobe na moto do rapaz e os dois vão juntos. Os fotógrafos encontram o casal e eles tentam fugir da dupla em um carro. Durante a perseguição, o veículo capota e a namorada do príncipe morre. Manolo pega a câmera de Lírio e fotografa a moça morta. Lírio fica desesperado e tem uma crise de consciência. *A Vida Alheia* corre o risco de ser indiciada por homicídio culposo, além disso, o fotógrafo não prestou socorro à vítima. Porém, Duran prepara a defesa da revista. Lírio pede demissão. Alberta se afasta para resolver problemas com Paula, que foi agredida por Tom e está grávida dele. João assume a edição de um número da revista.

**Amor de mãe** (19/08/2010): Surgem boatos de que um casal de celebridades (a vice do concurso de Miss Brasil e um cantor espanhol) está se separando, mas a história ainda não saiu na mídia. Para descobrir algo, Alberta fala com a mãe da famosa e pede para entrevistá-la. A mulher revela que o motivo do divórcio é que o cantor estaria traindo a filha. Ela pede que a revista consiga provas disso. Manuela convence Lírio a voltar para a revista. Os dois vão até o apartamento do cantor que está se divorciando, confirmam a traição e conseguem provas para a publicação. João percebe que Alberta está tendo problemas com a filha e diz que pode editar a revista quando ela precisar se ausentar. A editora fica furiosa, mas diz que vai esquecer a história e diz que se João insistir, terá problemas.

**Abandonos** (26/08/2010): A redação está indecisa sobre qual história irá para a capa da semana: um crime na alta sociedade ou a história de um jovem que estava fazendo sucesso no cinema (que teve a mãe assassinada pelo marido; o homem estava prestes a sair da cadeia). Alberta manda Lírio e Manuela irem atrás da história do rapaz. Ela quer promover o encontro entre o jovem ator e o pai, que está saindo da prisão. Tom agride Paula mais uma vez e, durante a briga, ela o mata. Alberta precisa se afastar da revista para resolver os problemas da filha e João assume temporariamente a editoria. Ele queria dar a capa com a história da filha de Alberta, mas Catarina não autoriza. Manuela aguarda o pai do ator, que vai sair da prisão, e promove o encontro entre o homem e a família do jovem. O encontro acaba em tragédia, o ex-prisioneiro é assassinado e a história vira a capa da revista. Manuela acha que vai ter sua esperada promoção por conta da matéria e por ter tirado a história de Alberta do foco. Entretanto, o Ministério Público pode processar a revista por ter promovido o encontro que resultou na morte do homem. Manuela se defende e diz que só cumpriu ordens da editora, mas Catarina a demite, para tentar tirar a culpa da revista e livrar Alberta de mais um escândalo.

#### 4 O JORNALISMO DE A VIDA ALHEIA: ANÁLISE

Grande parte das produções que contém representações sobre Jornalismo ou a prática da profissão tenta reproduzir a realidade do cotidiano jornalístico. Considerando as intenções do autor da obra, as representações podem variar. Entretanto, pelo que se observa, não fogem muito da realidade da profissão e de temas que são abordados por teóricos da área. A série *A Vida Alheia* não se diferencia das demais produções neste sentido.

A obra apresenta o cotidiano jornalístico proposto por algumas Teorias do Jornalismo e outras discussões acerca do ofício dos profissionais da imprensa, tais como critérios de noticiabilidade, jornalismo especializado e questões deontológicas da profissão.

Nossa análise será voltada a três categorias principais: discussões teóricas do jornalismo, estereótipos de jornalistas presentes na série e ética e deontologia da profissão, pois estes foram os tópicos que mais se repetiram na obra, conforme podemos visualizar na tabela abaixo: (Ver Tabela 2). Escolhemos trabalhar com os tópicos e retirar alguns exemplos dos episódios, para ilustrar nossa análise e não deixá-la repetitiva.

<b>Episódio</b>	<b>Categoria/Tópico para análise</b>	<b>Comentários</b>
<b>Manchas do passado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Critérios de noticiabilidade</li> <li>• Direito de privacidade</li> <li>• Teoria Organizacional</li> <li>• Estereótipo da jornalista que quer subir na carreira</li> <li>• Ética</li> <li>• Estereótipo de repórter ávido por um furo</li> <li>• Estereótipo de jornalista mal pago</li> <li>• Estereótipo de jornalista cínico</li> <li>• Negociação com a fonte – relação com a fonte</li> </ul>	Chantagem; Invenção de fala de entrevistado; Editora diz que isso é válido e existe há muito tempo; Mentira; Repórter utiliza disfarce para comprovar um fato (repórter se passa por babá); Celebridade vê a imprensa como inimigo; Mais chantagem: revista ameaça publicar matéria de que envolve vida pessoal da família de um banqueiro e este vira anunciante da revista
<b>A luz que não se apaga</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoria Organizacional;</li> <li>• Disputa mídia impressa x</li> </ul>	Repórter usa disfarce para comprovar um fato (repórter se



	<p>eletrônica;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética;</li> <li>• Direito de privacidade;</li> <li>• Critérios de noticiabilidade;</li> <li>• Estereótipo repórter com crise de consciência/existencial;</li> <li>• Estereótipo de jornalista prepotente/arrogante</li> <li>• Relação com a fonte</li> </ul>	<p>passa por enfermeira);          Celebridade vê a imprensa como inimigo;          A revista publica a foto de um homem morto na capa.</p>
<b>O direito de cada um</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Critério de noticiabilidade</li> <li>• Teoria Organizacional</li> <li>• Invasão de privacidade</li> <li>• Ética</li> <li>• Nepotismo</li> <li>• Representação de um programa de auditório</li> <li>• Estereótipo de jornalista prepotente/arrogante</li> <li>• Estereótipo de jornalista idealista</li> <li>• Estereótipo do jornalista ávido por dar um furo</li> </ul>	<p>Comparação com o caso Ronaldo;          Discussão: A audiência consome as notícias de celebridades ou porque quer ou porque é alimentada com esse tipo de informação?          Público que consome o jornalismo de celebridade          João dá conselhos a Tom.          Editora emprega namorado (que não é jornalista para ser colunista da revista)          Relacionamento dono da revista-funcionário/promoção do mesmo</p>
<b>O sequestro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Critérios de noticiabilidade</li> <li>• Teoria Organizacional</li> <li>• Estereótipo de jornalista comprometido com a verdade</li> <li>• Estereótipo do jornalista de celebridade que mente (?)</li> <li>• Ética</li> <li>• Estereótipo do jornalista ávido por dar um furo</li> <li>• Relacionamento amoroso entre jornalista</li> <li>• Estereótipo de jornalista cínico</li> <li>• Relação com a fonte</li> </ul>	<p>Editora não dá notícia sobre uma atriz porque não gosta dela;          Durante uma reunião de pauta, a editora diz: “Você é uma jornalista. Você sabe que quando você afirma ‘Ele cheirava gordura, é porque você cheirou’”. A dona da revista retruca: “Mas essa tese não se aplica à Vida Alheia, Alberta. Aqui ninguém precisa comprovar nada para formar sua opinião. A suspeita já é o bastante”.</p>
<b>Filme americano</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoria Organizacional</li> <li>• Critério de noticiabilidade</li> <li>• Autopromoção das celebridades</li> <li>• Ética</li> <li>• Relação com a fonte</li> </ul>	<p>Celebridade liga para a revista para que um repórter cubra o jantar dela com o noivo;          Repórter se inscreve em um concurso para conseguir provas de uma acusação de assédio sexual</p>
<b>Uma noite na ópera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estereótipo de jornalista fofoqueiro</li> <li>• Estereótipo de jornalista mal pago</li> <li>• Estereótipo de jornalista cínico</li> <li>• Ética</li> </ul>	<p>Editora ameaça/chantageia a duquesa que aluga o castelo à revista          Tom, que não é jornalista, consegue fazer um flagra que vira matéria de capa</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoria organizacional</li> <li>• Atividade jornalística (precisa de diploma ou não?)</li> <li>• Estereótipo de jornalista mal educado/grosso</li> </ul>	
<b>Intimidação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Critérios de noticiabilidade</li> <li>• Estereótipo de jornalista mal educado/grosso</li> <li>• Teoria organizacional</li> <li>• Ética</li> <li>• Estereótipo de jornalista cínico</li> <li>• Estereótipo de jornalista fofoqueiro</li> <li>• Relação com a fonte</li> </ul>	Repórter mente à fonte para conseguir declarações; Chantagem.
<b>Acidente de trabalho</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Critérios de noticiabilidade</li> <li>• Teoria organizacional</li> <li>• Crise existencial</li> <li>• Ética</li> <li>• Estereótipo de jornalista que quer subir na carreira</li> <li>• Estereótipo de jornalista mal educado/grosso</li> <li>• Relação com a fonte</li> </ul>	Comparação com a morte da princesa Diana. Perseguição dos fotógrafos ao casal é uma das responsáveis pelo acidente, que resultou na morte da moça. (Acidente de trabalho?). O fotógrafo não prestou socorro, quis apenas fotografar.
<b>Amor de mãe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética</li> <li>• Estereótipo de jornalista mal educado/grosso</li> <li>• Teoria organizacional</li> <li>• Negociação com fonte para conseguir informação (relação com a fonte)</li> </ul>	Jornalista mente para tentar descobrir uma informação Disfarce para conseguir comprovar um fato (repórter se passa por arquiteta)
<b>Abandonos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estereótipo de jornalista fofoqueiro</li> <li>• Mercado de trabalho</li> <li>• Teoria organizacional</li> <li>• Estereótipo de jornalista mal educado/grosso</li> <li>• Critérios de noticiabilidade</li> <li>• Ética/invasão de privacidade</li> <li>• Estereótipo de jornalista idealista</li> <li>• Estereótipo de jornalista egoísta</li> </ul>	Repórter é acusada de contribuir, indiretamente, para a morte de uma pessoa.

