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

REPRESENTAÇÕES E JORNALISMO: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DO JORNALISTA NA SÉRIE TELEVISIVA THE NEWSROOM

Bolsista: Vitor Franco Gavirati, 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/0044/2014

REPRESENTAÇÕES E JORNALISMO: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DO JORNALISTA NA SÉRIE TELEVISIVA THE NEWSROOM

Bolsista: Vitor Franco Gavirati, Fapeam
Orientadora: Profª 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 em Comunicação Social (Gepecs).

RESUMO

O presente estudo avaliou a forma com que a prática jornalística é representada no seriado televisivo *The Newsroom*, de Aaron Sorkin, exibido pelo canal estadunidense HBO. Em síntese, expomos o que a produção diz sobre o jornalismo, bem como o que questiona e propõe a esta atividade. Para tanto, analisamos a rotina de personagens que exercem o ofício jornalístico ao longo dos dez episódios da primeira temporada da série, relacionando-a com o cotidiano de jornalistas descrito por estudiosos do jornalismo e identificando estereótipos atribuídos à imagem deste profissional. Compreendemos as figuras da prática jornalística geradas por *The Newsroom* como representações sociais, com base no que versam autores como Denise Jodelet (1990; 1993), Murilo Soares (2007; 2009) e Serge Moscovici (2003). A fim de observá-las, guiamo-nos pelo modelo de análise fílmica proposto por André França (2002). A investigação aponta o objeto de estudo como peça capaz de fomentar interessantes debates pertinentes ao campo jornalístico e, por consequência, explícita possíveis discussões acadêmicas motivadas por este. Dentre as quais destacamos os debates – a nosso ver, sob a ótica marxista – sobre a conceituação de jornalismo; as teorias do jornalismo; o poder da mídia/jornalismo; e a ética jornalística. Não obstante a isso, consideramos que o seriado *The Newsroom* pode servir como recurso didático para aulas de jornalismo, assim como influenciar a percepção social do jornalista, incorporando estereótipos à imagem do profissional.

Palavras-chave: Jornalismo; Representações Sociais; Série de TV; *The Newsroom*.

ABSTRACT

This study evaluated the way the journalistic practice is represented in television series The Newsroom, Aaron Sorkin, displayed by the American HBO channel. In summary, we show that the production say about journalism and what questions and proposes to this activity. Therefore, we analyzed the routine characters who exercise journalistic craft over the ten episodes of the first season of the series, relating it to the daily lives of journalists described by journalism students and identifying stereotypes attributed to this professional image. We understand the figures of journalistic practice generated by The Newsroom as social representations based on that deal authors like Denise Jodelet (1990; 1993), Murilo Soares (2007; 2009) and Serge Moscovici (2003). In order to observe them, we are guided by film analysis model proposed by André France (2002). The research points the object of study as part able to foster interesting debates relevant to the journalistic field and therefore explicit possible academic discussions motivated by this. Among which we highlight the debates - in our view, under the Marxist perspective - on journalism concepts; journalism theories; the power of the media/journalism; and journalistic ethics. Notwithstanding this, we believe that the show The Newsroom can serve as a teaching resource for journalism classes, as well as influence the social perception of the journalist, incorporating stereotypes in the image of the professional.

Keywords: Journalism; Social Representations; TV series; The Newsroom.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 06

2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA PRÁTICA JORNALÍSTICA NA FICÇÃO 10

3 METODOLOGIA 18

3. 1 Sinopse de *The Newsroom* 21

4 O QUE É O JORNALISMO SEGUNDO *THE NEWSROOM* 22

4. 1 O jornalismo inserido na lógica do capital 27

4. 2 Sensacionalismo *versus* relevância social 33

4. 3 O campo jornalístico em *The Newsroom* 35

5 TEORIAS DO JORNALISMO REPRESENTADAS EM *THE NEWSROOM* 38

5. 1 À guisa de introdução 38

5. 2 *News Night* e a teoria do espelho 40

5. 3 *Gatekeepers* em *The Newsroom* 44

5. 4 A organização jornalística influenciando a produção noticiosa em *The Newsroom* 48

5. 5 ACN e *News Night* como instrumentos de ação política 53

5. 6 A notícia é uma construção social da realidade 57

6 *THE NEWSROOM* E A FORÇA DA INFORMAÇÃO 60

7 DILEMAS DA ÉTICA JORNALÍSTICA EM *THE NEWSROOM* 65

7. 1 Decadência ética em *The Newsroom* 72

8 O PERFIL DO JORNALISTA SEGUNDO *THE NEWSROOM* 75

9 CONCLUSÃO 84

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 86

1 INTRODUÇÃO

Todas as profissões são carregadas de imagens. Porém, talvez, nenhuma outra seja tão cercada por mitos como a do jornalista (TRAQUINA, 2005). As concepções acerca do ofício presentes no imaginário coletivo circulam nas relações sociais do cotidiano e, hoje – em tempos midiatizados –, manifestam-se também nos meios de expressão de massa.

Segundo Nathale Kraetzig (2012), o jornalista é percebido socialmente através de seu trabalho e pela forma com que é apresentado em produtos audiovisuais voltados ao entretenimento. O tema tem despertado a atenção da academia nas últimas décadas, sobressaindo-se o interesse pelas obras cinematográficas. Stella Senra (1997) e Christa Berger (2002) destacam-se por apresentarem iniciativas pioneiras de estudo da temática, com importantes pesquisas que servem como base para referenciar trabalhos do gênero. Mas, em território brasileiro, o ápice do prestígio atribuído aos produtos de entretenimento que abordam o jornalismo pode ser considerado o ano de 2004, quando a Universidade Federal de Goiás criou a disciplina Cinema e Jornalismo, a ser ministrada no curso de Jornalismo da instituição. Esta se destina a ser um espaço do ensino de Jornalismo a partir da cinematografia.

Apesar da predileção por análises em filmes, as pesquisas inerentes a representações do jornalista não se restringem a estes enquanto objetos de estudo. “Para pensarmos o jornalismo e, com isto, os seus profissionais, é importante observar como estes são apresentados em obras que refletem as formas de organização da sociedade nas suas narrativas” (SANSEVERINO, 2014). Sendo assim, desenhos animados, peças literárias e seriados televisivos podem servir como material para pesquisas congêneres.

As pesquisas – já concluídas – sobre a representação do jornalista em obras de ficção apontam diversos estereótipos referentes à imagem deste profissional construídos pelo cinema

e pela literatura. Entretanto, encontram-se escassas as análises que tomam telenovelas e seriados, por exemplo, como objeto para investigações do gênero. Apesar da diferença de formatos dos materiais que podem servir como base para estes estudos, observamos certa linearidade na imagem dos jornalistas produzidas nos diversos gêneros ficcionais. Consultando a literatura existente, constatamos que algumas das características apresentadas em filmes, livros e séries televisivas são as mesmas ou se assemelham, divergindo-se apenas em conceituações e definições de termos. Não obstante a isso, Kraetzig (2012), em *A Representação do Jornalista na Série Lois & Clark – As Novas Aventuras do Superman*, observa traços da imagem do jornalista construída na cinematografia em uma série de televisão.

Neste contexto, propomo-nos a investigar a representação deste profissional no seriado televisivo *The Newsroom*, de Aaron Sorkin, produzido e exibido pelo canal estadunidense HBO. Destacamos que já defendemos outro trabalho com a mesma temática, porém, tendo como objeto de análise o filme Chicago, de Rob Marshall. Por considerarmos o campo promissor e carente de pesquisas nesta área, propomos o presente estudo.

Assim, neste trabalho, analisamos a rotina de personagens que exercem o ofício jornalístico ao longo dos dez episódios da primeira temporada da série, identificando traços marcantes atribuídos à imagem do profissional. De igual modo, observamos a prática jornalística exposta no objeto de análise a fim de relacioná-la com o cotidiano de jornalistas descrito por estudiosos do Jornalismo. Em síntese, responderemos: “o que a produção diz sobre o Jornalismo e os jornalistas?”, “esta representação é verossímil?”, “o que questiona sobre a prática jornalística?”, “o que propõe a ela?”. Assim, visamos proporcionar aos que se interessem por este estudo uma aproximação com a rotina de jornalistas – teorizada por autores como Adelmo Genro Filho (2012), Felipe Pena (2012), Jorge Pedro Sousa (2001; s/d), Mauro Wolf (1999) e Nelson Traquina (2005) – a partir de nosso objeto de análise.

Tomamos como aporte teórico para a investigação a Teoria das Representações Sociais (RS), tendo como base o que versam autores como Denise Jodelet (1993), Murilo Soares (2007; 2009), Serge Moscovici (2003) e Valdir Morigi (2004). Por consequência, apresentamos este arcabouço teórico nas páginas do primeiro capítulo do presente trabalho.

Segundo Jodelet (1993, p. 4), os elementos presentes nas representações sociais "são sempre organizados como uma espécie de saber que diz alguma coisa sobre o estado da realidade". Além da formação de estereótipos, as peças audiovisuais de entretenimento que possuem jornalistas como personagens demonstram inúmeras facetas da prática jornalística, podendo servir de fomento para discussões acadêmicas acerca do ofício. Em trabalhos anteriores (GAVIRATI, 2014; AMBRÓSIO *et. al.*, 2014), reconhecemos este potencial e sugerimos a utilização de *newspapers movies*[1] como recurso didático para aulas de Jornalismo. Porém, não só os filmes podem ser utilizados com tal função. Esta análise aponta o seriado *The Newsroom* como peça capaz de fomentar interessantes debates pertinentes à prática jornalística. Sendo assim, nossa análise sobre a representação da prática jornalística e do jornalista no referido seriado explicita possíveis discussões acadêmicas fomentadas por este.

Tendo em vista os vários aspectos que podem surgir da análise do seriado, em nossa interpretação sobre a representação da prática jornalística em *The Newsroom*, destacamos quatro tópicos referentes ao Jornalismo e o exercício da profissão para debate. A saber: conceituação de Jornalismo; teorias do Jornalismo; poder da mídia/jornalismo; e ética

[1] Segundo Christa Berger (2002), *newspapers movies* são obras cinematográficas que abordam o Jornalismo. Filmes deste gênero são identificados através das sinopses: a presença de palavras que remetam à prática jornalística faz com que uma produção seja classificada como *newspapers movie*. O filme *Chicago* (Rob Marshall, 2002) foi um de nossos objetos de análise nos estudos mencionados e não pode ser considerado como peça do gênero fílmico destacado. Contudo, em nosso trabalho, buscamos evidenciar a capacidade dos filmes que, de algum modo, abordam o Jornalismo em servir como fomento para discussões acadêmicas e possível recurso didático para aulas do ofício. Tal como a Universidade Federal de Goiás e a Universidade Presbiteriana Mackenzie os utilizam. As duas instituições oferecem enquanto disciplina optativa de seus cursos de Jornalismo a matéria Cinema e Jornalismo.

jornalística. Tópicos apresentados sequencialmente em nosso relatório a partir do segundo capítulo do mesmo. Temas como a ética jornalística e poder da mídia/jornalismo são frequentemente apresentados nos *newspapers movies* e demais peças ficcionais que retratam o ofício, consequentemente, sendo bastante abordados em estudos da temática. De igual modo, ante nossa perspectiva de considerar o objeto de análise como recurso didático para o ensino de jornalismo, é essencial a abordagem referente ao conceito e as teorias do campo jornalístico através da trama estudada. O último capítulo do presente estudo, por sua vez, expõe nossa análise sobre os estereótipos incorporados aos jornalistas em *The Newsroom*.

Em nosso trabalho, utilizamos o modelo de análise fílmica proposto por André França (2002), adaptando-o frente ao que objetivamos. Durante a construção deste estudo, destacamos diversos momentos dos episódios analisados, baseando-se em nosso objetivo com a investigação, o que para o autor corresponde à identificação de elementos significativos para a análise, e a partir deles construímos nossa abordagem à primeira temporada de *The Newsroom*. A presença da prática jornalística serviu como critério para a seleção dos trechos separados. Entendemos que os momentos colhidos são ilustrações de debates e teorias presentes no arcabouço teórico do Jornalismo. No entanto, apresentamos aqui fragmentos que se destacam pela repetição do aspecto enfatizado ao longo da série ou pela relevância no campo das discussões acadêmicas da Comunicação Social e do Jornalismo. Estes aparecem reunidos nos tópicos para debate citados anteriormente.

Ao final deste relatório, evidenciamos as principais conclusões desta leitura do seriado *The Newsroom*, enfatizando as representações sociais da prática jornalística presente em seus episódios.

2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA PRÁTICA JORNALÍSTICA NA FICÇÃO

Serge Moscovici (2003, p.209 - 210) entende as representações sociais como "uma série de proposições que possibilita que coisas ou pessoas sejam classificadas, que seus caracteres sejam descritos, seus sentimentos e ações sejam explicados e assim por diante". Elas são um conjunto de saberes populares construídos acerca de algo. Artefatos que auxiliam na familiarização de objetos estranhos ao nosso conhecimento (SOARES, 2009). Com os avanços tecnológicos, a difusão das representações tomou novo âmbito, estando também presentes nas mensagens veiculadas em meios de comunicação de massa, como destacam Murilo Soares (2009) e Denise Jodelet (1993). A compreensão do termo e a justificativa pela escolha deste conceito para aporte teórico de nosso estudo, no entanto, perpassam a simples explanação de definições básicas e convocam breve exposição sobre a evolução histórica da teoria.

Soares (2009) aponta a filosofia medieval como marco para o surgimento do conceito 'representação', ainda tratado como algo subjetivo, individualizado: uma representação mental. Neste período, pensadores empregavam "o termo latino *repraesentatio*, usado ora para indicar uma imagem ou ideia, ora ambas as coisas, sugerindo uma 'semelhança' com o objeto ou coisa representada" (p. 14). A partir disto é que cresce o nosso interesse – e de outros autores – em investigar a forma com que o jornalista é exposto na ficção. Tendo em vista que a representação, como aponta o autor, sinaliza para reapresentação de algo existente, estabelecendo-se relações de verossimilhança entre representado e representante.