**Tabela 2:** Tabela feita para orientar a pesquisa, com alguns detalhes de cada episódio, além de conter anotações de cada episódio

#### 4. 1 Discussões teóricas sobre jornalismo em *A Vida Alheia*

Conforme observamos na Tabela 1, proposições da Teoria Organizacional podem ser percebida em todos os episódios da série. Segundo Felipe Pena (2012, p. 135), esta teoria indica que “toda organização dispõe de meios específicos para realizar seu trabalho e eles influenciam diretamente o resultado desse trabalho, ou seja, o produto final”. Assim, as empresas dependem do capital e precisam dar lucros, caso contrário, serão levadas à falência. Logo, o trabalho jornalístico estaria condicionado aos meios de organização.

Na série *A Vida Alheia* fica claro que os profissionais da revista são obrigados a se sujeitar às normas da empresa. A teoria se repete em todos os episódios pelo fato de a história estar centrada em uma redação jornalística. Isto é, mostra como os profissionais da revista estão sujeitos à organização da mesma, ainda que não concordem com algo.

A Teoria Organizacional foi proposta pelo sociólogo norte-americano Warren Breed (1955). Em outras palavras, ela sugere que o jornalismo é um negócio e o jornalista passa por um processo de adaptação ao sistema da redação e, por vezes, é obrigado a seguir a política editorial e deixar seus valores de lado, caminhando assim para o conformismo dentro da empresa. Por isso, os jornalistas acabam por socializar-se à política editorial por meio de um processo de sucessão entre recompensa e punição (BREED, 1955, *apud* TRAQUINA, 2005).

Breed elenca seis fatores que levam os jornalistas a serem conformados dentro da redação:

**a) a autoridade institucional e sanções:** para Breed, o que leva ao receio dos jornalistas é a punição e o fato do chefe poder decidir quem pode cobrir tais acontecimentos. Assim, o jornalista teme ser obrigado a realizar atividades e cobrir casos que não julga ser interessante. “(O) mito diz que o brilhante repórter é retirado dos assassinios e colocado na necrologia à câmara de tortura chinesa da redação” (BREED, 1955 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 153);

**b) os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores:** o jornalista possui laços de afeto com os superiores, sendo assim, tem sentimento de obrigação para com a empresa. “Tais obrigações e sentimentos pessoais calorosos para com os superiores têm um papel estratégico no seu ‘aliciamento’ para o conformismo” (BREED *apud* TRAQUINA, 2005, p.154);

**c) as aspirações de mobilidade:** o jornalista aspira alcançar prestígios e posições mais elevadas na empresa. Breed concluiu em sua pesquisa que a maioria dos jornalistas acreditava que quanto mais lutasse contra a política editorial, menos chance teria de subir na carreira;

**d) a ausência de grupos de lealdade em conflito:** os jornalistas mantêm um local de trabalho pacífico, sem interferência de organizações sindicais, portanto, sem confrontos;

**e) o prazer da atividade:** os jornalistas sentem prazer no exercício da atividade e a acham interessante, além das gratificações adquiridas quando se tem o poder da informação. “Os jornalistas estão próximos das grandes decisões sem terem de as tomar; tocam no poder sem serem responsáveis pela sua prática” (BREED, 1955 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 155);

**f) as notícias como valor:** como as notícias são o valor máximo do trabalho, o jornalista insiste em obter mais notícias e acredita que deve se esforçar para fazer isso antes do fechamento da edição, deixando de se preocupar com a política editorial.

Podemos visualizar na série que a repórter Manuela se sujeita integralmente à linha editorial da revista. A repórter tem uma chefe mal educada e grossa, e mesmo assim a admira e faz tudo que ela pede, pois aspira ganhar a confiança da editora e subir de cargo, elucidando os apontamentos **b** e **c**, citados acima.

Observamos logo no primeiro episódio a maneira como Alberta trata seus subordinados. Ela chega a uma festa de famosos e diz ironicamente a uma de suas repórteres que foi cobrir o evento: “*Vê se justifica o excelente salário que você não ganha*”. (Ver Figura 1).



Figura 1: Editora antipática

Apesar de ser humilhada, Manuela mostra uma certa idolatria por Alberta. Ela vê na chefe um exemplo para seguir, como podemos observar também em uma cena do primeiro episódio, quando Manuela conversa com Lirio e diz: “*Quando eu crescer, quero ser igualzinha a ela*”. (Ver Figura 2).



Figura 2: A fã de Alberta Peçanha

A partir dos exemplos citados acima, percebemos que no tocante à Teoria Organizacional do Jornalismo, *A Vida Alheia* reproduz características inerentes do âmbito jornalístico. Assim, neste aspecto, observamos a verossimilhança do que é exibido na série e o que dizem alguns teóricos do jornalismo.

## 4. 2 Jornalismo especializado em fofoca

Como já dito anteriormente, *A Vida Alheia* exibe a rotina de uma revista de fofoca de mesmo nome. Portanto, o segmento jornalístico reproduzido na obra é o jornalismo especializado em celebridades. Segundo Ana Abiahy (2009), para entender o jornalismo especializado<sup>7</sup>, precisamos compreender a tendência da segmentação do público na chamada sociedade da informação.

Abiahy (2009) destaca que nunca se teve tanta informação disponível como na contemporaneidade. Isso nos leva a refletir sobre as modificações em relação ao público e ao perfil dos profissionais da área. A autora aponta que, mesmo com a globalização, não houve uma homogeneidade dos padrões culturais. Embora antes fosse vista como alternativa à padronização imposta pela indústria cultural, a segmentação de gostos dos consumidores atualmente é uma das principais estratégias mercadológicas. O que se vive é uma cultura globalmente segmentada (MARQUES, 1997, *apud* ABIAHY, 2009).

Como podemos perceber, a sociedade está dividida em grupos que definem interesses e prioridades distintos. De acordo com a autora, o desenvolvimento do jornalismo especializado está ligado a esta lógica econômica, que procura a segmentação do mercado para atingir os diversos grupos.

---

<sup>7</sup> Para Abiahy (2009, p. 17): jornalismo especializado pode ser “tanto a abordagem de um assunto específico quanto a abordagem para um público específico sobre determinado tema serão considerados uma forma de se encontrar a especialização da informação jornalística”.

“Muito além de ser uma ferramenta mais eficaz de lucro para os conglomerados midiáticos, o jornalismo especializado é uma resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas” (ABIAHY, 2009, p. 5). Diante dessa segmentação da audiência, surge o jornalismo especializado. Este pode ser esportivo, cultural, científico, econômico, de celebridades, etc. Cada segmento é direcionado a tratar de informações que interessam a determinado grupo da sociedade. Abiahy nos aponta uma característica que se destacou entre os segmentos:

assuntos que pareciam banalidade invadiram a mídia de uns tempos para cá e parecem ser exemplo do que Heci Regina Candiani chama de “jornalismo soft”. Ela nos alerta que, celebridades, moda, decoração, têm ocupado bastante espaço nas coberturas jornalísticas, devido a um fator importante: são setores que movimentam recursos para a mídia (ABIAHY, 2009, p. 15).

A série *A Vida Alheia* deixa claro logo no início do primeiro episódio o segmento ao qual a produção está voltada: o jornalismo de celebridades, como foi dito anteriormente. A primeira cena mostra uma aula na qual Alberta versa aos universitários sobre este segmento jornalístico. **Alberta:** “*No grande circo da mídia, há dois bandos que interagem constantemente, nem sempre com bons resultados: celebridades e a imprensa nelas especializada disputam dia a dia uma ruidosa batalha por território*”. (Ver Figura 3).



Figura 3: Aula de jornalismo de celebridades

Fábia Dejavite (2002) pondera que foi a partir do final dos anos 90 que a cobertura jornalística sobre famosos se destacou no Brasil. Segundo a autora, este segmento cresceu tanto no meio impresso quanto nos audiovisuais, tomou espaços nos telejornais e programas televisivos, além das inúmeras seções presentes na internet. Entretanto, ela destaca que muitos jornais já exploravam o filão, com suplementos especializados na cobertura televisiva e colunas sociais, por exemplo.

O crescimento do jornalismo de celebridades deve-se seu impulso, talvez, ao entretenimento (uma das características principais da sociedade da informação), incrementado pela valorização do tempo livre, e principalmente, pela influência da televisão. Essa imprensa leva o leitor/telespectador/ouvinte a distrair-se do cotidiano do dia-a-dia e projetar-se na vida dos famosos (DEJAVITE, 2002, p. 9).

Para entendermos como as celebridades viram notícia também podemos recorrer aos critérios de noticiabilidade ou valores-notícia. A escolha de notícias obedece aos seguintes critérios, segundo Erbolato (1991, *apud* OLIVEIRA e SOARES, 2007): proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência (ou seja, celebridade), aventura e conflitos, raridade, humor, progresso, interesse pessoal, expectativa ou suspense, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, descobertas e invenções, culto de heróis, originalidade, repercussões, entre outros.