"Outra maneira de explicar a representação mental é considerar que ela e o objeto covariam, de modo que se um está presente o outro também está" (SOARES, 2009, p. 14). Nesta perspectiva extrema e antiga da representação, poderíamos dizer que a imagem do jornalista difundida socialmente e/ou através da ficção seria a verdadeira identidade do

mesmo. À época, acreditava-se que todo conhecimento de mundo o qual portaríamos era obtido através das representações. Pensamento defendido por Kant (ABBAGNANO, 1982 *apud* SOARES, 2009, p. 14).

As representações, por sua vez, originavam-se nas experiências de vida do indivíduo, generalizando conceitos que estruturavam as proposições e valorações acerca de algo. O que sugere o emprego da realidade como vetor para a formação da representação da prática jornalística em *The Newsroom*. Complementando esta hipótese, Elizabeth Rondelli (1997, p. 153) afirma que "a matéria-prima dos autores da produção ficcional televisiva tem sido (...) as suas próprias experiências de vida". Se pensarmos no cinema, podemos ainda nos apoiar no que pondera Rudolf Arnheim (1932 *apud* FRANÇA, 2002, p. 26) sobre a construção de um filme: "O artista recebe do mundo diverso estímulos que percebe como objetos e eventos e, por sua vez, constrói ele próprio objetos (artísticos) que lança ao mundo". Exemplificando o pensamento de Arnheim, podemos mencionar o fato de que parte dos *newspapers movies* foram/são escritos por jornalistas ou tiveram/tem a participação destes profissionais em sua produção (BERGER, 2002). Algo que motiva ainda mais nosso interesse por pesquisas como a presente. Afinal, temos a possibilidade de através de produções cinematográficas – além de outras peças ficcionais – vislumbrar a real prática jornalística.

No século XIX, a coletividade integrou os estudos sobre representação. Então, as estruturas sociais e construtos históricos foram englobados nas investigações sobre representações. As teorias acerca do termo se aproximam do viés com que são abordadas atualmente.

> Passa-se a considerar a possibilidade da produção social das ideias, por meio de elaborações discursivas, que sancionam percepções sobre coisas, pessoas, ideias, estados e processos. As sociedades instaurariam consensos mais ou menos amplos, podendo entrar em conflito com formulações concorrentes. (SOARES, 2009, p. 15)

Marx e Engels foram os iniciadores deste enfoque. O pensamento dos autores se opunha ao da filosofia medieval. Este viés crítico deu novo tom aos estudos das representações, evidenciando a relevância dos modos sociais de produção material na construção da representação. De tal maneira, lançaram outro pensamento instigante para nosso estudo:

> (...) não partimos do que os homens dizem, imaginam e representam, tampouco do que eles são nas palavras, no pensamento, na imaginação e na representação dos outros, para depois chegar aos homens de carne e osso; mas partimos dos homens em sua atividade real, é a partir de seu processo de vida real que representamos também o desenvolvimento dos reflexos e das representações ideológicas desse processo vital. (MARX; ENGELS, 1998, p, 19-20 *apud* SOARES, 2009, p. 16)

Será a representação do jornalista e, por consequência, da prática jornalística em *The Newsroom* baseada nas rotinas diárias das redações reais? Entendemos que sim, a representação, em nosso objeto de análise, é carregada de componentes verossímeis. Característica que nos permite pensar não só a forma com que o jornalista é apresentado, como também debater e, até mesmo, repensar o jornalismo e sua prática. Pois, como nos diz Jodelet (1993, p. 4), os elementos representativos "são sempre organizados como uma espécie de saber que diz alguma coisa sobre o estado da realidade". A autora pondera que as representações assumem ainda a tarefa de descrever, analisar e explicar as dimensões e o funcionamento do mundo real.

Em 1898, Emile Durkheim instituiu o conceito de representações coletivas, sendo elas "as formas de pensamento que a sociedade elabora para expressar sua realidade" (MORIGI, 2004, p. 4). A conceituação de Durkheim, no entanto, limitava o efeito das representações a grupos sociais, tribos urbanas. Em analogia contextualizada com o foco deste trabalho, poderíamos afirmar que as imagens da prática jornalística e do jornalista apresentadas pelo seriado *The Newsroom* seria o modo particular de seus idealizadores de compreenderem o Jornalismo e os profissionais da área.

Jodelet indica Moscovici como o principal estudioso a investir no caráter social das representações, na década de 1960, insistindo no fenômeno. Para Moscovici (2003), as representações surgem no curso das relações interpessoais do cotidiano e fazem com que estereótipos não se desfaçam, pois, para o autor, tudo o que está presente na representação existe na realidade. Jodelet afirma que as representações sociais são de extrema importância para a vida, já que "elas nos guiam na maneira de nomear e definir em conjunto os diferentes aspectos de nossa realidade cotidiana, na maneira de interpretá-los, estatuí-los, e se for o caso, de tomar uma posição a respeito e defende-la" (JODELET, 1993, p. 1). Segundo a autora, as representações auxiliam a formação de identidades pessoais, reverberando a ideia de Kraetzig de que a representação do jornalista em produtos audiovisuais influencia a percepção social deste profissional.

> De um lado, a representação mental, como a representação pictórica, teatral ou política, dá uma visão desse objeto, toma-lhe o lugar, está em seu lugar, ela o torna presente quando aquele está distante ou ausente. A representação é, pois, a representante mental do objeto que reconstitui simbolicamente. De outro lado, como conteúdo concreto do ato de pensar, a representação carrega a marca do sujeito e de sua atividade. Este último aspecto remete ao caráter construtivo, criativo, autônomo da representação que comporta uma parte da reconstrução, de interpretação do objeto e de expressão do sujeito. (JODELET, 1993, p. 5)

Na tentativa de explicar as representações, Soares (2009) utiliza a etimologia da palavra. Em sua origem, o termo representação "evoca algum tipo de simulação das propriedades do objeto, eventos, processos e relações, com a finalidade de retratá-los de modo que as representações teriam para alguns autores, um caráter analógico" (p. 18-19). As representações circulam nas interações humanas em palavras, atitudes e também através das imagens midiáticas. O autor pondera que na comunicação midiatizada dos tempos modernos, as representações sociais podem se manifestar "de forma tácita, como vestígios ou traços implícitos em narrativas do jornalismo, da ficção, da publicidade e da propaganda" (SOARES, 2009, p. 18).

Para Soares, os meios de comunicação modernos são a concretização tecnológica máxima da representação. Isto, por conta da capacidade de figuração característica dos produtos audiovisuais. Deste modo, avaliar a representação do jornalista em um seriado televisivo se torna essencial para a compreensão da percepção da sociedade sobre o profissional e seu ofício. Jodelet destaca que muitas representações aparecem prontas para as pessoas e as transpassam, influenciando seu pensamento. Como lembra Veyne (1974 *apud* JODELET, 1993), o pensar de muitos indivíduos é marcado, de diversas maneiras, pelo pensar de outrem. A comunicação aparece como meio primordial para as interações representacionais podendo influenciar através de seus discursos. Algo potencializado com a midiatização, entendida por nós como a supervalorização dos conteúdos difundidos nos meios de comunicação e expressão de massa, que colabora fortemente com a determinação de versões da realidade, naturalizando coisas e inferiorizando outras.

> Os meios de comunicação, nesse contexto, assumiram um papel que ultrapassa a condição de meros veículos das mensagens e dos conteúdos. Além de veicularem informações aos cidadãos eles, no processo da comunicabilidade da cultura e seus valores, são responsáveis pela produção dos sentidos que circulam na sociedade. Isso nos remete à teoria das representações sociais. (MORIGI, 2004, p. 3)

Valdir Morigi (2004) nos lembra que as representações sociais são fluidas, podendo surgir e desaparecer instantaneamente. Tal afirmação pode ser visualizada nos *newspapers movies* e nas séries literárias e produções televisivas que possuem jornalistas como personagens, consequentemente, abordando o Jornalismo em suas histórias. Por que isto? Ao mesmo tempo em que imagens que elevam e glorificam a profissão são construídas em algumas das produções tão destacadas aqui, traços negativos do Jornalismo são escancarados em outras peças. Na literatura, segundo Isabel Travancas (2003), o jornalista possui representação ambígua, sendo ora herói, ora vilão, por exemplo. Cada diferente produto que retrata esta “mistificada profissão”, como afirma Nelson Traquina (2005), independente de formato, pode apresentá-la de modo distinto. Porém, estudos como os de Senra (1997), Berger

(2002) e Travancas (2003) buscam apontar unidades no modo de representar o Jornalismo nos diferentes gêneros da ficção.

Investigando os *newspapers movies*, Senra e Berger apresentam em suas reflexões estereótipos (SENRA, 1997) e/ou tipos ideais (BERGER, 2002) do jornalista construídos nestes. Mercenário, cínico, romântico, ignorante e alcóolatra são alguns dos adjetivos atribuídos a repórteres, editores e congêneres, no cinema, segundo Senra (1997). Na análise de Berger (2002), o misto de endeusamento e criticidade ao jornalista também perpetua as representações cinematográficas. De acordo com a autora, nas produções da chamada Sétima Arte, a profissão – assim como na literatura, segundo Travancas (2003) – é heroicizada tanto para o bem quanto para o mal[2]. Por vezes, o jornalista é apresentado como até mesmo um detetive policial, porém, em outras oportunidades, é crucificado, aparecendo como bandido, aliado a criminosos.

Apesar da padronização do jornalista nos *newspapers movies* observada por Berger e Senra, como dissemos anteriormente, cada produção pode representá-lo de modo distinto. Em trabalho anterior, por exemplo, analisando o filme Chicago (Rob Marshall, 2002), identificamos o jornalista como profissional ávido pela informação, porém, manipulável e ingênuo. Vale ressaltar que o filme não se enquadra como *newspaper movie* diante a classificação de Berger (2002).

Ainda no que tange a diversidade das representações do jornalista, Lisandro Nogueira (2005) defende a ideia de que as representações sociais difundidas pelo cinema também podem variar geograficamente. O autor destaca que os *newspapers movies* brasileiros tratam, por exemplo, de representar a desmistificação da objetividade jornalística, enquanto as obras estadunidenses abordam o jornalista de forma maniqueísta (herói-vilão). Segundo Berger

[2] Esta afirmação serve como exemplificação da linearidade de imagens do jornalista independente de formatos dos produtos ficcionais, apontada por nós na introdução deste relatório.

(2002), quantitativamente os Estados Unidos se sobressaem – com larga vantagem – aos demais países em termos de produção dos filmes de jornalismo. O que pode nos conduzir a reflexões e análises de representações norte-americanas sobre este ofício. Entretanto, através de telenovelas, consagrado formato ficcional televisivo no Brasil, conseguimos estabelecer avaliações direcionadas ao imaginário nacional, como fez Adaci Silva (2012). Em sua dissertação a autora ressalta o debate sobre a formação universitária do jornalista e as condições do mercado de trabalho da profissão.

Para analisarmos as representações do jornalista em contexto nacional, avaliamos em outro estudo (AMBRÓSIO *et. al*, 2014) as esquetes produzidas pelo grupo de humoristas brasileiros Porta dos Fundos. Para além de estereótipos, esta análise nos permitiu reverberar o pensamento de que as produções ficcionais que retratam o Jornalismo podem fomentar discussões acadêmicas sobre a prática jornalística, questionando-a. Dentro do caráter de semelhança das representações do jornalista o qual defendemos, a postura crítica das produções cinematográfica brasileiras, destacada por Nogueira (2005), aparece também nas esquetes analisadas. No artigo mencionado, percebemos o questionamento à lógica industrial do jornalismo e ao status atribuído a este pela sociedade. Críticas também presentes em outros filmes como Chicago.

A linearidade das representações perpetuadas nos diferentes meios de comunicação e expressão é também percebida por Nathale Kraetzig (2012, p. 10): “De qualquer forma, a representação do profissional da comunicação apresenta uma linguagem comum, não importando o meio em que seja veiculado”. Ainda na construção de nosso projeto de pesquisa, o estudo de Kraetzig era o único desta espécie que encontramos tendo como objeto um seriado televisivo. Contudo, posteriormente, localizamos três trabalhos de diferentes autores, datados de 2014 (ano em que iniciamos esta investigação), que utilizam *The Newsroom* como obra para análise semelhante a nossa. Ressaltamos que com o intuito de

respeitar o modelo de análise fílmica construído por André França (2002), o qual utilizamos como metodologia para esta pesquisa, não lemos as outras abordagens ao seriado[3]. Kraetzig realiza comparações entre a prática jornalística representada nos *newspapers movies* e no seriado *Lois & Clark – As Novas Aventuras do Superman*, como já mencionado. Algo que também faremos neste trabalho, evidentemente substituindo o objeto de estudo de Kraetzig por *The Newsroom*. Em sua análise, a autora identifica o jornalista como um profissional que não mede esforços para desempenhar seu trabalho, engajado socialmente e, como outras pesquisas enfocadas na análise de representações do jornalista, destaca a capacidade destas peças em discutir a prática jornalística, ressaltando as questões tocantes ao relacionamento dos repórteres com as fontes de informação.

No próximo capítulo, vamos discorrer sobre a metodologia adotada por nós, expondo os procedimentos tomados na construção desta pesquisa e uma breve sinopse da trama de *The Newsroom*, para, em seguida, expor nossa análise sobre a representação do ofício jornalístico em nosso objeto de estudo.