Segundo Joarle Soares (2007), no final do século XX, uma equipe de pesquisadores canadenses (Richard Ericson, Patrícia Baraneck e Janet Chan) se dedicou a investigar os valores-notícia. O grupo enumerou sete critérios de noticiabilidade. São eles:

simplificação (o acontecimento deve ser claro e ligado à proximidade cultural); dramatização (reconhecimento de como um acontecimento pode ser visualizado como importante ou como indicação de um desenvolvimento dramático); personalização (se houver uma **figura pública** envolvida, o fato torna-se ainda mais noticiável); continuidade (o que tem valor-notícia não é o novo, mas aquilo que cabe num enquadramento familiar); consonância; inesperado (os acontecimentos inesperados com aspectos negativos parecem ter mais valor-notícia); infração (das leis, má gestão, mau comportamento) (SOARES, 2007, p. 18, grifo nosso).



Portanto, levando em consideração os critérios de noticiabilidade elencados por Erbolato e pela equipe canadense, notamos que histórias com envolvimento de celebridades e figuras públicas são noticiáveis.

No episódio *O direito de cada um*, a série exibe uma cena que reproduz a ideia que a revista usa o escândalo para chamar a atenção do público. Na cena, Alberta conversava com João (chefe de reportagem) no momento em que chega um jovem ator (Tom) que havia acabado de ser contratado pela revista para ser crítico de teatro. Na ocasião, Alberta lembra que a partir dali ele trabalha para a revista. (Ver Figura 4).

**Alberta:** *Não esqueça: você estará escrevendo para A Vida Alheia!*

**Tom:** *E isso quer dizer o quê?*

**João:** *Se você só elogiar as produções, você não vai fazer barulho. Agora, se você quer ser visto, quer que as pessoas saibam quem é você, cause polêmica. Agrida. Ofenda.*



Figura 4: Conselho

A partir deste discurso, é transmitida ao público a ideia de que os jornalistas agridem e ofendem as celebridades para ganharem notoriedade. Esse tipo de jornalismo se diferencia da maioria das publicações de revistas brasileiras especializadas em celebridades. Isto porque o que se observa em grande parte delas é a promoção dos famosos. Revistas como *Caras*, *Contigo*, *Quem*, etc., trazem conteúdos que elogiam e engrandecem os artistas. São poucas as

publicações que atacam as estrelas. No Brasil, as notícias de celebridades são menos agressivas que nos Estados Unidos ou no Reino Unido (BENVEGNUM, 2013).

A imprensa brasileira especializada em celebridades no meio das revistas é representada principalmente pelas publicações mencionadas anteriormente. De acordo com dados<sup>8</sup> da Aner (Associação Nacional de Editores de Revistas), sobre as revistas semanais, de janeiro a setembro de 2014, a *Caras* teve uma circulação média de 264.195 exemplares, sendo a 4ª mais vendida do país, já a *Contigo* ocupa a 6ª posição, com a média de 136.199, enquanto a *Quem* ficou em 11ª lugar e circulou em média 72.211 revistas por semana.

Como se pode observar, o número de exemplares que circulam pelo país é relativamente grande. Portanto, nota-se que milhares de pessoas consomem notícias sobre celebridades no Brasil. Juliana Laviola e Lenise Lantelme (s/d) indicaram:

Basta olhar uma banca de revista para logo deduzir que a vida privada, especialmente a de olimpiano, é assunto constante na mídia, pois são vários os títulos especializados na questão. Pode-se constatar que as grandes editoras do país e também algumas outras investem em uma ou mais revistas “de fofoca”, pois existe público para elas (LAVIOLA e LANTELME, s/d, p. 2).

A expressão ‘olimpiano’, usada pelas autoras, foi empregada por Edgar Morin (2005), em *Cultura de Massas no Século XX*. Morin se referia às pessoas que aparecem com frequência na mídia. Ele fez uma comparação dessas pessoas com os deuses que habitavam o Olimpo grego. Em outras palavras, afirmou que a mídia as coloca acima dos mortais (LAVIOLA e LANTELME, s/d). Segundo Benvegnum (2013, p. 20), “a obsessão global pelas celebridades pode ser explicada pelo fenômeno das projeções psicológicas”. Tal processo é a forma a psique humana interage e se diferencia do mundo. Isto é, os indivíduos projetam traços que admiram em figuras públicas (NOGUEIRA, 2010, *apud* BENVEGNUM, 2013). Logo, podemos entender porque as publicações são consumidas por um grande número de

---

<sup>8</sup> Dados disponíveis em <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>.

peessoas. Além disso, destacamos que o entretenimento é uma das características da sociedade da informação, como apontou Dejavite (2002).

### **4. 3 Como o jornalista é representado na série**

#### **4. 3. 1 Jornalista: o cínico**

No capítulo I, apontamos uma série de estereótipos que, ao longo do tempo, foram atribuídos aos jornalistas nos diversos produtos audiovisuais. A partir do referencial supracitado, verificaremos se tais características se repetem em nosso objeto de estudo, bem como buscaremos identificar novos estereótipos conferidos aos profissionais da imprensa representados na obra analisada.

Em nossa análise, notamos que alguns das características apontadas por Senra (1997) também são reproduzidos na produção analisada, a saber: cinismo e má remuneração. Para ilustrar a característica do cinismo<sup>9</sup>, tomamos como exemplo uma cena do episódio *Manchas do Passado*, que acontece a partir dos 11''35', quando Catarina chama Alberta para uma conversa em sua sala. Na ocasião, a dona da revista chama a editora para uma conversa, onde diz que a equipe vai economizar nas publicações sobre determinada atriz (Isa Müller). Catarina tomou a decisão após um pedido da atriz e por esta ter sido amante de seu pai. Ao ser questionada pela editora sobre o motivo da atitude, Catarina diz que são generosas, porém, após Alberta negar a afirmação, ela responde que é pelo fato de a atriz ter sido namorada de seu pai. Para tentar convencer Alberta, a empresária afirma que as matérias podem sair nas páginas da revista, desde que não saiam na capa. (Ver Figura 5).

---

<sup>9</sup> Aqui tomamos como base os significados de 'cínico' do site *Léxico - Dicionário de Português Online*: "1. Diz-se de ou designa o que ou quem menospreza as normas sociais e os pensamentos e opiniões normalmente aceites pela sociedade; sem-vergonha, ousado ou descarado; indivíduo sem pudor ou sem vergonha. 2. Diz-se de ou designa quem atua com hipocrisia ou sarcasmo" (Disponível em [www.lexico.pt/cinico](http://www.lexico.pt/cinico)).

**Alberta:** *Nossa, Catarina! Estamos editando agora?! Estudamos Jornalismo onde? Num cursinho para moças que não têm o que fazer?! (...) se Isa Müller estivesse preocupada com a reputação dela, ela não sairia de casa para se expor como ela faz. E olha aqui, Catarina, desculpe, mas eu tomei a liberdade e pedi ao Duran os últimos gastos da viagem que você fez. Se você acha que a sua pretensa amizade com Isa Miller que paga essas contas, você tá muito enganada. É o contrário. Se nós não publicarmos, as outras revistas vão publicar e a gente fica pra trás. Em um ano, ninguém mais compra essa porcaria. Olha aqui, a sua amizade com Isa Müller não vale nada. O que vale são as informações a que você tem acesso por causa da sua amizade com ela.*



Figura 5: Tomando liberdade

Como propôs Senra (1997), ao jornalista é atribuída a característica do cinismo, pois estes profissionais sabem o que existe por trás dos acontecimentos. Acrescentamos ainda que através desta cena, percebemos que Alberta se mostra uma profissional cínica, pois utiliza sarcasmo e ironia para persuadir Catarina a manter a capa e as publicações sobre a atriz em questão. Além disso, toma a liberdade de investigar os gastos da patroa para convencê-la de que a amizade dela com a atriz é vantajosa para a obtenção de informações. Destacamos ainda que tal fato a configura como cínica, pois a atitude citada a configura como descarada e sem

pudor ou vergonha de tomar tais atitudes, pois a mesma as faz sem se preocupar com o que Catarina pensaria a respeito das ações.

Outro fato nos permite observar a presença do cinismo ligado ao jornalista na série: em algumas cenas, Manuela e Lírio se mostram preocupados em assumir o romance porque Alberta não era favorável a relacionamentos amorosos entre a equipe. (Ver Figura 6).

**Manuela:** *“Você sabe que a gente não pode falar disso (namoro) lá dentro da revista. A Alberta volta e meia repete que ela não quer essa coisa de relacionamento lá”.*



Figura 6: Relacionamento proibido

Contudo, a editora tem um caso com um rapaz e, por conta deste envolvimento, leva-o para trabalhar na revista – o que torna a profissional cínica e hipócrita, uma vez que não permite o namoro entre os subordinados, mas acaba fazendo o que proíbe aos funcionários da redação.

A editora da revista ainda mostra seu aspecto cínico em outros episódios, como em *Intimidação*. Na ocasião, a editora daria uma capa sobre o escândalo de uma filha de celebridade que agrediu uma colega da escola. Entretanto, para descobrir mais detalhes sobre o caso, Alberta liga para a famosa, mas acaba falando com a secretária desta. (Ver Figura 7).