[3] "Somos também favoráveis à recomendação de que o trabalho de análise (pelo menos em uma primeira versão) se faça sem a leitura prévia ou concomitante de outras análises sobre o mesmo filme. Isto deixará mais livre o analista em seus processos de associação e interpretação, favorecendo a emergência de uma leitura mais pessoal, criativa e espontânea" (FRANÇA, 2002, p. 132).

3 METODOLOGIA

Ao desenvolvermos a pesquisa, nossa principal dificuldade foi o encontro de uma metodologia que contemplasse totalmente o objetivo desta análise. Entendemos que nossa indagação seria algo normal diante da preocupação em achar técnicas e procedimentos científicos que fossem suficientes para o cumprimento da proposta de investigação do presente trabalho. No tocante à análise de produtos televisivos de ficção, não existem metodologias científicas consagradas na academia. De tal maneira, aproveitando o potencial para avaliações de produtos audiovisuais do modelo de Análise Fílmica proposto por André França (2002), adotamo-la como aporte metodológico para a condução deste estudo. Método com que já trabalhamos em outro projeto de iniciação científica desta espécie onde investigamos a representação da prática jornalística em filmes.

França acredita que a análise de um filme deva estabelecer um diálogo entre o mundo e a obra analisada, observando o "jogo de mão dupla" entre cineasta e realidade. Isto porque a produção cinematográfica pode oferecer possibilidades de compreensão da vida, enriquecendo nossa interpretação do mundo, por vezes oferecendo novas perspectivas para a observação das relações sociais.

> O que o filme acrescenta ao mundo? O que lhe propõe? O que questiona sobre ele? Estas são algumas perguntas a serem contempladas no processo da análise. A análise também oferecerá ao leitor-espectador informações sobre o filme que, presentes nele de forma muitas vezes discreta, talvez não sejam observadas pelo espectador e, na visão do analista, são interessantes na composição de sua leitura do filme, de sua interpretação. O analista oferecerá sempre uma leitura pessoal do filme ao espectador; esta leitura não deverá pretender ser definitiva, "correta", superior à outras; não convocará tampouco o espectador a gozar o filme de uma maneira particular (a idéia do "deslumbramento participante"), mas se apresentará como uma espécie de versão, um reflexo da obra que se projeta na cultura (FRANÇA, 2002, p. 122).

Tratamos aqui, então, de adequar o modelo de França à análise de um seriado televisivo, aplicando suas considerações acerca de produções cinematográficas nos episódios do seriado *The Newsroom*.

O autor recomenda um modelo que se constitui em seis fases ou etapas. Na primeira, cabe ao analista assistir ao filme como um espectador comum, sem preocupações analíticas, isto é, deve ser uma atividade lúdica e prazerosa. A segunda etapa se inicia junto com a primeira. Nela, o analista deverá se entregar à experiência pessoal que o produto lhe proporciona. Trata-se de um processo de reflexão sobre os elementos do filme.

> Deverá ser capaz de perceber, tanto no decorrer da projeção como depois dela, como transcorreu esta experiência, permitindo que o filme o toque, o emocione e porventura o faça pensar (sobre o tema abordado na obra, sobre o cinema de forma geral, sobre a vida, sobre o mundo) (FRANÇA, 2002, p. 126).

Em seguida, na terceira fase, o analista assiste a obra novamente e observa seus elementos técnicos – fotografia, som, trilha sonora, interpretação dos atores, figurino, etc. –, verificando se algum destes se apresenta de modo particular, fazendo anotações.

A quarta fase é dedicada à formulação de hipóteses acerca da peça, seu projeto e sobre o diálogo que cultiva com o mundo. As hipóteses serão a base para a construção de um sistema para a obra. O analista deve observar também a forma como os elementos do filme contribuem – isoladamente e em conjunto – para a criação da visão de mundo apresentada na obra. Todas as hipóteses, concepções e ideias devem ser anotadas.

Na etapa seguinte, a quinta, o analista assiste a produção para verificar, confirmar (ou corrigir) as hipóteses levantadas anteriormente. Convém, portanto, confirmar o diálogo que a obra estabelece com o mundo através da construção e verificação de um sistema que entrelaça o analista, a obra e o mundo, laços estes estabelecidos pelo campo da experiência do analista (FRANÇA, 2002).

Por fim, na última fase, é feita a redação do texto final da análise fílmica. É a etapa de orientação e desenvolvimento de todas as anotações feitas desde o início do processo e de organização das ideias dentro da estrutura do esboço do sistema pensado para a obra. Sendo

este um texto acadêmico, buscamos traçar em nossa análise um paralelo entre o conhecimento científico acerca do tema abordado e nossa leitura da primeira temporada de *The Newsroom*. Para a elaboração do texto, França recomenda que não se faça uma descrição detalhada do filme, haja vista que, na maioria dos casos, o leitor/espectador tem fácil acesso à obra. O autor acredita ser mais vantajoso que o leitor interessado pela análise compre ou alugue a obra para confrontá-la com a análise. Assim, o analista deve fazer apenas referência à determinada cena do filme, ao citá-la em sua análise. Por exemplo: "'(ver a cena em que James Stewart segue Kim Novak em sua visita ao museu – em Um Corpo que Cai, de Hitchcock)', ou '(ver o trecho 1:21:05 – 1:21:20 – em determinado filme [...])" (FRANÇA, 2002, p. 124).

Ao realizar nossa análise, seguimos a maioria das fases propostas por França. Entretanto, abrimos mão da terceira etapa, onde deveriam ser observados os elementos técnicos da produção, pois julgamos que para se analisar representações sociais, a observação de tais aspectos não seria necessária, portanto, nossos objetivos não estavam voltados à avaliação técnica das produções cinematográficas analisadas. Contudo, vale ressaltar que as propriedades técnicas podem revelar informações acerca da representação. Para exemplificar, podemos citar o ponto de vista do espectador gerado a partir do posicionamento da câmera, pois, ele pode produzir efeito de poder ou submissão a uma personagem.

De certo modo, a proposta de França já proporciona ao analista um exame das representações sociais, haja vista a ideia do autor de que a análise fílmica deve intermediar um diálogo entre a obra e o mundo. Além de privilegiar a experiência do analista ao apreciar o objeto de estudo, considerando sua vivência – que em nosso caso, deu-se com base no arcabouço teórico acerca da prática jornalística e nosso contato com o jornalismo.

3.1 Sinopse de *The Newsroom*

The Newsroom é um seriado estadunidense criado por Aaron Sorkin, transmitido pelo canal HBO. A trama mostra os bastidores do telejornal fictício *News Night*, da emissora ACN, após uma mudança de funcionários na produção do mesmo. A partir disso, ao longo dos dez episódios da primeira temporada do seriado é destacada a rotina de jornalistas no desempenho de seu ofício e parte de suas vidas pessoais.

4 O QUE É O JORNALISMO SEGUNDO *THE NEWSROOM*

Definir o jornalismo em um único conceito é tarefa difícil. Iniciativas com esta pretensão não contemplam a totalidade da prática jornalística, esbarrando na complexidade deste ofício que, ao longo do tempo, se desenvolve em constante transformação. "É absurdo pensar que possamos responder à pergunta 'O que é o jornalismo' numa frase, ou até mesmo num livro" (TRAQUINA, 2005, p. 19).

Nelson Traquina (2005), porém, esforça-se para solucionar a problemática destacada e afirma que poeticamente o jornalismo pode ser entendido como a vida em todas as suas dimensões segmentadas, por exemplo, nas editorias dos jornais impressos. O autor pondera que as pessoas desejam manter-se informadas sobre os acontecimentos cotidianos e, para tanto, utilizam a produção jornalística, o que as auxilia na integração social.

No entanto, João Carlos Correia (2011) destaca que a missão do jornalismo se altera em razão das diferentes teorias formuladas acerca deste fenômeno. Por consequência, obviamente, surgem inúmeras respostas para o questionamento a que se ocupa este capítulo, formuladas a partir da variação das bases de compreensão da prática jornalística. *The Newsroom*, por sua vez, fomenta a discussão sobre o jornalismo centrando-a em dois eixos que se correlacionam: a) função social da atividade jornalística; b) relação entre jornalismo e capitalismo. Linhas que irão se entrecruzar ao longo de todos os tópicos debatidos no presente estudo.

Fábio Henrique Pereira (s/d) considera o jornalismo um ofício ambíguo, marcado pela fluidez de status profissional. Contudo, entre as diversas concepções desta atividade, destaca-se o ideário romântico do jornalista, que – segundo o autor – apresenta a profissão caracterizada pelo comprometimento social, tendo em vista que lhe foi delegado o poder de

fiscalizar as instituições para a sociedade. Visão partilhada por Jorge Pedro Sousa (2001), que explica a maneira como o jornalismo deve atuar.

> Esta vigilância exerce-se através da difusão pública de informação. Informar significa, nesta asserção lata, publicitar os actos dos agentes de poder (o Governo, o Parlamento, os partidos políticos, os agentes económicos, etc.). Informar nessa mesma asserção significa ainda analisar esses actos, expor o contexto em que se praticam, explicar as suas consequências possíveis, revelar suas condicionantes. Significa, igualmente, trazer para o espaço público os assuntos socialmente relevantes que poderiam passar despercebidos, os assuntos que são escondidos, os que estão submersos, os que são obscuros. (SOUSA, 2001, p. 13)

Sousa não reduz o jornalismo unicamente a um vigilante de instituições. Para o estudioso, este ofício deve ser comunicação útil. De modo com que informar sobre eventos e problemáticas socialmente relevantes, que possam estar ou não relacionado aos agentes de poder, também é tarefa dos jornais.

Na trama desenvolvida em nosso objeto de análise, após a admissão da personagem Mackenzie McHale como produtora executiva do *News Night*, a equipe de jornalistas do referido noticiário busca seguir a acepção de jornalismo como vigia da esfera política. Atribuindo ao trabalho que exercem um sentido análogo ao que Sousa (2001) confere aos jornais, guiando-se pelo ideal da função social que cerca a prática jornalística. Podemos sintetizar o modelo que norteia a rotina do referido noticiário na lista de nove itens essenciais para o exercício do jornalismo, de Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003).

> A primeira obrigação do jornalismo é a verdade. 2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos. 3. Sua essência é a disciplina da verificação. 4. Seus profissionais devem ser independentes dos acontecimentos e das pessoas sobre as que informam. 5. Deve servir como um vigilante do poder. 6. Deve outorgar um lugar de respeito às críticas públicas e ao compromisso. 7. Tem de se esforçar para transformar o importante em algo interessante e oportuno. 8. Deve acompanhar as notícias tanto de forma exaustiva como proporcionada. 9. Seus profissionais devem ter direito de exercer o que lhes diz a consciência. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 22-23 *apud* PEREIRA, s/d, online)

Pereira (s/d) considera os apontamentos de Kovach e Rosenstiel uma ilustração da visão do jornalismo ligada ao comprometimento social. Esboço que vincula ao fenômeno o

sentido de quarto poder. Concepção esta, atribuída à atividade jornalística, defendida pela personagem Mackenzie McHale. Os autores da – segundo Pereira – elucidação exemplar do compromisso dos jornalistas com a sociedade ponderam que a negação das premissas apontadas por eles leva ao afastamento do jornalismo. Em *The Newsroom*, Mackenzie, por sua vez, aponta que o trabalho jornalístico norteado pela ideia romântica de função social conduz à defesa da profissão de jornalista como um ofício honrado e dos jornais enquanto quarto poder (ver *episódio 01 - We Just Decided To*).

A imagem do jornalismo como quarto poder surgiu em meados do século XIX (TRAQUINA, 2005) e com os processos de profissionalização da atividade jornalística no início do século XX (PEREIRA, s/d). Segundo Traquina (2005, p. 45), o direito de liberdade de expressão assegurado pela Declaração do Homem e do Cidadão, de 1789, "não apagava uma visão muito crítica da imprensa que vigorava no início do século XIX, largamente associada à ligação entre jornais e a propaganda política". Leonor O'Boyle (1968 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 46) destaca que os jornalistas eram temidos como "perigosos revolucionários".

> Este 'maior poder da nação' tinha sido designado como o 'Quatro Poder' anteriormente, no mesmo século, por um deputado do Parlamento inglês, McCaulay, que um dia apontou para a galeria onde se sentavam os jornalistas e os apelidou o 'Quarto Poder' (tradução do termo inglês *Fourth Estate*) (Boorstein, 1971: 124). No ano de 1828, ainda sobre a influência da Revolução Francesa, quando McCaulay se referiu-se ao 'quarto' *état* (o termo francês para *estate*) ou 'poder', tinha como quadro de referência os três *états* da Revolução Francesa: o clero, a nobreza e o *troisième état*, que engloba os burgueses e o povo. No novo enquadramento da democracia, com o princípio de 'poder controla poder' (*power checs power*), a imprensa (os media) seria o 'quarto' poder em relação aos outros três: o poder executivo, o legislativo e o judicial. (TRAQUINA, 2005, p. 46, grifo do autor)

A ideia do jornalismo como controle dos três poderes, defendida por Mackenzie e apontada por nós como referência para a equipe do *News Night*, é justificada a partir das pautas apresentadas no noticiário. Após a chegada da nova produtora executiva, o telejornal destacado em *The Newsroom* busca enfatizar a veiculação de matérias relacionadas à esfera

política estadunidense, retratando ações governamentais. Como pretende Mackenzie, informando o eleitorado e o ajudando a tomar decisões e posicionamentos neste âmbito. A jornalista acredita em um potencial transformador do jornalismo. Podemos dizer que a personagem confia que *News Night* pode se tornar, por exemplo, um jornal como foi a Folha de São Paulo na campanha Diretas Já, em 1984, segundo Manuel Carlos Chaparro (1993, p. 92): "uma entidade social e cultural, carregada de emoções, alimentando processos complexos de comunicação com informação, análises e opiniões que podem mudar os rumos de povos e nações".

Mackenzie tem consciência do poder que o jornalismo e os meios de comunicação de massa possuem e aspira usá-lo em favor da sociedade, fazendo com que o *News Night* atue "como um elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governantes", tal como George Boyce (1978 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 46) propõe ao funcionamento da imprensa. A legitimidade jornalística – afirma Traquina – está na teoria democrática. "Quanto mais democrática uma sociedade, maior é a tendência para dispor de mais notícias e informações" (KOVACH; RESENSTIEL, 2003 *apud* PENA, 2012, p. 24). Neste contexto, historicamente delineia-se uma postura de desconfiança em relação ao poder e uma relação de oposição entre jornalismo e governo. Algo que também passa a estar presente em *The Newsroom*, a partir do momento em que o telejornal destacado na trama tenta atuar conforme a visão da atividade jornalística enquanto quarto poder.

O espírito romântico e idealista de compreensão do jornalismo característico de Mackenzie contamina os demais jornalistas que integram a equipe do *News Night*, formada por jovens recém-formados, com pouca experiência, e veteranos como o âncora do jornal, Will McAvoy, e o diretor de jornalismo do canal ACN, Charlie Skinner. No caso de Charlie, a imagem romantizada já era sua maneira de perceber o trabalho jornalístico. Foi o diretor que contratou Mackenzie com a intenção de produzir um telejornal com este caráter ideológico. O

que nos atrai neste aspecto da trama é o encontro da ficção com um dos pensamentos de Adelmo Genro Filho (2012).

Para Genro Filho, o ideário romanesco acerca do jornalismo é visto como fruto de uma concepção baseada no funcionalismo[4], visão a qual o autor entende não ser suficiente para compreender a prática jornalística. Além disso, sendo a que os jornalistas apresentam como resposta em suas empreitadas com a intenção de definir o jornalismo.

> (...) até certo ponto, é inevitável que a teorização espontânea dos homens 'práticos', quando refletem sobre questões sociais baseadas na sua própria experiência, adquira contornos funcionalistas. O espírito 'pragmático' da grande maioria dos jornalistas, em parte devido à defasagem do acúmulo teórico em relação ao desenvolvimento das 'técnicas jornalísticas' e, em parte, devido ao caráter insolente e prosaico que emana naturalmente da atividade (produzindo nos jornalistas uma consciência correspondente), não poderia gerar uma outra forma de teorização. Mesmo quando pretendem apenas relatar sua experiência pessoal como profissionais ou elaborar 'manuais práticos' da disciplina. (GENRO FILHO, 2012, p. 35-36)

Apesar da deficiência apontada, Genro Filho considera que esta tendência dos jornalistas pode ser positiva, "à medida que fornecem indicações com alguma eficácia operacional, contém elementos e intuições importantes para um esforço teórico que busque ultrapassá-las" (GENRO FILHO, 2012, p. 36). Como destaca Felipe Pena (2006; 2012), as teorias são reducionistas, mas abrem margem para outras discussões através dos questionamentos que suscitam. Por este motivo são elaboradas as teorizações: para aprofundar conhecimento.

> Não existe, entretanto, forma mais eficiente de aprofundar o estudo de qualquer assunto. É verdade que, ao enquadrar determinado conhecimento em um gênero específico, limito meu horizonte de análise. Mas essa limitação também é uma ampliação. Por mais paradoxal que pareça, quando faço um recorte sobre um tema estou multiplicando as possibilidades reflexivas sobre ele, pois minha metodologia promove questões que podem servir para incentivar a criação de novos métodos, que promovem outras questões, e assim por diante. A pertinência de qualquer pesquisa está nas perguntas, não nas respostas. (PENA, 2006, p. 17 - 18)

---

[4] Segundo Genro Filho (2012), na visão funcionalista, o jornalismo é entendido como crítica responsável que se baseia na divulgação objetiva dos fatos, tendo uma função social voltada para a melhora das instituições democráticas, uma atividade relacionada à denúncia e à correção de patologias sociais.

Indícios de que a compreensão do jornalismo enquanto quarto poder e demais ideais românticos acerca deste não são satisfatórios para interpretar a complexidade da atividade jornalística estão presentes em *The Newsroom*. Ao longo das páginas anteriores, quando nos referimos à incorporação da visão romanesca do trabalho jornalístico no seriado analisado, utilizamos termos como "busca" e "pretende". Isso porque as intenções da equipe do *News Night* em desempenhar seu ofício referenciado pela função social da profissão, por vezes, não se concretizam. De tal modo, no tocante à nossa abordagem, o questionamento que elucida o paradoxo destacado por Pena é: "se o jornalismo é o quarto poder, por que a missão de vigia da esfera política não pode ser realizada em plenitude?". Neste momento, começam a entrar em contato os dois eixos pelos quais entendemos que o debate acerca do jornalismo é motivado na trama de nosso objeto de análise.

4.1 O jornalismo inserido na lógica do capital

Genro Filho (2012, p. 10) compreende o jornalismo "como uma forma social de conhecimento, historicamente condicionada pelo desenvolvimento do capitalismo, mas dotada de potencialidades que ultrapassam a mera funcionalidade a esse modo de produção". Percebemos esta relação em *The Newsroom*, pois, no seriado é a imersão da atividade jornalística na lógica capitalista que dificulta a execução do ofício jornalístico comprometido socialmente (ver *episódio 03 - The 112º Congress*). "No capitalismo, o jornalismo é atravessado pela ideologia burguesa como uma fruta é passada por uma espada (...). Ou seja, de modo flagrante, evidente e doloroso", alerta Genro Filho (2012, p. 114).

Os episódios investigados na presente pesquisa são marcados pelo embate entre os dois eixos os quais apontamos como orientação para debates acerca da atividade jornalística a partir de *The Newsroom*. Estes sugerem que o ingresso do jornalismo na lógica empresarial

atrapalha a concretização do potencial deste ofício. Pensamento similar ao de Jürgen Habermas (1984 *apud* GENRO FILHO, 2012).

Habermas aponta que o desenvolvimento do jornalismo se deu em três fases. Na primeira, correspondente ao período de formação da imprensa e etapa inaugural do capitalismo, os jornais eram organizados de forma artesanal, buscando a maximização dos lucros em um interesse exclusivamente comercial. Durante a segunda, o jornalismo se tornou um espaço de luta política e partidária, motivado pela conquista da esfera pública. Enquanto na terceira, os jornais têm uma espécie de retorno à primeira fase, porém, com novas dimensões de capital e tecnologia, "não mais artesanal, mas empresa capitalista típica de uma etapa histórica mais desenvolvida" (GENRO FILHO, 2012, p. 108). Momento em que o jornalismo assume a possibilidade de lucro característico de uma instituição comercial.

> Para Habermas, essa terceira etapa significa uma espécie de negação das potencialidades desenvolvidas e realizadas na segunda fase, ou seja, na etapa de partidarismo político da imprensa, quando ela representava, efetivamente, a constituição de uma 'opinião pública' das pessoas privadas como cidadãos. Na terceira etapa, a imprensa será a expressão pública de proprietários privados. (GENRO FILHO, 2012, p. 108)

O pensamento de Habermas (1984) e a interpretação de Genro Filho (2012) acerca deste aparecem em *The Newsroom* na luta travada pela equipe de jornalistas do *News Night* com os proprietários do canal ACN, que pretendiam interferir no conteúdo do noticiário. A terceira etapa do desenvolvimento do jornalismo apontada por Habermas é representada claramente no *episódio 03 - The 112º Congress*, do seriado. No mesmo, o jornal enquanto "expressão pública de proprietários privados" é esboçado no exercício de controle de conteúdo noticioso realizado pelos donos da ACN. Ação que visava impedir a circulação de informações prejudiciais a pessoas com as quais estes se relacionavam empresarialmente. Ou seja, ato que buscava assegurar a manifestação dos proprietários do veículo de comunicação no espaço público, possibilitada através da atividade jornalística organizada como empresa capitalista. Como destaca Habermas:

> A história dos grandes jornais na segunda metade do século XIX demonstra que a própria imprensa se torna manipulável à medida que se comercializa. Desde que a venda da parte relacional está em correlação com a venda da parte dos anúncios, a imprensa, que até então fora instituição de pessoas privadas enquanto público, torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas – ou seja, pórtico de entrada de privilegiados interesses privados na esfera pública. (HABERMAS, 1984 *apud* GENRO FILHO, 2012, p. 109)

Segundo Habermas, a atual forma de desenvolvimento da atividade jornalística estruturada empresarialmente é inerente ao aspecto publicitário-comercial ou ideológico-manipulatório. Contemporaneamente, é possível observarmos, no âmbito da imprensa, uma contradição entre o jornalismo crítico e a publicidade jornalística com interesse de manipulação, destaca o autor. Em função destes fatores, Habermas afirma que o jornalismo com as características atuais não deveria ser conservado. Este pensamento nos parece estar representado em *The Newsroom* no momento em que Leona Lansing, proprietária do canal ACN, afirma ser favorável à prática do bom jornalismo, porém, pondera que esta é praticamente impossível por conta das relações políticas e comerciais que a empresa jornalística precisa manter para sobreviver na sociedade organizada pela lógica do capital (ver *episódio 10 – The Greater Fool*).

Na trama de nosso objeto de análise, Leona afirma ter adquirido um veículo de comunicação com intuito de influenciar a conversa pública. Ilustração máxima dos pensamentos de Habermas (1984) destacados por Genro Filho (2012). Linearmente ao que defendemos em nossa análise, com o uso de conceitos diferentes, segue o confronto entre a equipe do *News Night*, que na visão de Habermas poderia ser interpretado como o jornalismo crítico, e os donos do canal ACN, em busca da publicidade jornalística manipuladora.

Pereira (s/d) aponta que, a partir da década de 70 do século XX, o jornalismo passou a não ser visto como uma profissão de ideal social, mas sim como um ofício voltado prioritariamente aos interesses do mercado. O estudioso afirma que nos Estados Unidos, a

partir dos anos 50, com o empenho da Comissão para Liberdade de Imprensa surgiu a Teoria da Responsabilidade Social no jornalismo.

> A teoria é, antes de tudo, uma resposta à crescente concentração empresarial dos meios de comunicação norte-americanos. Por isso, ela instituiu diretrizes que vão orientar a atividade jornalística de forma a melhorar a qualidade da produção noticiosa e separá-la da necessidade de gerar lucros. (PEREIRA, s/d, online)

Tomava-se como premissa que o jornalismo deveria servir ao público e não a interesses particulares e aos objetivos comerciais de anunciantes e proprietários de jornais (HALLIN, 1996 *apud* PEREIRA, s/d, online). Tendo como base autores enviesados pela corrente de pensamento do marxismo, encontramos severas críticas ao regime da atividade jornalística orientado pelo capitalismo. Ponderações que, sobretudo, enfatizam o modo com que o trabalho jornalístico pode ter sua dimensão social reduzida pelo controle privado.

Nilson Lage (2001) pondera que as primeiras iniciativas de compreensão do jornalismo se confrontaram com uma bolha ideológica onde a sociedade era apontada como massa inerte a qual os meios de comunicação de massa seriam capazes de manipular. Em *The Newsroom*, a personagem Leona Lansing não considera a coletividade insensível a ponto de ser facilmente controlada, mas – como já argumentamos – reconhece o potencial de influência dos meios massivos de expressão e que busca utilizá-lo. No entanto, Wade Campbell, personagem que pleiteava cargo político na trama, buscou utilizar as menções que tem nos veículos de comunicação para persuadir o eleitorado em seu favor. O que nos leva a considerar os personagens como parte das “bolhas menores”, destacadas por Lage (2001, p. 40), que ainda contemplam o jornalismo como elementos de manipulação de sociedades imóveis.

Lage (2001, p. 45) nos explica que “(...) reduzindo a responsabilidade pela informação pública aos jornalistas”, a meta dos inerentes à bolha é “ocultar as verdadeiras origens dos fatos e ideias que a imprensa veicula: os centros de poder políticos, econômicos e

acadêmicos". O autor acredita que os empresários da comunicação vislumbram o prestígio e a importância pessoal perante o mundo com a ideia de domínio da sociedade. Sentimento que parece acompanhar Leona Lansing e, seu filho, Reese Lansing durante os episódios de nosso objeto de análise. Entretanto, afirma Lage, caso os meios de comunicação de massa possuíssem o destacado poder de condução da massa, a sociedade poderia dispensar a História e negar causalidade aos eventos.

> Os fatos se acumulam mostrando: a) o quanto pode ser relativa a atribuição de poder dos discursos de convencimento e àqueles que os produzem; b) o quanto é discutível sua eficiência para contestar valores ou interesses objetivos de classe ou cultura; c) o quanto esses discursos dependem para ser eficazes do contexto social de sua fruição, isto é, da experiência objetiva dos receptores, do *hit et nunc*, tempo e lugar; e, finalmente, d) o quanto o efeito deles independe da tecnologia envolvida, cujo papel parece ser o de acelerar e ampliar a circulação das mensagens, sem que isso garanta serem elas mais eficazes (...) (LAGE, 2001, p. 45-46, grifo do autor)

Como exemplo do que destacamos na citação acima, Lage aponta, entre outros acontecimentos, o aumento do consumo de drogas no Brasil, apesar da quase inexistente campanha em prol desta e da forte propaganda contrária. Na temporada analisada de *The Newsroom*, não é claramente evidenciada a superação da bolha ideológica, porém, são apresentados vestígios desta, como a fluidez da audiência perante o conteúdo veiculado no noticiário *News Night*. A sociedade possui gostos, interesses, ideais e busca compactuá-los junto aos meios de comunicação de massa. O seriado representa a potencial audiência como população desinteressada perante assuntos políticos e econômicos.