**Alberta:** (...) *É que eu vou dar uma capa, mas eu gostaria primeiro de ouvi-la, eu gosto, eu tenho muita ética. Eu gosto sempre de... entendeu?!... Saber o que a pessoa acha e tal. Que eu tô com vontade de botar no título da capa: ‘um amor de mãe’ e queria saber o que ela acha.*



Figura 7: Ligação cínica

A partir deste episódio, fica claro que Alberta é uma profissional cínica, haja vista que diz ser ética enquanto tem atitudes antiéticas durante toda a série – aspecto que será abordado mais adiante neste trabalho. Na ligação, ela é irônica e fingida ao afirmar que gosta de ouvir as pessoas para saber o que elas têm a dizer, quando, na verdade, ligou para obter mais informações sobre o escândalo.

Para ilustrar que o cinismo é uma característica atribuído a(o) jornalista na série analisada, escolhemos estes três exemplos, mas existem outras cenas nas quais podemos visualizar tal característica. Contudo, deteremo-nos a estas três para assunto não ficar repetitivo.



### 4.3.2 O profissional mal remunerado

Senra (1997) destacou que o jornalista sempre foi visto como um profissional que é mal remunerado. Este estereótipo também é reproduzido em *A Vida Alheia*. Durante uma conversa na redação, Pardal, o *office-boy* da revista repreende os jornalistas por estarem falando mal da vida alheia. A fala ocorre aos 3'25' do episódio *Uma noite na ópera*.

**Pardal:** *A língua do povo não tem osso, não é?! É impressionante! Vocês ganham pouco, são explorados... passam a vida tomando chuva em porta de evento e ainda falam mal dos outros?!*

Além disso, como já citamos anteriormente, no episódio *Manchas do passado*, Alberta chega a um evento em que Manuela está cobrindo e dispara: “*Vê se justifica o excelente salário que você não ganha*”. A partir destas cenas, podemos observar que a ideia de que o jornalista é um profissional mal remunerado é mantida tanto por alguém que não é da área (Pardal), como também é reconhecida por uma jornalista (Alberta).

De acordo com Senra (1997, p. 47), “sabe-se que nos primórdios a atividade jornalística não era bem remunerada, condenando o profissional a um estado de miséria crônica”. A autora fala da remuneração no início da profissão, porém, percebemos que é uma imagem que persiste até os dias atuais, tendo em vista que é uma questão discutida e reclamada pela classe, além de ser reproduzida em muitos produtos audiovisuais. Como exemplo, podemos citar o estudo de Travancas (1993)<sup>10</sup>, onde a autora entrevistou e acompanhou a rotina de vários jornalistas a fim de traçar uma ‘identidade social’ destes profissionais. Nele, Travancas observou que uma das reclamações dos jornalistas sobre o

---

<sup>10</sup> Isabel Travancas publicou em 1993 o livro *O mundo dos jornalistas*, resultado de sua dissertação de mestrado. No estudo, a autora fez etnografia e entrevistou vários jornalistas a fim de criar uma identidade social da classe profissional.

ofício era a questão salarial que, segundo eles, o salário é ruim e não compatível com as exigências feitas a eles.

Na série também notamos que existe essa reclamação dentro da redação. No episódio *A luz que não se apaga*, em cena já citada anteriormente, Lírio conversa com Manuela e critica a remuneração que recebe. **Lírio:** *Ela (Alberta) não quer nada, né! Não quer nem pagar um salário decente pra gente!*

Outra situação que podemos citar acontece no episódio *Abandonos*. Durante uma reunião na redação, Catarina comenta que os jornalistas precisam saber que existe uma fila de jovens querendo trabalhar na revista pela metade do que eles ganham. A partir disso, observamos que existe este aspecto discutível sobre a forma como são remunerados os profissionais da imprensa.

O aspecto de profissão mal remunerada já é notado desde *The Front Page*<sup>11</sup>, considerado um dos primeiros filmes a ter o jornalista como personagem. Segundo Senra (1997, p. 62), na trama, “ao mesmo tempo que se vangloriam da sua profissão, os jornalistas não cansam de reclamar das suas tarefas extenuantes e do salário ruim”. Portanto, este estereótipo é ligado ao jornalista desde o início de sua representação nos meios audiovisuais e se repete no objeto analisado por nós.

### **4. 3. 3 A busca por um furo e uma promoção na carreira**

O cinema já havia criado a imagem do jornalista como um profissional que não mede esforços para conseguir um furo. Muitas produções mostraram este profissional como alguém disposto a passar pelos limites da ética por um furo. Este estereótipo ainda se reproduz até os

---

<sup>11</sup> De acordo com Senra (1997), habitualmente é conhecido como o primeiro filme de jornalista.



dias atuais, inclusive em *A Vida Alheia*. Na série, a repórter Manuela tem grande preocupação em publicar uma história inédita que a promova na redação – característica esta que será abordada mais adiante.

No episódio *O direito de cada um*, Manuela estava na casa de Lírio, quando recebe uma ligação: um amigo fotógrafo havia acabado de avistar um jogador de futebol com um travesti em um motel. Na hora, a repórter percebe que a história renderia um furo para a revista onde trabalha. “*O jogador entrando com travesti?! Isso é capa! Pega o nome e o endereço do motel, anda!*”, diz Manuela a Lírio. Em seguida, ela liga para Alberta e vai para a entrada do motel tentar flagrar algo.

A mesma personagem também mostra tal característica no episódio *Manchas do passado*. Na ocasião, Manuela observava fotos de celebridades com Lírio e Chico quando percebe que o filho de uma famosa atriz casada tem um sinal de nascença idêntico a de um ator, que não é o marido dela. Crente de que descobriu um “pote de ouro” – como diz –, a repórter conta a história a Catarina e Alberta.

Ligada à vontade de descobrir um furo está o desejo de subir na carreira. Em outras palavras, podemos dizer que o que motiva os jornalistas representados a quererem dar um furo a qualquer momento é a ideia de que se publicarem algo inédito conseguirão uma promoção na vida profissional. Tal aspecto pode ser observado através da personagem de Manuela, no mesmo episódio no parágrafo anterior. A jornalista conversa com Lírio e se mostra ansiosa com a história. (Ver Figura 8).

**Manuela:** “*Se essa história for verdade, eu tenho certeza que a Alberta me promove. E aí, quem sabe, chegou a hora de eu ter a minha coluna, com a minha foto estampada.*”



Figura 8: Sonhando alto

Ressaltamos que estas características foram observadas por pesquisas científicas feitas recentemente (AMBRÓSIO, *et al.*, 2014), conforme citamos no capítulo I deste trabalho. Os autores identificaram que este estereótipo já foi reproduzido pelo cinema.

A personagem de Manuela ainda protagoniza outra cena que mostra o jornalista como alguém que deseja uma promoção na carreira. No episódio *Abandonos*, Manuela fica feliz com a capa que conseguiu na semana e conversa com Lírío sobre uma possível promoção:

**Manuela:** *“É bem possível porque, inclusive, a Alberta vai ter que se afastar por causa desse problema da Paula. E aí, provavelmente, o João vai pro lugar dela e eu assumo como chefe de reportagem”.*

Notamos que há uma insistência dos produtos audiovisuais em mostrarem, ao longo dos anos, a imagem do jornalista como alguém que está sempre ávido por um furo e se dispõe a qualquer coisa para subir na carreira. Todavia, Travancas (1993) destacou que, existe um tipo de ‘cadeia da solidariedade’<sup>12</sup>, que “pode surpreender os leitores, que muitas vezes

<sup>12</sup> A “cadeia da solidariedade” citada por Travancas diz respeito a uma característica dos jornalistas entrevistados pela autora de se ajudarem, passando certas informações uns aos outros, excluindo a ideia de que todos são egoístas a ponto de estarem dispostos a passar por cima de tudo e todos a fim de conseguir um “furo”.

imaginam os repórteres sempre ávidos por um “furo”, alguns inescrupulosos, ansiosos por se destacarem no próprio jornal e em seu meio profissional” (TRAVANCAS, 1993, p. 44). Apesar de o estudo da autora ter sido feito na década de 90, julgamos a importância de mencioná-lo, uma vez que não é de hoje que o cinema e outros meios audiovisuais reproduzem uma imagem do jornalista que não condiz com a verificada pela autora.

#### **4. 3. 4 O tempo e a vida fora da redação**

Em *O último jornalista*, Senra (1997) apontou que o jornalista geralmente é representado no cinema como personagem desprovida de vida pessoal. “(...) na maioria dos filmes a ela consagrados não veremos a família da personagem ou sua casa, nem saberemos praticamente nada sobre seus gostos ou interesses pessoais” (SENRA, 1997, p. 53). Em nosso objeto de estudo, notamos que esta característica está parcialmente presente, uma vez que a vida pessoal dos jornalistas mostrada na série é o relacionamento entre funcionários da redação.

Souza (2007, *apud* KRAETZIG, 2012) notou que há também a figura do profissional solitário, angustiado e com dilemas familiares. Em *A Vida Alheia* observamos como é a rotina dos jornalistas na redação e um pouco da vida fora dela. A vida da personagem Alberta é mais explorada pela série. Na trama, ficamos sabendo que a editora mora com a filha adolescente (Paula) e tem problemas de relacionamento por não dar atenção à jovem.