Enquanto empresa comercial, os meios de comunicação buscam o aumento da audiência para a negociação com anunciantes e, consequentemente, crescimento dos lucros. Em algumas das intervenções de Leona e Reese, no papel de proprietários do canal ACN, é solicitado junto aos produtores do *News Night* uma mudança de comportamento editorial, tendo em vista os interesses comerciais do veículo de comunicação. Leandro Marshall (s/d, p. 1) argumenta que na sociedade atual, pós-moderna, o jornalismo se torna um "apêndice da

publicidade". Para o autor, esta era é de intensa transformação, gerando "sobretudo, uma mutação sintetizada pelo capital para operar como ferramenta da civilização capitalista. Uma cultura feita com os valores e anti-valores do capital" (MARSHALL, s/d, p. 2). Etapa que altera o genoma da comunicação e da informação, transformando a última, cada vez mais, em mercadoria.

A modificação solicitada pelos empresários do canal ACN em busca do aumento da audiência e da comercialização de anúncios publicitários da emissora é pensada a partir da característica da sociedade, potencial receptora do telejornal que, em *The Newsroom*, é representada como consumidora do jornalismo sensacionalista. Uma encenação do pensamento de Marshall destacado a seguir.

> Este processo de estetização cultural generalizada, que estetiza a própria ética e entroniza a publicidade, acaba subjetivizando os processos contemporâneos de comunicação e os modos de produção, transformação e de circulação de uma informação tratada cada vez mais como mercadoria.
> A cultura estrutura as empresas jornalísticas em unidades de produção e processamento capitalista, submetidas à ultra-lógica do mercado, da audiência e do lucro, e potencializadas para a meta-produção, meta-processamento e meta-distribuição dos signos da publicidade.
> Nesta nova lógica, os produtos da indústria midiática indicam serem produzidos e vendidos a partir das máximas do marketing ultra-pós-moderno que industrializa e vende sabonetes, vassouras e guarda-chuvas, mas, mais do que isso, que condiciona a supra-engrenagem da sociedade de consumo pelo marketing da estética que industrializa e comercializa os gostos, os valores, os sentidos e as consciências dos próprios consumidores. (MARSHALL, s/d, p. 3-4)

Em sentido igual à mensagem acerca do jornalismo que, em nosso entendimento, *The Newsroom* busca transmitir, Marshall (s/d, p. 3, grifo do autor) destaca que o discurso publicitário do jornalismo acrescido do sensacionalismo, da espetacularização e da carnavalização "inocula o *ethos* do jornalismo". Esta é a essência da representação da prática jornalística no seriado analisado.

4. 2 Sensacionalismo *versus* relevância social

Danilo Angrimani Sobrinho (1995) explica que:

> Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não merecia esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. (...) O termo 'sensacionalista' é pejorativo e convoca a uma visão negativa do meio que o tenha adotado. Um noticiário sensacionalista tem credibilidade discutível. (ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p. 16)

A estratégia de venda dos jornais sensacionalistas é centrada na exploração de manchetes que provoquem comoção e/ou choquem o público, aponta o autor. Tática que leva Ciro Marcondes Filho (1986, *apud* ANGRIMANI SOBRINHO, 1995) a considerar o sensacionalismo como o nível máximo da mercantilização da informação. Segundo Marcondes Filho, escândalos, sexo e sangue formam o conteúdo noticioso de interesse dos jornalistas adeptos a esta prática. Noções que podem ser visualizadas ao longo do *episódio 08 - The Blackout part one: Tragedy Porn*.

Diante do exposto até o momento, é possível perceber o claro contraste existente entre a prática jornalística a qual os jornalistas do *News Night* buscavam seguir, próxima ao ideal de jornalismo como quarto poder, e a conduta do jornalismo sensacionalista. Caso atentemos aos prováveis temas de interesse jornalístico das duas correntes de execução deste ofício, notaremos que o sensacionalismo ofusca a prática jornalística comprometida socialmente (ver *episódio 09 - The Blackout part two: Mock Debate*). Assim, no seriado *The Newsroom*, segue a batalha entre a equipe do *News Night* e os proprietários do canal televisivo ACN.

Segundo Marcondes Filho (1986 *apud* ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p. 15), a imprensa sensacionalista "não se presta a informar, muito menos a formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádica, caluniadora e ridicularizadora das pessoas". De tal modo, passar a agir conforme a

lógica do sensacionalismo, como solicitado pelos empregadores, faria com que os preceitos dos jornalistas do *News Night* fossem integralmente descartados. Tendo em vista que enquanto a produção jornalística deve partir do singular para revelar as dimensões particulares e universais de um acontecimento, os jornais sensacionais singularizam excessivamente o fato noticiado, deixando de lado o que realmente é essencial à coletividade (GENRO FILHO, 2012). No tocante a este modelo de jornalismo, a trama de nosso objeto de análise ainda mostra que apesar de negativa, a orientação sensacionalista é praticada em diversos jornais, de diferentes segmentos.

Como já mencionamos, as teorizações são reducionistas, aponta Pena (2006). Tomando certa perspectiva como base para a interpretação do jornalismo, obviamente, seus defensores rejeitarão qualquer outra premissa avessa à prestigiada, tomando-a como insatisfatória, incorreta. Neste sentido, em *The Newsroom*, a orientação do jornalismo de celebridades é combatida pelo personagem Will McAvoy, haja vista que, segundo Tacyanne da Silva (2008), este segmento da atividade jornalística busca divulgar personalidades e aspectos da vida destes personagens e surge da fusão das chamadas imprensa amarela e imprensa marrom. Termos empregados na denominação de jornais que utilizam técnicas sensacionalistas e procedimentos não confiáveis no que tange à apuração jornalística, respectivamente (ANGRIMANI SOBRINHO, 1995).

Em meio ao patamar supracitado, é imaginável a rejeição ao jornalismo de celebridades por parte de um jornalista instigado pela função social da profissão. Do mesmo modo com que *The Newsroom* apresenta o funcionalismo espontâneo de repórteres destacado por Genro Filho (2012), acentua o preconceito e ojeriza à qual os profissionais da atividade jornalística voltada aos celebres recebem perante os companheiros de outras áreas de atuação do jornalismo. No que se refere à produção acadêmica, poucas são as pesquisas que abordam a modalidade, conceituando e problematizando-a enquanto um segmento da imprensa. Ao

longo de comentários profissionais podemos encontrar críticas à utilidade social da atividade jornalística de celebridades. Como exemplo, citamos artigos opinativos dos jornalistas Tiago Severino (2010) e Paulo Nogueira (2013).

> O jornalismo, que neste caso deveria ser diversional, torna-se tosco e previsível. Os textos repletos de clichês não exprimem nenhuma criatividade. Repórteres, editores e produtores parecem ser vítimas de uma febre de consenso. A efemeridade das notícias leva a questionar a própria validade deste tipo de jornalismo. (SEVERINO, 2010, online)

> Entupir o leitor com fofocas de gente famosa não merece nunca ser chamado de jornalismo. (...)
> Jornalismo pode não ser um sacerdócio, como alguns românticos pensam – mas também não é o comércio abjeto de fofocas e intrigas que é o jornalismo de celebridades.
> O jornalismo de celebridades deseduca o leitor. Contribui para que ele permaneça no *hades* da ignorância que o faz acreditar que é importante saber que a atriz da novela das 8 está namorando com um galã da novela das 9.
> Some publicações como as revistas Quem, Caras e Contigo, e mais assemelhadas que copiam a fórmula, e você vai chegar a zero na dignidade jornalística. Você não vai sair do zero se acrescentar as primas-irmãs deste tipo de publicação, as colunas sociais dos jornais. (NOGUEIRA, 2013, online, grifo do autor)

Os princípios do jornalismo de celebridades não necessariamente se relacionam com a lista de nove itens para o exercício da boa prática jornalística criada por Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003). De tal maneira, *The Newsroom* evidencia a complexidade da conceituação do jornalismo, reverberando o questionamento que apontamos como central para nortear o estudo da representação deste ofício na trama de nosso objeto de análise. Com esta exacerbação das múltiplas chaves essenciais para a compreensão do jornalismo, o seriado investigado nos permite algumas conclusões interessantes.

4.3 O campo jornalístico em *The Newsroom*

Diante da dificuldade em se definir a atividade jornalística, Traquina (2005) prefere utilizar o conceito campo jornalístico em vez de jornalismo. Parafraseando Pierre Bordieu, o

autor explica que o campo é um espaço social estruturado, ambiente de forças. O campo jornalístico é uma analogia a um campo magnético, com dois polos.

> O polo positivo é o ‘polo ideológico’ em que a ideologia profissional que se tem desenvolvido ao longo do tempo define o jornalismo como um serviço público que fornece cidadãos com a informação de que precisam para votar e participar na democracia e age como guardião que defende os cidadãos dos eventuais abusos de poder. (TRAQUINA, 2005, p. 27)

Em *The Newsroom*, o polo positivo do campo jornalístico está representado na equipe de jornalistas do noticiário *News Night*, que trabalha pautada pelo ideário romântico do jornalismo.

O polo negativo, por sua vez, “para os jornalistas e para muitas vozes na sociedade” (TRAQUINA, 2005, p. 27) é:

> o polo econômico, que associa o jornalismo ao cheiro do dinheiro e a práticas como o sensacionalismo, em que o principal intuito é vender o jornal/telejornal como um produto que agarra os leitores/os ouvintes/à audiência, esquecendo valores associados à ideologia profissional. (TRAQUINA, 2005 p. 27-28)

Claramente caracterizado nos episódios de nosso objeto de análise como os personagens que vivem os papeis de empresários da comunicação, no caso, os proprietários do canal ACN, considerando-se as atitudes que estes desempenham na trama e alguns de seus ideais disseminados nesta análise.

Este modo de compreensão do jornalismo, adotado por Traquina, parece-nos ser a mais clara forma de visualização da atividade jornalística desenvolvida em *The Newsroom*. O seriado representa, em sua trama, a batalha entre os dois polos do ofício jornalístico, o campo de forças o qual fala Bordieu. Segundo Traquina, a tensão entre os dois vieses do jornalismo é permanente e insolúvel. Tal qual sugere a maneira com que a prática jornalística é apresentada no enredo de nosso objeto de análise. Como apontamos ao longo deste artigo, o enfoque ao jornalismo dado por *The Newsroom* é centrado neste conflito.

Ao trabalhar com o conceito campo jornalístico, Traquina indica a existência de um número ilimitado de agentes sociais (jogadores) que buscam mobilizar o jornalismo como instrumento para as próprias estratégias de comunicação. Sob a perspectiva marxista, Genro Filho (2012) sublinha que a prática jornalística é organizada para a reprodução de interesses burgueses, apesar de surgir como meio destinado a suprir necessidades profundas da sociedade. Para o autor, desta contradição nasce a possibilidade de compreensão do jornalismo com um papel oposto ao qual é reproduzido na ótica marxista. Genro Filho destaca que esta hipótese depende não apenas das capacidades técnicas e teóricas do ofício, mas também da luta política na redação. Este é um dos principais aspectos acerca da prática jornalística que a trama de nosso objeto de análise elucida aos telespectadores, através dos embates exaustivamente delineados por nós.

Continuando as analogias de Traquina, poderíamos dizer que *The Newsroom* ilustra os "times" que jogam no campo do jornalismo, sendo estes os diferentes segmentos do jornalismo representados ao longo da série – jornalismo de celebridades, sensacionalismo, entre outros. Ou, como versa Sousa (2001), os vários jornalismos existentes, afinal, hoje convivemos com diferentes órgãos jornalísticos, inúmeros jornalistas e contextos para o desempenho da atividade.

Até o momento, expomos nossa leitura direcionada a definição de um conceito de jornalismo a partir da trama de nosso objeto de análise. Este percurso nos permitiu contato com diversas reflexões acadêmicas acerca da prática jornalística amplamente difundidas. Não obstante a isso, no próximo segmento deste capítulo, apresentamos como algumas das principais teorias do jornalismo são ilustradas e/ou podem ser visualizadas em *The Newsroom*.

5 TEORIAS DO JORNALISMO REPRESENTADAS EM *THE NEWSROOM*

5.1 À guisa de introdução

Até a primeira metade do século XX, o jornalismo foi entendido pela academia como apenas uma prática profissional passível de existência sem formação universitária e produção de conhecimento científico, sublinha Elias Machado (2004). Fato que impunha ao jornalismo um caráter marginal. Contudo, a fim de situar corretamente o ofício no âmbito acadêmico contemporâneo, o autor afirma que o periodismo, assim como as outras profissões, pode ser reconhecido de três formas: a) enquanto prática profissional; b) como objeto científico; c) sendo campo especializado de ensino. No momento, interessa-nos a segunda possibilidade destacada por Machado, a qual em sua obra o autor discorre ao mesmo tempo em que critica o status da pesquisa científica em jornalismo.

> Como objeto científico com status próprio, deveria ficar claro que o jornalismo possibilita a fundação de um campo de conhecimento especializado que tendo na prática jornalística um objeto legítimo necessita para a sua plena compreensão o desenvolvimento de metodologias próprias, adaptadas as suas demandas particulares. (MACHADO, 2004, p. 3)

Isto porque, ao longo do tempo, muitas investigações acadêmicas sobre o campo jornalístico – amplamente difusas – foram desenvolvidas por estudiosos de outras áreas da ciência, utilizando-se de metodologias inerentes a estas formas de saber.