Para ilustrar o aspecto citado, tomamos como exemplo o episódio *A luz que não se apaga*. Numa tentativa de se aproximar da mãe, Paula, que fazia teatro, convidou Alberta para ver uma apresentação da peça da qual estava participando. A editora fica animada com o convite e a ideia de aproximação. Entretanto, ela acaba não indo ao compromisso, pois estava em busca de uma foto que seria a capa da revista na semana. Segundo Travancas (1993, p.

28): “o ponto de partida para a entrada na profissão é a entrega de seu tempo. É estar ligado à redação o tempo todo. Há uma cobrança implícita, se não explícita, de que ser jornalista significa ser jornalista por 24 horas por dia”. Portanto, tendo em vista a ponderação da autora, podemos considerar verossímil a imagem do jornalista que a série *A Vida Alheia* reproduz de um profissional sem tempo para se dedicar à vida pessoal.

Ao longo dos episódios, o problema do relacionamento com a filha volta e meia é mostrado. A relação das duas acaba ficando pior quando Paula se envolve com Tom, que também tem um caso com Alberta, como citamos anteriormente. Já nos episódios *Um amor de mãe*, a editora da revista tem maiores problemas com a filha, pois esta revela que está grávida.

Em *Abandonos*, percebemos que o resultado da relação problemática entre a jornalista e a filha, quando Paula mata Tom durante uma briga com ele e Alberta vai visitá-la na cadeia. “*Você deu três tiros no Tom e os três acertaram em mim*”, diz a editora à filha. (Ver Figura 9).



Figura 9: Visita na cadeia

Além do exemplo de Alberta, podemos citar ainda outros acontecimentos exibidos na série, como no episódio *O sequestro*. Na ocasião, Amadeu, um repórter da revista havia sido

designado a fazer a cobertura de um evento. Entretanto, ele precisava comparecer à festa de aniversário da namorada e trocou de lugar com outro colega para cobrir um evento que lhe desse mais tempo de chegar à comemoração.



Figura 10: Trocando de pauta

Tal característica do jornalista representado na trama também pode ser explicada por Travancas (1993), no que tange à relação dos jornalistas com o tempo.

Não existe jornalismo com cartão de ponto ou horário rígido de saída. Isso me parece ser um traço importante da profissão, e mesmo inerente a ela. O jornalista, de certo modo, não é “dono” do seu próprio tempo: este não lhe pertence, e sim à carreira. (...) trabalhar nos fins de semana ou feriados em jornal é “dar plantão”, e não trabalhar nesses dias significa “ter folga”, sem falar no fato de que amiúde o jornalista não pode sair cedo em dias de eventos importantes, pois precisa ficar de prontidão (TRAVANCAS, 1993, p. 34).

A autora ainda fala que é comum que os jornalistas não sejam donos de seu tempo e de seu espaço e que não raro os chamados de emergência e a produção de matérias em horários incomuns irritam os familiares.

#### **4. 4 Ética na redação de *A Vida Alheia***

Segundo Chauí (2000, *apud* PENA, 2012, p. 115), “ética é aquela parte da filosofia que se dedica à análise dos próprios valores e das condutas humanas, indagando sobre seu

sentido, sua origem, seus fundamentos e finalidades”. Em outras palavras, segundo o autor, trata-se de interpretação: deve-se indagar os sentidos e interpretar os valores com base nos seus balizadores. Ele afirma que somente assim se pode ter subsídios, mesmo que não definitivos, para a identificação de atitudes antiéticas.

Ao avaliarmos a ética, precisamos nos embasamos em princípios estabelecidos pelos valores e costumes que nos são ensinados. No tocante à profissão, Cláudio Abramo (1998), em *A Regra do Jogo – o jornalismo e a ética do marceneiro*, propõe que “não existe uma ética específica do jornalista: sua ética é a mesma do cidadão” (ABRAMO, 1998, p. 109). Deste modo, não existe uma ética exclusiva para cada profissão.

Por serem profissionais que atuam como transmissores de informações à sociedade, a responsabilidade dos jornalistas é muito grande. Portanto, durante o exercício da profissão, deve-se ter cuidado ao lidar com as informações. Somos cruéis em nossos julgamentos, mas geralmente esquecemos que eles são mediados (PENA, 2012).

Na série analisada por nós, observamos alguns pontos a serem avaliados com base na ética profissional. Como qualquer segmento do Jornalismo, existem discussões tocantes à ética. Nossa análise merece ainda mais atenção por se tratar de jornalismo de celebridades, um segmento polêmico e bastante contestado na profissão, uma vez que envolve discussões sobre invasão de privacidade.

#### **4. 4. 1 Distorções**

Em *Sobre Ética e Imprensa*, Eugênio Bucci (2000)<sup>13</sup> destaca que não é preciso ser um estudioso da área para se perceber os pecados da imprensa. O autor critica a forma como as

---

<sup>13</sup> Em texto da orelha do livro.

empresas exigem profissionais com conduta ética, mas mantêm um sistema antiético. Por isso, Bucci afirma que debates acerca da ética na profissão só produzem resultados quando são feitos baseados no compromisso com a causa.

Debatem-se as boas maneiras dos repórteres, se eles tratam bem o entrevistado, se se apresentam corretamente como jornalistas, se ouvem os dois ou mais lados do tema que estão cobrindo, se invadem a privacidade da atriz que depois decide processar a revista – que por sua vez só vive de explorar detalhes da intimidade de pessoas famosas –, e assim por diante (BUCCI, 2000, p. 31-32).

A partir da colocação do autor, podemos citar algumas situações que são exibidas ao longo dos episódios da série. No episódio *Manchas do Passado*, Olívia diz a Alberta que estava tendo problemas para escrever uma matéria sobre uma famosa que vivia protagonizando escândalos. A repórter diz que tentou falar com os amigos da celebridade, mas eles não aceitam falar abertamente dos problemas dela. O diálogo acontece da seguinte forma:

**Alberta:** *“Então, você faz o seguinte, Olívia... Abre aspas e coloca: o problema de alcoolismo de Isa vem se agravando nos últimos anos e ela se recusa a receber nossa ajuda. Fecha aspas”.*

**Olívia:** *“E quem disse isso?”*

**Alberta:** *“Uma amiga que preferiu não se identificar”*

**Olívia:** *“E isso vale?”*

**Alberta:** *“Vale, meu bem. Desde o Velho Testamento”*

Através da cena, podemos perceber que Alberta não só é uma profissional antiética, como também obriga seus subordinados a serem. Sendo assim, mesmo que a repórter tivesse uma postura ética, teria que cumprir as ordens da superior ou correria o risco de perder o emprego. Como vimos no diálogo, Alberta diz à Olívia para inventar uma declaração. Em

estudos e manuais de jornalismo, a orientação é que os profissionais da imprensa sejam fiéis às declarações das fontes, sem inventar citações. Tendo em vista que o jornalista atua como mediador e portador da informação, não é ético de sua parte que publique algo que a fonte não disse. Apesar de a ética ser relativa e variar de acordo com a corrente e os costumes de uma comunidade, neste caso, a mentira só foi criada para manchar a imagem de uma personalidade pública e vender revista, pois os escândalos envolvendo celebridades são vendáveis.

Bucci indica algumas listas de ‘pecados’ cometidos pela imprensa. Dentre elas, escolhe apresentar melhor para discussão a lista de Paul Johnson<sup>14</sup>. O autor propõe que um dos pecados da imprensa é a distorção deliberada, que “é a mentira deslavada e consciente” (BUCCI, 2000, p. 138). Ele destaca que

Jornais e revistas também praticam a distorção deliberada. O que a permite (...) é a garantia de “impunidade”, isto é, a sensação compartilhada pelos donos dos órgãos de imprensa e pelos jornalistas no comando das redações de que não serão chamados a responder, perante o público, pelas mentiras que difundem (BUCCI, 2000, p. 140).

Sendo assim, nota-se que a atitude de Alberta é uma distorção deliberada, portanto, um pecado cometido, compartilhando do pensamento de Johnson. Podemos considerar o caso citado como verossímil, pois, para nos situarmos do segmento jornalístico de nossa pesquisa, observamos várias revistas que têm a vida das celebridades como foco. Nestas identificamos publicações que continham declarações polêmicas ou reveladoras sobre determinada situação da vida de um famoso e era possível observar que as aspas colocadas nas matérias eram frases quase idênticas, sempre ditas por ‘uma pessoa próxima da celebridade, que não quis se identificar’. Sendo assim, qualquer leitor atento às matérias poderia notar que declarações quase idênticas de pessoas que não tiveram nomes citados seriam mais que mera coincidência,

---

<sup>14</sup> O autor propõe como os sete pecados da imprensa os seguintes casos: I) distorção, deliberada ou inadvertida; II) culto das falsas imagens; III) invasão de privacidade; IV) assassinato de reputação; V) superexploração do sexo; VI) envenenamento da mente das crianças; VII) abuso de poder. Segundo Bucci (2000), no Brasil, a lista de Paul Johnson foi publicada no *Jornal da Tarde*, em 1993.



pois, variadas fontes, amigas de pessoas diferentes não dariam entrevistas dizendo a mesma coisa sobre assuntos distintos.

Ainda tocante às distorções, citamos uma cena do episódio *O sequestro*. Durante uma reunião de pauta, uma jornalista disse que um colega havia ficado dois dias com cheiro de fumaça de churrasco. A editora questiona se a repórter tem o hábito de cheirar o amigo e ela nega.

**Alberta:** *“Você é uma jornalista. Você sabe que quando você afirma ‘Ele cheirava gordura, é porque você cheirou.’*

Mas Catarina retruca:

**Catarina:** *“Mas essa tese não se aplica à Vida Alheia, Alberta. Aqui ninguém precisa comprovar nada para formar sua opinião. A suspeita já é o bastante”.*

A partir do diálogo, observamos que a própria dona da revista tem consciência das distorções que a publicação faz, mesmo assim é conivente com os deslizes. Deste modo, percebemos que existe semelhança com aquilo que propõe Bucci sobre as empresas serem antiéticas. O autor afirma que muitas das faltas e deslizes éticos da imprensa “em geral são cometidas por empresas e não por redatores” (BUCCI, 2000, p. 32). Deste modo, notamos que a representação é provável quando comparada à afirmação do estudioso.

#### **4. 4. 2 Os fins justificam os meios?**

Outra situação tocante à questão ética pode ser avaliada em alguns episódios da série. A repórter Manuela sempre era a escolhida de Alberta para ir “a campo”, pois aceitava todas as ordens da editora. Ao longo dos episódios, Manuela usou meios torpes para apurar casos – em sua maioria, obedecendo a ordens da superior, como citamos na descrição dos episódios,

Manuela usa disfarces (*Manchas do passado*, *A luz que não se apaga*, *Amor de mãe*) e é obrigada a se inscrever em um concurso de beleza (*Filme americano*) ou ir a uma casa de suíngue com Lírio (*Uma noite na ópera*). (Ver Figura 11).



Figura 11. Disfarces

Segundo *Ciro Marcondes Filho (2002)*, dentre os principais deslizes éticos da prática jornalística estão: gravar algo à revelia, instalar microfones escondidos e omitir que é jornalista para obter confidências. Portanto, podemos classificar as atitudes da editora e, conseqüentemente, da repórter, que era quem usava disfarces e fazia gravações às escondidas. Todavia, essas situações ocorrem com frequência dentro do jornalismo (principalmente no investigativo) e existe um tipo de consenso sobre a ética em casos onde o jornalista se submeter a tais condições se o caso investigado for de interesse público. Como cita *Pena (2012)*, quando uma reportagem contribui para o aperfeiçoamento da democracia, os limites éticos são poucos discutidos. “Com relação às escutas e câmeras escondidas, a lei realmente precisa ser observada, mas não há como negar que determinadas reportagens que utilizaram esses recursos prestam, de fato, um serviço público” (*PENA, 2012, p. 202*).

Por outro lado, se tomarmos como base o que aponta Marilena Chauí (2000), em *Convite à Filosofia*, um dos constituintes do campo ético são os meios que o indivíduo utiliza para chegar a um resultado.

Costuma-se dizer que os fins justificam os meios, de modo que, para alcançar um fim legítimo, todos os meios disponíveis são válidos. No caso da ética, porém, essa afirmação deixa de ser óbvia. (...)

No caso da ética, portanto, nem todos os meios são justificáveis, mas apenas aqueles que estão de acordo com os fins da própria ação. Em outras palavras, fins éticos exigem meios éticos (CHAUÍ, 2000, p. 435).

A partir da afirmação da autora, podemos avaliar como antiéticos os recursos utilizados pelos jornalistas. Se pensarmos com base no consenso que existe quando o assunto investigado é de interesse público, ainda assim os meios escolhidos pela editora e pela repórter não são justificáveis, uma vez que os motivos eram fúteis e não se tratavam de serviço público.

#### **4. 4. 3 O direito de cada um**

Falando-se de jornalismo de celebridades, é impossível fugir do assunto invasão de privacidade. De acordo com o Código de Ética da Aner (Associação Nacional de Editores de Revistas), publicado em 1997, citado por Bucci (2000), o jornalista deve “respeitar o direito do indivíduo à privacidade, salvo quando esse direito constituir obstáculo à informação de interesse público”. O Código de Ética do Jornalismo do Brasil, aprovado em 1985, pela Federação Nacional dos Jornalistas (BUCCI, 2000), indica que é dever do jornalista “respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão”. Allaisa de Santana *et al.* (2009), indica que privacidade:

É uma reivindicação positiva de um indivíduo a um status de dignidade pessoal, a um tipo muito especial de liberdade, que envolve sua eleição sobre que fatos ou informações pessoais deseja ou não revelar e sobre a preferência do momento em que o fará (FADEN e BEAUCHAMP, 1986, *apud* SANTANA, *et al.*, 2009, p.5).

No episódio *O direito de cada um*, temos um exemplo de invasão de privacidade. Na ocasião, o fotógrafo Chico sobe na janela do segundo andar de um motel para flagrar um jogador de futebol que estava com um travesti. Ele avisa Lírio e Manuela, que também vão para o motel a fim de flagrar o famoso. Quando sabe da história, Alberta liga para Duran se informando se há impedimentos legais para a obtenção da informação. O advogado alerta que as fotos só podem ser tiradas quando o jogador sair do motel, do contrário, seria invasão de privacidade. (Ver Figura 12).



Figura 12. Invasão de privacidade

Paul Johnson incluiu a invasão de privacidade em sua lista de pecados da imprensa, como já citamos anteriormente. Como propõe Bucci (2000, p. 147), “ninguém acha justo fuxicar a intimidade alheia. Não obstante, o público devora sôfrego tudo o que se publica de mexericos sobre os ricos e famosos”.

O autor ressalta ainda que, quando se fala em invasão de privacidade, pensa-se em uma força que não tem respeito nem pela integridade física daqueles que são objetos de desejo da massa. Entretanto, Bucci destaca que as celebridades não são passivas nesse processo. “Elas posam para os fotógrafos, oferecem-se às revistas de fofocas, alimentam a indústria do fuxico” (BUCCI, 2000, p. 148).

Na série, podemos citar uma situação que pode ser comprovada pela afirmação do autor. No episódio *Filme Americano*, uma atriz liga para a redação apenas para informar que vai romper o noivado. Ela dá todas as informações sobre o lugar e a hora onde vai ocorrer o fato e Alberta diz que vai enviar um fotógrafo para registrar tudo. A editora pede exclusividade para a revista na história e a atriz aceita. Mas, no dia seguinte, quando o caso é publicado, o assessor da celebridade liga para a redação e acusa a revista de invasão de privacidade. Com isso, confirma-se a colocação de Bucci, que também lembra que muitas celebridades fazem o jogo duplo: beneficiam-se da fama para depois pedirem direito ao anonimato.

Dessa dança de fascínio e repulsa coreografa pelas celebridades nasce a aura ambígua que cerca a chamada invasão de privacidade. O seu encanto não vem do respeito aos limites, mas da incessante renegociação de fronteiras, da instabilidade delas, da burla, do excesso consentido e depois negado, do arrojado e da incorreção. A privacidade das celebridades não apenas clama por invasão, como é uma *privacidade construída em público* (...). Nessa medida, o público tem, sim, o direito de saber de suas intimidades (BUCCI, 2000, p. 148-149, grifo do autor).

Partindo desta afirmação, consideramos que, de fato, os jornalistas não devem ultrapassar limites para invadir a privacidade de alguém e que todos têm direito de preservar a intimidade. Entendemos também que existem fatos da vida das celebridades que despertam o interesse da população, mas devem ser guardados nos devidos limites. No caso do jogador que foi ao motel com um travesti, a história só foi publicada para se tornar um escândalo, uma vez que parte da sociedade cultiva pensamentos conservadores com relação à orientação sexual.

#### **4. 4. 4 Lentes temidas**

Os *paparazzi* são os responsáveis por registrar vários momentos das celebridades. Em nosso objeto de estudo, temos duas representações destes profissionais (Lírio e Chico) e outra

que aparece em apenas um episódio (Manolo). Podemos dizer que na série temos três representações opostas desta classe. Lírio, o fotógrafo da revista, demonstra que não é do tipo que ultrapassa certos limites no exercício da profissão. Por outro lado, Chico o faz por necessidade. Enquanto Manolo é um cínico capaz de tudo para conseguir uma boa foto.

Em *A luz que não se apaga*, Lírio se recusa a fazer a foto do ator morto no necrotério. Quando Alberta o questiona, ele esclarece os motivos.

**Lírio:** *Porque eu concordo com o Duran... eu não tô a fim de ultrapassar determinados limites e esse é um deles. Eu não vou fazer uma foto do Ricardo Duval morto. Eu era fã do cara. Como é que eu posso me prestar um papel desse agora?*

Como Alberta ordena que Lírio indique alguém para fazer a foto, ele liga para Chico. Este, por sua vez, estava precisando de dinheiro para comprar uma bicicleta para o filho, então, viu a oportunidade de conseguir verba para comprar o presente e aceitou.

Tomamos como referência *Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*, de Jorge Pedro Sousa (2002). Entendemos que os *paparazzi* não são necessariamente jornalistas, mas utilizam técnicas e recursos semelhantes no processo do registro de imagens, embora a informação registrada seja de conteúdo diferente. No estudo, o autor alerta que algumas das principais questões de embates éticos entre os fotógrafos/fotojornalistas são: ceder ou não a imagens de horror, ao sensacionalismo e ao registro de imagens onde não se respeite a dor das pessoas (SOUSA, J., 2002). No caso citado da série, entendemos que a publicação da foto de uma pessoa morta se encaixa nas três colocações do autor. Afinal, a editora só queria aumentar a venda da revista, proporcionando espetáculo, sensacionalismo e falta de respeito aos familiares ao colocar a foto do ator morto na capa. Alberta não se importou com os princípios éticos na ocasião.