Segundo Machado, uma das principais linhas de pesquisa em periodismo é denominada “Teorias do Jornalismo”. Por teorias do jornalismo o pesquisador entende as abordagens ao campo jornalístico que partem de necessidades internas deste saber. Enquanto investidas organizadas por cientistas de outras áreas do conhecimento são classificadas por Machado como estudos do jornalismo. Partilhando do pensamento do autor, vemos necessário um comentário acerca de equívoco acadêmico. Algumas das análises as quais se convencionou chamar de teorias do jornalismo são apenas estudos do campo. A corrente

construcionista do *newsmaking*, por exemplo, parte, entre outras pesquisas, do trabalho da socióloga estadunidense Gaye Tuchman (1978). Não desprezamos aqui o potencial destes estudos em revelar elementos da complexa prática jornalística, mas ressalvas devem ser feitas.

Nelson Traquina (2005) reconhece "o fato de que a utilização do termo 'teoria' é discutível, porque pode também significar aqui somente uma explicação interessante e plausível, e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições" (TRAQUINA, 2005, p. 146). Pesquisas de pensadores como Adelmo Genro Filho, Ciro Marcondes Filho, Nilson Lage – mencionados anteriormente neste relatório – e Warren Breed (a ser citado) são destacadas por Machado (2004, p. 6) como "experiências teóricas mais consistentes" que partem de modelos metodológicos que consideram o jornalismo como objeto de pesquisa com status próprio. "O mérito destes trabalhos consiste em que todos têm como propósito comum desvendar os claro-escuros por detrás de cada uma das etapas de produção dos produtos jornalísticos" (MACHADO, 2004, p. 6). Enquanto os estudos do jornalismo pretendem "responder a perguntas oriundas de espaços de conhecimentos distintos" e "sem a necessidade de compreender a natureza específica da prática jornalística" (MACHADO, 2004, p. 5).

A atual abordagem das teorias do jornalismo, no entanto, considera como objeto de estudo o produto jornalístico. Precisamente, toma a notícia em seu sentido amplo, ou seja, tudo o que é publicado em um jornal (CORREIA, 2011). De tal modo, "enclausurando uma possível Teoria do Jornalismo nas Teorias da Notícia, identificadas como teorias circunscritas às técnicas, processos e produtos da rotina profissional do jornalista" (PONTES; SILVA, 2009, p. 2). Apesar das possíveis limitações,

> (...) a Teoria da Notícia ganhou sobretudo o seu estatuto de disciplina autónoma como uma análise da natureza, produção, recepção e efeitos dos enunciados jornalísticos em sentido lato e não no sentido estritamente técnico de um género (...). (CORREIA, 2011, p. 30)

Sendo esta uma das principais fontes de difusão do conhecimento científico acerca do jornalismo, entendemos ser importante a investigação que objetiva discorrer sobre a forma com que as teorias do jornalismo podem ser apresentadas no seriado *The Newsroom*. Inicialmente, partiu-se da premissa que como a trama é referendada na prática jornalística, seria possível encontrarmos vestígios destas experiências teóricas que analisam as condições de desenvolvimento do ofício. Considerando-se o respaldo do saber científico, entendemos que a observação de elementos das ditas teorias do jornalismo na trama de nosso objeto de análise corrobora nossa constatação de que a representação do ofício jornalístico em *The Newsroom* é verossímil. Afinal, estas teorizações são desenvolvidas com base no cotidiano diário de jornalistas.

5. 2 *News Night* e a teoria do espelho

Diante de nossa interpretação acerca do trabalho da equipe do noticiário *News Night*, parece-nos praticamente impossível não esboçar alguma relação entre estes jornalistas e a teoria do espelho. Segundo Traquina (2005) esta pode ser considerada a primeira proposição apresentada para explicar o *modus operandi* do jornalismo. Um dos questionamentos aos quais as pesquisas sobre jornalismo pretendem responder é "por que as notícias são como são?" (TRAQUINA, 2005; SOUSA, s/d). De acordo com a teoria do espelho, a resposta para esta indagação é que a realidade determina a produção noticiosa. Desta forma, os jornalistas são meros intermediadores entre os fatos e a sociedade, as notícias são reflexos da realidade e a função social do jornalismo é legitimada.

A teoria do espelho é fruto da ideologia profissional dos jornalistas e também pode ser associada aos teóricos da democracia, aponta Traquina. Estão aqui dois aspectos desta teorização que justificam a relação que propomos entre ela e o seriado *The Newsroom*. A concepção democrática da prática jornalística coloca a atividade em nível de vigia do poder

político, seja enquanto um contra poder ou quarto poder. Como apontamos anteriormente, a proposta do noticiário fictício *News Night* é desempenhar o jornalismo em sentido próximo ao do apresentado pelos democratas. De tal maneira, observar que os profissionais deste telejornal utilizam a teoria do espelho como forma para explicar o próprio trabalho é algo normal e lógico, diante da perspectiva de verossimilhança da representação do jornalismo a qual defendemos. Concomitantemente, concebendo a proposição do espelho como percepção natural dos jornalistas sobre a profissão, também seria de se esperar tal atitude na trama analisada.

The Newsroom apresenta a ideologia profissional da equipe do *News Night* afinada à teoria do espelho de forma clara nos episódios *02 - News Night 2.0* e *03 - The 112º Congress*. Para além de uma simples afirmação sobre a natureza do trabalho, tal como faz Mackenzie McHale no segundo episódio, o comentário editorial apresentado em uma das edições do noticiário fictício exibido no terceiro capítulo do seriado nos permite aprofundar na contextualização entre as teorias do jornalismo e o objeto de estudo. Reafirmando nosso pensamento de que o seriado analisado pode servir como recurso didático para aulas de jornalismo e fomentar o debate acerca do ofício.

No editorial mencionado, o âncora Will McAvoy se propõe a não opinar mais sobre os fatos que noticia durante o *News Night*. A intenção do jornalista por si só, superficialmente analisada, caminha para um posicionamento que se encaixa com o que, segundo Traquina (2005, p. 147, grifo do autor), é a ideia central da teoria do espelho: "o jornalista é um *comunicador desinteressado*, isto é, um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviam da sua missão de *informar*, *procurar a verdade*, contar o que aconteceu, *doa a quem doer*". Porém, a ação de Will representa ainda uma tentativa de quebra de paradigmas similar a qual o jornalismo foi submetido no momento em que se inseriu na lógica mercantil, profissionalizando-se, e em que os padrões democráticos de governança se consolidaram, ao

longo dos séculos XIX e XX. O editorial de Will nos parece tão solidificado na ideologia profissional transmitida na teoria do espelho que claramente nos remete ao surgimento do "jornalismo de informação", no século XIX, onde o pensamento central é a separação entre fatos e opiniões (TRAQUINA, 2005).

> Um novo paradigma das notícias como informação iria substituir, com ritmo e intensidade diversa nos diversos espaços nacionais, o velho paradigma que concebe o papel dos meios de comunicação social como arma política e os jornalistas como militantes partidários. Com o novo paradigma das notícias como informação, o papel do jornalista é definido como o do observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não emitir opiniões pessoais. (TRAQUINA, 2005, p. 147)

Para Felipe Pena (2012), a teoria do espelho é adotada pela comunidade jornalística como explicação sobre o próprio ofício por legitimar e dar credibilidade ao trabalho. Isto faz com que os jornalistas sejam tratados da forma com que descrevemos acima, como imparciais inspirados em procedimentos profissionais que asseguram o relato objetivo dos acontecimentos. A intenção de Will com o editorial era tentar reafirmar este papel social do jornalismo no âmbito do *News Night*. Entretanto, para uma compreensão do sentido geral que a representação da prática jornalística em *The Newsroom* busca transmitir, devemos pensar que os elementos da teoria do espelho são apresentados apenas para evidenciar a fragilidade desta perspectiva de compreensão do exercício do jornalismo.

Traquina (2005, p. 149) considera a teoria do espelho uma "explicação pobre e insuficiente, que tem sido posta em causa repetidamente em inúmeros estudos sobre o jornalismo e, na maioria dos casos, sem qualquer intuito de pôr em causa a integridade dos seus profissionais". Atuando como um belo revelador dos bastidores do jornalismo, *The Newsroom* expõe elementos da prática jornalística abordados em outras teorias – as quais discutiremos a frente – que revelam a inconsistência desta corrente ideológica de explicação do ofício.

Segundo Traquina, a criação do conceito de objetividade, nas décadas de 20 e 30 do século XX, é um dos marcos para a consolidação da proposição do jornalismo como reflexo da realidade. Para o autor, o termo é comumente entendido de forma errada enquanto a negação da subjetividade e a confiança na credibilidade dos acontecimentos. Sendo correto afirmar que: "*Com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em dúvida*" (SCHUDSON, 1978 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 148, grifo do autor). Contudo, como versa Genro Filho (2012), é parcialmente correto afirmar que a notícia não deve expressar juízos de valor explicitamente e é igualmente válido considerar que as opiniões são embutidas no processo de construção da mesma – "na própria forma de apreensão, hierarquização e seleção dos fatos, bem como na constituição da linguagem (seja ela escrita oral ou visual) e no relacionamento espacial e temporal dos fenômenos através de sua difusão" (GENRO FILHO, 2012, p. 40).

O questionamento da objetividade jornalística feito por Genro Filho é ainda mais denso. Para o pensador, como os fatos se desenvolvem em uma dimensão histórico-social, não podem ser puramente objetivos. De tal maneira:

> Não há um fato e várias opiniões e julgamentos, mas um mesmo *fenômeno* (manifestação indeterminada quanto ao seu significado) e uma *pluralidade de fatos*, conforme a opinião e o julgamento. Isso quer dizer que os fenômenos são objetivos, mas a essência só pode ser apreendida no relacionamento com a totalidade. E como estamos falando de fatos sociais, a totalidade é a história como autoprodução humana, totalidade que se abre em possibilidades cuja concretização depende dos sujeitos.
>
> (...) O que estamos afirmando é que existem diferentes formas, igualmente jornalísticas, de se tratar assuntos dessa natureza, desde a coleta dos dados, o enfoque a ser escolhido até a linguagem e a edição, e que tais formas não são inocentes ou neutras em termos político-ideológicos. (GENRO FILHO, 2012, p. 45-46, grifo do autor)

Além da observação sobre a natureza dos fatos, Genro Filho considera que a objetividade das notícias é também repreendida na hierarquia constituída na empresa

jornalística. É por este viés que *The Newsroom* refuta a ideologia profissional a que tanto falamos. O processo de construção da notícia é algo enfatizado nos episódios analisados e por ele o espectador pode compreender as medidas subjetivas que norteiam o trabalho jornalístico. Exemplificando, podemos mencionar a seleção de acontecimentos a serem noticiados e a escolha de enfoque a ser dado nas matérias (ilustrados nas reuniões de pauta do *News Night*) e os embates decorrentes da organização do veículo de comunicação enquanto empresa – alguns destes já apresentados anteriormente. Através da rotina dos jornalistas evidenciada no seriado analisado, percebe-se a maneira com que os juízos de valor são embutidos no produto jornalístico, tal como aponta Genro Filho. Esta subjetividade que se acopla à notícia pode ser sintetizada nas tomadas de decisões de Will McAvoy, que além de âncora do *News Night*, é também seu editor-geral. Explanaremos sobre isso com base no conceito "*news judgement*".

5. 3 *Gatekeepers* em *The Newsroom*

Em 1690, Tobias Peucer escreveu o que é considerada a primeira tese doutoral sobre o jornalismo (SOUSA, 2004). Já no século XVII, Peucer apresentou questões pertinentes sobre o campo jornalístico que ainda hoje estão presentes nas pesquisas sobre o tema. Para o autor, as notícias são relatos:

> - expositivos e escritos (o que implica o recurso à linguagem);
> - sobre singularidades (o que implica a remoção artificial dos acontecimentos do todo real);
> - seleccionados entre vários relatos possíveis segundo a sua importância (o que põe em relevo a actividade de gatekeeping e a existência de critérios de noticiabilidade que enquadram o que é e não é importante);
> - condicionados por factores como o tempo e contidos (o que evidencia os vários constrangimentos, nomeadamente os temporais, na produção das notícias);
> - que se orientam para os acontecimentos (e não para as problemáticas);
> - e que são novos, isto é, oferecem novidades, o que satisfaz a curiosidade humana. (PEUCER, 1690 *apud* SOUSA, 2004, p. 37)

Dentre as características da notícia apontadas por Peucer, chama-nos a atenção, por momento, o terceiro tópico do excerto acima. Segundo o pensador, o jornalista é incumbido de incluir e excluir acontecimentos na história. Neste ato de seleção corriqueiro ao ofício, sobressai a capacidade de julgamento noticioso (*news judgement*) dos profissionais para a escolha dos relatos a serem transformados em produto jornalístico. Para Peucer, este traço **pessoal** do jornalista é uma das condições que auxiliam a formatação da notícia. O atributo destacado pelo autor é também um dos elementos da prática jornalística representado em *The Newsroom*.

Como mencionamos anteriormente, apoiando-se no pensamento de Genro Filho (2012), diversos juízos de valor são embutidos na produção jornalística a partir das seleções presentes na construção da mesma. Até mesmo a escolha de um evento como digno de noticiável traz carga opinativa. Neste processo de fabricação da notícia, marcado pelas reuniões de pautas e investigações jornalísticas exibidas em *The Newsroom*, o seriado escancara o *news judgement*, faro jornalístico (CORREIA, 2011), expondo o poder de decisão dos jornalistas na filtragem e formulação dos relatos noticiosos. No entanto, na redação do *News Night*, sobressai-se o julgamento noticioso de Will McAvoy e Mackenzie McHale e, então identificamos a atividade de *gatekeeping* na trama do objeto de análise.