Já o personagem de Manolo demonstra que não se preocupa com ética quando o assunto é conseguir uma foto que lhe renda muito dinheiro. No episódio *Acidente de Trabalho*, durante um diálogo, Chico pergunta se Manolo sabe qual a fama dele no mercado e o fotógrafo responde:

**Manolo:** “*Que eu vendo a mãe por uma boa foto? Acho justo... A mãe tá em bom estado*”.

No mesmo episódio, temos outra situação: LÍrio se sente culpado por ter acompanhado Manolo na perseguição que causou a morte da jovem que estava no carro. O fotógrafo fica em estado de choque. Mas Manolo demonstra total frieza e tira fotos da jovem morta – o que deixa LÍrio mais horrorizado. (Ver Figura 13).



Figura 13. Acidente de trabalho

O fato ainda levanta o debate ético porque o fotógrafo não prestou socorro às vítimas, apenas fotografou. Além disso, as fotos se encaixariam nas afirmações já citadas de Jorge Pedro Sousa, pois se travavam de horror, sensacionalismo e falta de respeito à dor alheia, alguns dos principais embates éticos entre os profissionais que trabalham registrando imagens.



#### 4. 4. 5 A organização é ética?

No episódio final da série, temos a ilustração máxima de como a organização é antiética. Manuela, a mando de Alberta promoveu o encontro entre o assassino que havia acabado de sair da cadeia e a família da vítima. A tragédia se repetiu e o homem morreu no lugar onde Manuela o levou. A história foi publicada na capa e a repórter finalmente sentiu que seria recompensada e ganharia a tão sonhada promoção. Manuela ainda conseguiu livrar Alberta de ser o foco das atenções por conta do crime cometido por Paula. Entretanto, a revista é indiciada por ter contribuído indiretamente com a morte de um homem.

Como a editora da revista já estava envolvida em um escândalo, Catarina decidiu poupá-la de mais um, afinal, foi ela quem deu a ordem à repórter, e decidiu demitir Manuela.

**Catarina:** *“Um erro cometido por uma repórter inexperiente é uma coisa. Agora, uma ordem dada pela editora da revista é outra completamente diferente. Você não está em condições de se envolver em outro escândalo”.*

Quando questionada se teria alguma objeção, já que Manuela, nas palavras de Catarina, sempre foi a preferida de Alberta, a editora responde:

**Alberta:** *“Se alguma cabeça tem que rolar, que seja a dela e não a minha”.*

Então, com a demissão decidida, Catarina comunica Manuela. (Ver Figura 14).



Figura 14. A demissão



**Catarina:** *“Nós estamos sendo processados pelo Ministério Público por causa do seu ato leviano. Indiretamente você provocou aquela tragédia e agiu em nome da revista”.*

**Manuela:** *“Mas eu sou empregada da revista, Catarina. Eu só faço aquilo que me mandam. E, inclusive, foi a própria Alberta que me mandou promover o encontro entre pai e filho”.*

**Catarina:** *“Isso agora não vem mais ao caso. A revista precisa dar uma explicação à sociedade. O pedido de desculpa seria muito pouco, de modo que eu resolvi oferecer a sua cabeça em uma bandeja”.*

A partir do episódio, fica evidente que a organização não se preocupa com valores éticos. Catarina e Alberta concordam em colocar a culpa toda pela tragédia em Manuela e demiti-la, mesmo que a ordem tenha sido dada pela editora. Com isso, percebemos que o sistema realmente é antiético, pois a repórter foi culpada e demitida para que a Alberta não fosse alvo de mais um escândalo.

Como já citamos, Bucci (2000) nos chamou atenção para a ética por parte das organizações. O autor destaca que as empresas estão certas ao buscarem profissionais éticos, mas também precisam agir da mesma forma. Contudo, não é o que acontece.

Por isso, uma discussão ética que não toque na ética das empresas resulta numa conversa de “porte e postura”. Essa deontologia glútea termina por ajudar a esconder o fato de que os piores problemas da imprensa brasileira são problemas construídos no interior das empresas de comunicação por forças e interesses que ultrapassem os domínios de uma redação (...). Mais ainda: ajuda a esconder o fato de que o ambiente de absoluta ausência de parâmetros éticos que orientem as empresas de comunicação é uma situação social – não restrita, portanto, a um segmento profissional (BUCCI, 2000, p. 32).

Quando Bucci fala das forças e interesses que ultrapassam os domínios da redação, entendemos que, no caso representado em nosso objeto de estudo, estes seriam: a amizade mantida pela dona com a editora da revista e o processo que a revista receberia. Todos estes fatos implicariam nos interesses econômicos da dona da publicação.

#### 4. 4. 6 Sem ingenuidade

Mediante as discussões feitas anteriormente, faz-se importante ressaltar que seria ingênuo de nossa parte acreditar na existência e prática incondicional da ética em um sistema que, por si, é antiético. Como muitos autores afirmam, a ética é uma teoria quase impraticável.

Portanto, seria ingênuo o julgamento de profissionais da imprensa como antiéticos e invasores de privacidade quando esta é uma privacidade construída em público, como afirmou Bucci. Além disso, muitos dos jornalistas que se prestam à utilização de recursos éticos para a obtenção de informações estão cumprindo ordens de superiores. Afinal, se não cumprirem, serão demitidos.

Ivo Tonet (s/d) nos chama atenção para a grande confusão pela qual a sociedade tem passado em relação aos valores. Segundo ele, em todas as dimensões da vida social, os valores que antes eram vistos como sólidos sofreram abalos.

Parece que, de uma hora para outra, a sociedade se transformou num valeduto, onde não se tem mais certeza do que é bom ou mau correto ou incorreto. E, sobretudo, parece que os valores que mais se impõe são os de caráter, individualista, imediatista e utilitário, chegando muitas vezes, ao cinismo mais aberto. Aspira-se a um mundo justo, solidário e humano, mas parece que estes valores se tornam cada vez mais distantes (TONET, s/d, p. 1).

O autor destaca que o discurso ético deixe de ser apenas um discurso abstrato e se torne real, seria necessária a superação da propriedade privada e a instauração de uma forma de sociabilidade cujo fundamento seja o trabalho associado. Ele pondera ainda que é impossível a existência de um mundo verdadeiramente humano sob a regência do capital. Compartilhando do pensamento de Tonet, acreditamos que tais afirmações fazem sentido se pensarmos na lógica do sistema capitalista. De fato, é injusto emitirmos julgamentos e condenações aos profissionais representados na série como antiéticos, se, nesta sociedade, tudo gira em torno do capital e os discursos são abstratos.

Vale ressaltar também que muitos debates e encontros promovidos para se discutir a ética acabam entre os profissionais da imprensa acabam ficando apenas na teoria. Da mesma forma, os códigos de ética não saem do papel, pois não existem entidades voltadas ao julgamento de deslizes éticos apenas para jornalistas. De acordo com Bucci (2000), um código de ética pronto e fechado não vale quase nada para a educação dos profissionais.

## 5 CONSIDERAÇÕES

### 5.1 As referências de Miguel Falabella

Conforme citamos nas descrições e análises feitas anteriormente, algumas das histórias contidas no roteiro da série possuem certa semelhanças com casos verídicos. Em outras palavras, podemos dizer que foram inspiração para a produção. No episódio *O direito de cada um*, onde um jogador de futebol é flagrado com um travesti, claramente, faz-se referência ao caso de Ronaldo Fenômeno, que, em 2008, foi alvo de escândalos envolvendo travestis.

Já em *Acidente de Trabalho*, podemos dizer que temos duas inspirações da vida real na construção do episódio. Primeiro, em um diálogo, Lírío, Chico e Manolo conversam sobre o último “trabalho” de Manolo. Gravou o vídeo de uma atriz em fazendo sexo com o namorado em um local público. Em 2006, a modelo e apresentadora de TV Daniella Cicarelli foi flagrada em cenas íntimas com o namorado em uma praia espanhola (BENVEGNU, 2013).

Mas a referência à vida real mais óbvia do episódio é com o acidente que acontece durante a perseguição de Manolo e Lírío sobre o carro do casal de famosos. A inspiração, sem dúvida, foi no caso da morte da princesa Diana, que também morreu em acidente de carro quando fugia de alguns *paparazzi* que a perseguiram de moto. Até o detalhe de o acidente ter ocorrido em um túnel foi reproduzido pela produção.

Como percebemos e mencionamos neste estudo, o jornalismo praticado pela redação de *A Vida Alheia* se difere um pouco da realidade de revistas brasileiras como *Caras*, *Contigo*, *Quem*, etc. Nas publicações do Brasil, o que vemos é uma promoção das celebridades, fotos pousadas, engrandecimento dos famosos e muito glamour. Enquanto a imprensa cor-de-rosa de outros países é muito mais agressiva com suas celebridades, publicando escândalos e

fococas. Em entrevista, Miguel Falabella<sup>15</sup>, afirmou que não conhece uma publicação como *A Vida Alheia* e acredita que não exista igual no Brasil. Ele afirma que as revistas brasileiras não focam muito em escândalos e cita a *Caras*, onde segundo ele, “tudo é lindo”.

## 5. 2 À guisa de conclusão

Como podemos perceber, não é apenas o cinema que tem trazido o jornalista como personagens nos filmes. Embora em menor escala, as telenovelas e séries televisivas também incluem os profissionais da imprensa em suas tramas. Proporcional à presença do personagem, temos os estudos sobre as representações em cada meio audiovisual. Por isso, faz-se importante uma pesquisa como esta para que se amplie o referencial teórico e as discussões sobre como os produtos da ficção têm representado o jornalista.

Ao retratar o cotidiano de uma redação, a série nos permite a constatação de discussões feitas em estudos do jornalismo, como teorias e segmentação da área. A produção traz em si elementos que correspondem ao que dizem os teóricos. Por meio dela, observamos a Teoria Organizacional construída a partir da relação entre a profissão e a organização empresarial. Percebemos ainda a representação do jornalismo de celebridades. Notamos que a segmentação é uma conexão entre a imprensa especializada na área e o público que a consome. Um círculo entre os que publicam e os que absorvem as informações. Um não existe sem o outro. Como indica Bucci (2000, p. 147), “ninguém acha justo fuxicar a intimidade alheia. Não obstante, o público devora sôfrego tudo o que se publica de mexericos sobre os ricos e famosos”.

A partir da observação do nosso objeto de estudos, notamos que estereótipos já percebidos em estudos anteriores se repetem na série. Bem como pudemos identificar novas características atribuídas ao jornalista. Temos a representação do jornalista cínico, da ambição de subir na carreira, da ânsia por um furo, do profissional mal remunerado. Além disso, a

---

<sup>15</sup> Entrevista disponível em: <https://auroradecinema.wordpress.com/2010/07/19/a-vida-alheia-de-falabella/>

produção retrata a relação do jornalista com o tempo e a dificuldade de conciliar o trabalho com a relação familiar, que muitas vezes é prejudicada pela ausência do jornalista em casa. Por outro lado, temos a imagem do profissional ético e não disposto a fazer qualquer coisa na profissão.

Todavia, notamos que o jornalismo representado em *A Vida Alheia* se difere ao de outras séries televisivas, como *Lois & Clark – As novas aventuras do Superman* e *The Newsroom* – produtos analisados por estudos citados por nós. Entendemos que se tratam de segmentos distintos do jornalismo. *The Newsroom*, por exemplo, exhibe um jornalismo utópico, pois, segundo seus analisadores, aproxima-se de um tipo ideal da prática jornalística. No tocante à *Lois & Clark – As novas aventuras do Superman*, esta se difere no aspecto familiar, já que o jornalista da série analisada por Kraetzig mantinha uma boa relação com os familiares. Entretanto, como semelhança, podemos apontar o fato de que uma jornalista da obra chegou a usar disfarces na apuração de um fato.

No que tange à ética entre os profissionais representados na série, comparamos ao que os teóricos apontam acerca dos embates éticos e deontológicos da profissão. Constatamos que muitas das atitudes dos personagens da série são julgadas como antiéticas de acordo com os códigos e ponderações dos autores. Todavia, sabemos que, devido ao sistema onde a empresa jornalística está inserida, a ética é só um discurso abstrato, como propõe Tonet (s/d). No sistema que gira em torno do capital, é impossível se falar de ética quando o próprio aparelho não está baseado em princípios éticos. Por isso, destacamos que seria ingenuidade de nossa parte apontar como falhas viciosas apenas as ações dos jornalistas. Não se pode deixar de citar os deslizes cometidos pela empresa e pelo modelo organizador dela.

Consideramos muitas das representações reproduzidas em *A Vida Alheia* como verossímeis, baseando-nos em colocações de estudiosos do jornalismo. Por fim, destacamos que as séries televisivas têm ganhado cada vez mais espaço entre os programas de

entretenimento do público. Deste modo, as representações sociais ganham mais força ao serem reproduzidas nas telas. Portanto, a partir deste trabalho, recomendamos a elaboração de mais pesquisas acerca da temática, haja vista que os meios têm ficado cada vez mais fortes e atingido um grande número de pessoas.

## REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina. O jornalismo especializado na sociedade da informação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso em: 14 agosto 2014.

ABRAMO, Cláudio. A Regra do Jogo – O Jornalismo e a Ética do Marceneiro. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

AMBRÓSIO, Milanna; GAVIRATI, Vitor; SIQUEIRA, Graciene. Cinema e jornalismo: uma análise da representação da prática jornalística em filmes. In: XIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE, 13, 2014, Belém. Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte. São Paulo: Intercom, 2014.

BARBOSA, Sinaldo de Luna. Ética jornalística sob uma perspectiva bucciana: The Newsroom e o fantasma da manipulação midiática e o jornalismo ideal. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/viewFile/21329/11778>. Acesso em: 17 abril 2015.

BENVEGNO, Ana Paula. Paparazzi: profissionais do jornalismo de entretenimento. Monografia de Conclusão de Comunicação Social – Jornalismo. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2013.

BERGER, Christa (Org.). Jornalismo no cinema: filmografia e comentários. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2002.

BORGES, M<sup>a</sup> Paula de Almeida. Professores: imagens e auto-imagens. Lisboa: Universidade de Lisboa (Faculdade de Ciências. Departamento de Educação), 2007.

BUCCI, Eugênio. Sobre ética e imprensa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CHAUÍ, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo: Editora Ática, 2000.

DÁVILA, Letícia Pimenta. A imagem da notícia: o jornalismo no cinema. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.



DEJAVITE, Fábila. O jornalismo de celebridade e a propagação do boato: uma questão ética. In: XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002, Salvador. Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2002.

FRANÇA, André Ramos. Das teorias do cinema à análise fílmica. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Câmara de Ensino de Pós- Graduação e Pesquisa, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

GUSMÃO, Camila. A representação jornalística da celebridade sob a ótica do infoentretenimento. Monografia de Conclusão do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2010.

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.

LAVIOLA, Juliana; LANTELME, Lenise. As revistas de “fofoca” brasileiras e o discurso de capa da Contigo! Disponível em: <http://www.faminas.edu.br/download/baixar/90>. Acesso em: 14 novembro 2014.

LIMA, Maria Manuel. Considerações em torno do conceito de estereótipo: uma dupla abordagem. Revista da Universidade de Aveiro – Letras, Publicação do Departamento de Línguas e Culturas, Universidade de Aveiro, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2002.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: neurose. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

MOSCOVICI, Serge. A representação social da psicanálise. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

OLIVEIRA, Ana Carolina; SCHNEIDER, Greice. A representação do jornalismo no seriado The Newsroom. In: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO

NORDESTE, 16, 2014, João Pessoa. Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. São Paulo: Intercom, 2014.

OLIVEIRA, Fátima O. de; WERBA, Graziela C. Representações sociais. In: JACQUES, M. C. Psicologia social contemporânea. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

OLIVEIRA, Jocyelma; SOARES, Hamistelie Roberta. A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0744-2.pdf>>. Acesso: 28 novembro 2014.

PENA, Felipe. Teoria do jornalismo. Rio de Janeiro: 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: 16 setembro 2014.

ROSA, Rachel Bezerra Abrantes. O personagem jornalista na visão cinematográfica da década de 90. Brasília, 2006. Monografia de Conclusão de Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2006.

SANTANA, Allaisa; SOUZA NETO, Aureliano; CONCEIÇÃO, Lucas. “Direito de fofoca: um jornalismo que incomoda(va). In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32, 2009, Curitiba. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2009.

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

SILVA, Adaci Aparecida Oliveira Rosa da. O mundo dos jornalistas na realidade e na ficção. Uma análise comparativa do perfil profissional e dos discursos da telenovela sobre as práticas do jornalista. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação). Universidade de São Paulo, 2012.

SOARES, Joarle Magalhães. Como é que os acontecimentos se tornam notícia? Um estudo sobre os valores-notícia no Jornal Nacional. Monografia de Conclusão de Comunicação Social – Jornalismo. Juiz de Fora: Faculdade de Comunicação Social da UFJF, 2007.

SOARES, Murilo Cesar. Representações e comunicação: uma relação em crise. *Líbero*, Ano X, nº 20, Dezembro/2007.

SOUSA, Diêgo Rodrigues. The Newsromm e a tentativa de reviver a Era de Ouro do telejornalismo estadunidense. Monografia de Conclusão do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2014.

SOUSA, Jorge Pedro. Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e a linguagem da fotografia na imprensa. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>. Acesso em: 10 maio 2015.

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

TRAVANCAS, Isabel. O mundo dos jornalistas. São Paulo: Summus Editorial, 1993.

\_\_\_\_\_. Jornalista como personagem de cinema. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>>. Acesso em: 13 agosto 2014.

TONET, Ivo. Ética e capitalismo. Disponível em: [http://ivotonet.xpg.uol.com.br/arquivos/ETICA\\_E\\_CAPITALISMO.pdf](http://ivotonet.xpg.uol.com.br/arquivos/ETICA_E_CAPITALISMO.pdf)>. Acesso em: 20 abril 2014.

#### DVD

A VIDA ALHEIA. Criação e roteiro final: Miguel Falabella. Direção: Cininha de Paula e Marco Rodrigo. Globo Marcas e Som Livre. DVD. 356 min.