> O *gatekeeper* é um clássico exemplo de teoria que privilegia a ação pessoal. A metáfora é clara e direta. O conceito refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia. Ou seja, diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês). E quem decide isso é uma espécie de porteiro ou selecionador (o *gatekeeper*), que é o próprio jornalista. Ele é o responsável pela progressão da notícia ou por sua "morte", caso opte por não deixá-la prosseguir, o que significa evitar a publicação. (PENA, 2012, p. 133, grifo do autor)

Sendo o editor-geral do *News Night*, Will McAvoy acaba sendo o filtro da seleção das notícias, ou seja, o *gatekeeper* do telejornal em que trabalha, tendo o maior poder dentro da redação do noticiário. Segundo David Manning White (1993 *apud* CORREIA, 2011, p. 81),

as justificativas dos editores responsáveis pela escolha dos acontecimentos noticiáveis se baseiam em um determinado profissionalismo estratificado na experiência jornalística. Como pode ser visto no *episódio 02 – News Night 2.0*, no momento em que Mackenzie McHale explica os critérios a serem adotados pelo noticiário para a seleção das pautas, a experiência de Will e Mackenzie são adotadas como critério para a escolha das fontes de informação. Além disso, segundo McHale, um dos valores para determinar um enfoque como digno de ser enquadrado para o relato de um acontecimento é a classificação deste como a "melhor" forma de se apresentar a informação. Como definir um viés enquanto o mais adequado para a construção da notícia? Eis então o *news judgement* sendo representado em nosso objeto de análise!

Assim como White – primeiro pesquisador a trabalhar com a teoria do *gatekeeper* aplicada ao jornalismo – conclui em seus estudos, a partir dos episódios de *The Newsroom* caminhamos a uma percepção de que "(...) *a comunicação de 'notícias' é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do 'gatekeeper'*" (WHITE, 1993, p. 145 *apud* TRAQUINA, 2005, p 150, grifo do autor). Do mesmo modo com que consideramos natural a inserção da teoria do espelho como a ideologia profissional no seriado analisado, avaliamos como normal as críticas à mesma, tendo em vista que, academicamente, esta explanação teórica já é fortemente combatida. Vale ressaltar que as condenações não se desenvolvem explicitamente e são aqui apontadas como uma das possíveis formas de se interpretar o objeto de análise.

Apesar de uma contribuição contundente para o entendimento da prática jornalística, a teoria do *gatekeeper* também sofre críticas no âmbito acadêmico, considerando-se por muitos como superada. Walter Gieber (1960 *apud* CORREIA, 2011), entre outros estudiosos, afirma que o *gatekeeper* também é submetido a influências organizacionais no processo de seleção de acontecimentos. Pensamento que também pode ser visualizado em *The Newsroom* nos

momentos em que o conteúdo do *News Night* passou a ser pensado levando em consideração a pressão da busca pela audiência, imposta pelos proprietários da ACN. Entretanto,

> A mudança fundamental nas teorias iniciais sobre o *gatekeeping* foi a introdução da noção de múltiplos *gatekeepers*, que controlam várias funções ao longo do processo.
>
> (...) O conceito expandiu-se e o primeiro *gatekeeper* passou a ser a fonte de onde a história emana, sendo o último o próprio leitor que pode decidir não ser informado sobre qualquer tópico específico seleccionado por outros *gatekeepers* anteriores. (CORREIA, 2011, p. 83, grifo do autor)

Neste sentido, *The Newsroom* explora a capacidade de filtragem dos espectadores representando-a na constante menção as mudanças de índices de audiência. Além disso, expõe a contribuição particular do *news judgement* de cada indivíduo envolvido no processo de construção das notícias. De tal maneira, construindo uma escala hierárquica (crescente) de *gatekeepers* na redação do *News Night* teremos: repórteres; Margaret Jordan, produtora assistente; Jim Harper, produtor sênior; Mackenzie McHale, produtora executiva; Will McAvoy, editor geral e âncora; Charlie Skinner, chefe de jornalismo do canal ACN. Há de se considerar ainda a soberania dos proprietários da ACN como sendo o topo da lista de filtros.

Como enfatiza Genro Filho (2012), diante da organização jornalística, que apresenta individualidades superiores a dele, o jornalista encontra obstáculos para narrar o fato objetivo. “O jornalismo é um negócio. E como tal, busca o lucro. Por isso, a organização está fundamentalmente voltada para o balanço contábil” (PENA, 2012, p. 135). Frente a este contexto, ocupando-se da estrutura organizacional dos jornais, surge a teoria organizacional, com Warren Breed (1955). Mais uma vertente teórica a qual sentimos ser representada nos episódios da primeira temporada de *The Newsroom*.

5. 4 A organização jornalística influenciando a produção noticiosa em *The Newsroom*

Um dos principais pressupostos da teoria organizacional é de que os constrangimentos organizacionais influenciam fortemente a atividade profissional dos jornalistas. Segundo Breed (1993 *apud* CORREIA, 2011, p. 85, grifo do autor), "em todos os jornais, o *publisher* (proprietário ou seu representante) estabelece a política informativa, a qual é geralmente seguida pelos membros do corpo redactorial". Em *The Newsroom*, a intenção dos proprietários da ACN era a maximização da audiência, podendo ser sintetizada no trecho da obra de Traquina (2005) exposto a seguir.

> Na televisão, a publicidade impõe sobretudo a lógica das audiências, seguindo a lógica 'mais audiências, mais receitas publicitárias'. Assim sendo, o conteúdo noticioso do jornal televisivo pode ser influenciado pela dimensão econômica: são incluídos no noticiário os acontecimentos noticiosos que julgam ser do maior interesse para o maior número de público. Temos aqui o problema do sensacionalismo no jornalismo, acentuado ainda mais pela lógica da concorrência. A procura do lucro poderá levar a empresa jornalística à crescente utilização de critérios econômicos, nomeadamente o recurso às técnicas de *marketing*. Aqui a lógica é vender brinquedos, vídeos, enciclopédias, etc., e não informação. (TRAQUINA, 2005, p. 158-159)

Breed afirma que a linha editorial das empresas é seguida na maioria das vezes, porém, também pode ser transgredida. Segundo o autor, fatores como a existência da ética jornalística, o maior liberalismo dos subordinados perante o *publisher*, a permissão para invocar as normas jornalísticas na justificativa da oposição à política editorial e o tabu ético que impede o superior de obrigar os funcionários a obedecer todas as orientações fazem com que os jornalistas não acatem veementemente as ideologias editoriais. Por este caminho trilha o embate o qual expomos no segmento anterior de nossa análise, uma disputa de forças que influi na construção do conteúdo noticioso.

A partir do momento em que a audiência do *News Night* diminui, as ordens superiores são para a mudança do teor noticioso do telejornal em direção as técnicas expostas acima no

pensamento de Traquina. Também na trama de nosso objeto de análise, o editor Don Keefer, que trabalha em outro noticiário da ACN afirma ter recebido a tarefa de aumentar a audiência do horário em que seu programa vai ao ar. Apesar de confrontos que apresentam por um lado as justificativas profissionais e de outro o posicionamento empresarial, ambas as equipes acatam em alguns casos as imposições, abandonando, por vezes, o que é considerado como bom jornalismo.

Nos escritos de Breed, encontram-se seis aspectos que motivam ao conformismo dos jornalistas perante a linha editorial das empresas. Fatores os quais entendemos também estarem representados em *The Newsroom*. A saber: a) autoridade institucional e sanções; b) sentimentos de obrigação e estima para com os superiores; c) aspirações de mobilidade; d) ausência de grupos de grupos de lealdade em conflito; e) prazer da atividade e; f) valor das notícias.

Os jornalistas temem punições, afirma Breed, entre elas a demissão. O medo destas sanções leva à obediência da linha editorial. Dentro da estrutura das empresas jornalísticas que, por consequência de sua organização, buscam o lucro, o baixo índice de audiência pode ser um dos motivos que possibilitam a exoneração de jornalistas. No contexto de nosso objeto de análise, podemos citar como exemplo o fato de, temendo as consequências da diminuição do número de espectadores, os jornalistas citados se adequarem à ordem dos superiores e, desta forma, à linha editorial. Outro fato que pode ser mencionado é a obediência dos repórteres do *News Night* dentro da escala hierárquica da redação do noticiário que elaboramos. No *episódio 06 - Bullies*, a comentarista de economia Sloan Sabith recebeu a informação de que sua remuneração seria suspensa, após desrespeitar ordens de seus superiores.

“As obrigações e sentimentos calorosos para com os superiores demonstraram ter um papel estratégico no aliciamento para o conformismo” (CORREIA, 2011, p. 86). Neste sentido, podemos citar a estima que Will McAvoy sente para com Charlie Skinner, algumas vezes, considerando os pensamentos do último para deliberar suas ações frente ao *News Night*. Ressaltamos que este exemplo, assim como a próxima contextualização, não necessariamente diz respeito ao embate entre os proprietários da ACN e a equipe do *News Night*, mas sim a manutenção da concepção de jornalismo adotada pela última.

Outro fator que Breed aponta como determinante para o conformismo frente à linha editorial é o desejo do jornalista em assumir posição de destaque na carreira profissional. Embora não reflita algo sobre o embate da linha editorial da ACN e as aspirações dos jornalistas que trabalham na mesma, a menção a que faremos sobre fator debatido em *The Newsroom* revela condições de desenvolvimento da notícia em um telejornal. O personagem Neal Sampat é um dos repórteres do *News Night* e pretende ocupar o cargo de produtor assistente na redação do referido noticiário. Diante deste contexto, na trama analisada, Neal cumpre as funções a que lhe são delegadas e, em cada tentativa de mostrar seu potencial aos superiores, ainda sim respeita as considerações e ordens que lhe são feitas. Basicamente, acatando a hierarquia organizacional do local em que trabalha, tal como os outros jornalistas que atuam no *News Night* fazem. Algo que pode ser observado ainda nas oportunidades em que os repórteres do telejornal sugerem pautas, enfoques, fontes entre outras situações rotineiras do ofício jornalístico e respeitam as atitudes superiores. Para Breed, os jornalistas acreditam que desrespeitar a política da organização em que trabalham dificultará a meta de ascensão profissional.

Ainda sobre os fatores elencados por Breed para a obediência editorial está a ausência de grupos de fidelidade entre os jornalistas. Em suma, considera-se que “as redações são locais relativamente pacíficos, com a prevalência de um senso comum e uma cultura própria,

e sem fortes confrontos de classe ou interferência sindical" (BREED, 1955 *apud* PENA, 2012, p. 137). Em nenhum dos episódios analisados é feita a menção a grupos sindicais formados por jornalistas ou outros espaços onde transgressões as práticas do bom jornalismo poderiam ser denunciadas. Sendo assim, torna-se difícil a tarefa de romper com a política editorial e os interesses organizacionais em função do *ethos* jornalístico. Os jornalistas não têm onde recorrer e acabam sendo praticamente obrigados a atender a lógica da empresa em que estão empregados para não serem despedidos.

Apesar dos aspectos negativos, os jornalistas também se submetem as imposições da organização por conta do prazer profissional. Breed afirma que os jornalistas gostam da profissão e, como discutiremos posteriormente ao abordar os estereótipos, os profissionais que são destacados em *The Newsroom* aparentam ser apaixonados pela função que desempenham, abdicando-se de folgas e horários de descanso para trabalharem. Breed acredita que a vastidão de experiências e os privilégios que o ofício proporciona aos jornalistas os fazem cumprir o que lhes é imposto hierarquicamente. Não obstante a isso,

> As notícias são um valor máximo; o seu trabalho é um trabalho de 24 horas; as notícias são um desafio constante. Assim, o jornalista investe na realização desse objetivo: obter mais notícias e não contestar a política editorial da empresa. É preciso ir em busca das notícias; é preciso vencer a hora de fechamento; assim a harmonia entre os jornalistas e a direção é cimentada pelos seus interesses comuns pela notícia. (BREED, 1955 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 155)

Um pensamento que pode ser representado no *episódio 09 - The Blackout Part II: Mock Debate*, onde a equipe do *News Night* se esforça para produzir uma edição de qualidade do telejornal embora o conteúdo da mesma fosse contrário aos ideais jornalísticos da redação. No entanto, os fatores que levam ao conformismo com a política editorial podem ser suavizados pela certa liberdade a que gozam os jornalistas, sugere Breed. Entre os aspectos que colaboram para tanto, segundo o autor, alguns podem ser percebidos em *The Newsroom*.

“A falta de clareza de grande parte das normas presentes na política editorial, que costuma ser vaga e pouco estruturada” apontada por Breed (1955 *apud* PENA, 2012, p. 137) é uma das ideias as quais entendemos estar representada em nosso objeto de análise. O que nos leva a tal constatação é o fato de apesar da entrada de novos jornalistas na ACN, em nenhum dos episódios da primeira temporada, foi apresentada ou discutida com os recém-contratados a política editorial da emissora. Concomitantemente, esta não se encontra exposta e acessível aos profissionais do canal e nem mesmo os veteranos da ACN tinham o conhecimento sobre a norma da empresa, tendo apoiado a veiculação de matérias que se opunham aos interesses dos patrões.

O processo de construção da notícia não é totalmente controlado pelos diretores de uma empresa jornalística. Sendo assim,

> Tendo por base tanto as crenças pessoais como os códigos profissionais, o jornalista-empregado tem a opção de seleção em muitos momentos. Pode decidir quem entrevistar e quem ignorar, que perguntas fazer, que citações anotar e, ao escrever o artigo, que itens realçar, quais a enterrar e, de um modo geral, que tom dar aos vários elementos possíveis da notícia. (BREED, 1955 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 156)

Diante da ausência dos proprietários da ACN na produção do *News Night* fica evidentemente clara a forma com que a equipe poderia construir o telejornal da forma com que deseja sem ter o controle de ideias frente à política editorial da emissora. Caso houvesse a interação entre os dois polos do campo jornalístico, tal qual nomeamos anteriormente, seria possível a realização de repressões automáticas em caso de contravenções editoriais. Ainda sim, “os jornalistas-empregados com um ‘estatuto’ de ‘estrela’ podem mais facilmente transgredir a política editorial” (BREED, 1955 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 157). E sob este viés, em alguns casos, tenta atuar Will McAvoy. Fazendo valer de sua imagem enquanto potencial fonte de lucro para a ACN.

Outros estudos além do realizado por Breed se ocupam em entender a influência da organização jornalística na produção das notícias. James Curran (1960 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 157), por exemplo, afirma algo que também nos parece ser extraído da representação do jornalismo em *The Newsroom*: "a autonomia do jornalista é uma 'autonomia consentida', isto é, a autonomia do jornalista é permitida enquanto for exercida em conformidade com os requisitos da empresa jornalística". De tal maneira, as notícias são também

> resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. O jornalista sabe que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle. (TRAQUINA, 2005, p. 159)

Contudo, entre as múltiplas possibilidades de compreensão do funcionamento do jornalismo, outras abordagens ainda podem ser percebidas em *The Newsroom* mediante nossa leitura do seriado.

5. 5 ACN e *News Night* como instrumentos de ação política

Outra abordagem teórica tocante ao jornalismo é a teoria de ação política (TRAQUINA, 2005) ou teoria instrumentalista (PENA, 2012). Em síntese, esta investigação se debruça sobre as implicações políticas e sociais da prática jornalística. Desperta-nos a atenção para tentar traçar um paralelo entre este viés e a primeira temporada de *The Newsroom* o fato deste enfoque se ocupar com "o papel social das notícias, e a capacidade do Quarto Poder em corresponder às enormes expectativas em si depositadas pela própria *teoria democrática*" (TRAQUINA, 2005, p. 161, grifo do autor). Como explanado anteriormente, entendemos que a equipe do *News Night* concebe a prática jornalística de maneira afinada com os ideais dos democratas. Apoiando-se no pensamento de Ungaro (1992), Traquina afirma que:

> A própria teoria democrática influencia fortemente a definição social da postura profissional dos profissionais do Quarto Poder. A objetividade, ou o que se aceita como seu oposto, a parcialidade, são conceitos que a maioria dos cidadãos associa ao papel do jornalismo e que são consagrados nas leis

> que estabelecem as balizas do comportamento dos órgãos de comunicação social, em particular do setor público. Estão presentes, pelo menos de uma forma implícita, se não explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas e estão no centro de toda uma mitologia que coloca os jornalistas no papel de 'servidor do público' que procura a verdade, no papel de 'cão de guarda' que protege os cidadãos contra os abusos do poder, no papel de *contrapoder* que atua doa a quem doer, no papel de 'herói' do sistema democrático. (TRAQUINA, 2005, p. 162)

Diante deste contexto, na década de 70 (século XX), surgem os chamados estudos da parcialidade. Uma corrente de investigações que buscava identificar – ou não – distorções dos fatos nas matérias jornalísticas. Isto, partindo do principio de que as notícias devem ser um reflexo da realidade sem deformidades. Uma das pesquisas sob este viés que ganhou destaque é a realizada por Lichter, Rothan e Lichter (1986 a*pud* TRAQUINA, 2005), na qual os jornalistas são vistos como uma nova classe com claras intenções políticas que distorcem os seus produtos para a difusão de ideias anticapitalistas. Em oposição ao pensamento dos autores, Chomsky e Herman (1979 *apud* TRAQUINA, 2005) afirmam que ações governamentais são distorcidas pela mídia, considerando a imprensa como subordinada aos interesses e ideais das elites econômicas e políticas. Os dois últimos pesquisadores tomam como base a cobertura política dos jornalistas estadunidenses.

Como exposto, a teoria da ação política toma os jornais como ferramenta de ação política, com duas hipóteses de compreensão: "na versão de esquerda, os *media* noticiosos são vistos como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão de direita, servem como instrumentos que põem em causa o capitalismo" (TRAQUINA, 2005, p. 163). Segundo Chomsky e Herman (1979 *apud* TRAQUINA, 2005), existem cinco fatores que explicam porque o jornalismo é submisso aos interesses do sistema capitalista. São eles: a) a estrutura de propriedade dos jornais; b) a natureza capitalista do jornalismo, marcada pela busca do lucro e a força da publicidade; c) a dependência dos jornalistas para com as fontes governamentais e do mundo empresarial; d) as punições dos poderosos; e) a ideologia anticomunista predominante entre a comunidade jornalística estadunidense.

No contexto de nosso objeto de análise, no *episódio 03 - The 112º Congress*, os proprietários da ACN tentam intervir para que matérias críticas a determinados congressistas e empresários não sejam veiculadas no *News Night*. Para Chomsky e Herman (1979 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 166), "as ligações entre os *media* e o mundo dos negócios e o governo têm influências ideológicas subtis" e as empresas jornalísticas são "fortemente dependentes da publicidade no que diz respeito a rendimentos e ligadas a outras grandes firmas por laços comerciais e pessoais". Segundo os pensadores, a cobertura de determinados acontecimentos é tratada pelos meios de comunicação como campanha de publicidade maciça: a propaganda *framework*.

A ideia da propaganda *framework* é de que caso um evento seja capaz de mobilizar aspectos positivos para os parceiros dos meios de comunicação, haverá uma cobertura favorável a eles. Caso contrário, serão mostrados elementos especiais e uma negligência em determinados pontos.

> Frequentemente um tema ou acontecimento é capaz de servir às relações públicas ou exigências ideológicas de um grupo de poder. Estes temas ou acontecimentos são então vistos como 'grandes estórias' e podem ajudar a mobilizar a opinião pública numa direção específica. (CHOMSKY; HERMAN, 1979 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 166)

Como apontado nos excertos teóricos acima, o capitalismo, de certo modo, pode influenciar a produção noticiosa. Em *The Newsroom*, como consta nos pensamentos de Chomsky e Herman, as explicações para as possíveis distorções estão nas interações comerciais dos meios de comunicação, no caso, a ACN. A emissora de Leona Lansing mantinha relações financeiras com os personagens que deveriam ser "protegidos", assim como Leona mantinha relações pessoais com os mesmos. Além da fonte de renda em forma de anúncios publicitários, chama a atenção o fato de o seriado mencionar as relações que as emissoras de televisão mantêm com o congresso, haja vista que para a manutenção de um canal televisivo é necessária a concessão de sinal que é aprovada em estância política. Sendo

assim, é representado na trama analisada o temor das organizações jornalísticas em sofrer sanções políticas e a perda de anunciantes e, consequentemente, receita.

É interessante observar em *The Newsroom* os apontamentos de Chomsky e Herman, haja vista que a pesquisa dos autores teve como referência a análise da produção noticiosa nos Estados Unidos, contexto representado em nosso objeto de análise. Porém, a visão dos autores é o enfoque esquerdista da teoria de ação política. Em *The Newsroom*, enquanto os proprietários da ACN tentavam evitar a publicação de algumas matérias, a equipe do *News Night* busca divulgá-las. Lichter, Rothan e Lichter (1986 a*pud* TRAQUINA, 2005) afirmam que os jornalistas possuem ideais mais à esquerda que a sociedade estadunidense, sendo anticapitalistas.

Robert Hackett (1984 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 164) afirma que os jornalistas controlam a produção noticiosa e que eles buscam injetar suas preferências políticas no conteúdo jornalístico. Tal como é representado na trama em análise, tendo em vista que os profissionais do *News Night* apresentam nas suas matérias interpretações políticas da equipe do telejornal. Hackett sugere ainda que, na visão de direita da teoria de ação política, os jornalistas possuem valores políticos coerentes e estáveis. Algo que nos parece ser representado na confiança que os membros do *News Night* apresentam para com suas interpretações políticas e conteúdo noticioso.

A visão de Chomsky e Herman é criticada por Traquina por ser um tanto quanto determinista, assim como outras teorias do jornalismo aqui abordadas. Além disso, segundo o autor, ignora alguns elementos característicos da prática jornalística que, a nosso ver, são representados em *The Newsroom*. A saber:

> (...) 1) que os donos se encontram raramente com os diretores em muitas empresas jornalísticas; 2) que a maioria dos jornalistas não faz ideia de quem se senta no conselho de administração das instituições para que trabalha; e 3) que os jornalistas têm um grau de autonomia e afirmam frequentemente a

> sua própria iniciativa na definição do que é notícia, nomeadamente nos trabalhos de reportagem e jornalismo investigativo, e, às vezes, incomodam a elite e põem em causa os interesses do poder instituído e do poder econômico. (TRAQUINA, 2005, p. 167-168)

Mesmo com todas as contextualizações entre cargas teóricas e objeto de análise, entendemos que a representação da prática jornalística em *The Newsroom* caminha para, no âmbito das teorias do jornalismo, revelar uma perspectiva construcionista das notícias e, por consequência, de concepção do ofício como fruto de uma cultura e de uma rotina profissional. Conforme discorreremos a seguir.

5. 6 A notícia é uma construção social da realidade

A representação da prática jornalística em *The Newsroom* permite a relação com algumas das teorias do jornalismo, porém, diante da complexidade de compreensão do ofício a que tanto falamos, a trama analisada parece ressaltar a opinião de teóricos construcionistas, onde o jornalismo é entendido como uma construção social da realidade. Como exposto, nas relações a que propomos anteriormente, diversos fatores influenciam a produção noticiosa.

> Dessa forma, é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la. (PENA, 2012, p. 128)

Estes são os pressupostos que pensadores sistematizaram no modelo teórico intitulado *newsmaking*. Não se considera que as notícias são ficcionais, mas sim, que elas informam tendo como referência a realidade. “Entretanto, também ajudam a construir essa mesma realidade e possuem uma lógica interna de constituição que influencia todo o processo de construção” (PENA, 2005, p. 129). Em síntese, parece ser esta a teoria da notícia a qual se pode extrair da representação da prática jornalística em *The Newsroom*. Vejamos por que.

Segundo Mauro Wolf (1999, p. 188), autor que estudou a teoria do *newsmaking*, “o objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos

significativos e interessantes". Diariamente, no mundo, ocorre uma vastidão de eventos, frente a isso, para confeccionar notícias, os meios de comunicação precisam: tornar possível o reconhecimento de um fato enquanto acontecimento noticiável; elaborar formas de relatar os acontecimentos sem submetê-los a tratamentos idiossincráticos; organizar de forma espacial e temporal o trabalho para que os eventos noticiáveis possam ser abordados de modo planificado (TUCHMAN, 1977 *apud* WOLF, 1999). Ao revelar os bastidores de um telejornal, o *News Night*, *The Newsroom* expõe como os jornalistas trabalham para cumprir as tarefas apresentadas acima. Haja vista, a busca por pautas que sejam úteis para os eleitores (explicação de Mackenzie para a seleção de acontecimentos a serem transformados em notícia), a intenção de divulgar informações sem emitir opiniões e a rotina a qual se dispõem os profissionais apresentados na trama da série analisada.

No editorial mencionado no momento em que discorremos sobre a teoria do espelho, Will McAvoy afirma que, a partir da referida edição de *News Night*, o noticiário buscaria contextualizar todas as informações que noticiassem. Uma crítica ao jornalismo já que, para os pesquisadores do *newsmaking*, o telejornalismo não coloca em contexto os fatos que relata, abordando os mesmos de forma superficial.

Com a representação da prática jornalística em *The Newsroom* e diante do que apresentamos em nossa análise até o momento, percebe-se que na produção jornalística temos a cultura profissional dos jornalistas como

> (...) um inextricável emaranhado de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, tipificações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções dos *mass media* e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia, e às modalidades que superintendem à sua confecção. A ideologia traduz-se, pois, numa série de paradigmas e de práticas profissionais adoptadas como naturais. (GARBARINO, 1982, p. 10 *apud* WOLF, 1999, p. 189, grifo nosso)

E, por outro, a organização do trabalho jornalístico e suas convenções profissionais

> (...) que determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo, desde a utilização das fontes até a selecção dos acontecimentos e às modalidades de confecção, e contribuem para se precaver contra as críticas do público. (GARBARINO, 1982, p. 12 *apud* WOLF, 1999, p. 189)

Vemos ainda que da relação entre estes dois componentes da prática jornalística surge a noticiabilidade, que, segundo Wolf (1999), é o conjunto de atributos que precisam estar presentes em um fato para que ele seja tomado como notícias. No caso do noticiário *News Night*, tem-se como critério a necessidade da informação perante os eleitores estadunidenses. Contudo, do mesmo modo com que apontam os estudiosos do *newsmaking*, ao revelar aspectos da rotina de outros produtos jornalísticos, *The Newsroom* mostra que a noticiabilidade é flexível e varia em relação ao veículo de comunicação. Dependendo "sempre dos interesses e das necessidades do órgão informativo e dos jornalistas" (ALTHEIDE, 1976, p. 112 *apud* WOLF, 1999, p. 193). Desta forma, criando então uma "distorção involuntária" na cobertura jornalística. Haja vista que "o conjunto de factores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos permite efectuar, quotidianamente, a cobertura informativa" (WOLF, 1999, p. 193).

The Newsroom expõe também o quão importante para a produção noticiosa é a recolha de informações, as fontes utilizadas, e a batalha contra o tempo a qual os jornalistas se põem a fazer para a construção de uma notícia. Em suma, como o processo de confecção é fundamental para o resultado final do produto jornalístico. O que impossibilita que apenas os jornalistas, subjetivamente, sejam os responsáveis por distorções nas notícias e pelo seu fruto. O que pretendemos apontar é que, segundo a representação da prática jornalística em *The Newsroom*, a produção jornalística é o resultado da soma de forças pessoais, sociais, ideológicas, culturais, históricas, de meios físicos e de dispositivos tecnológicos que interagem no campo jornalístico e causam efeitos cognitivos, afetivos e comportamentais sobre a sociedade, tal como teoriza Jorge Pedro Sousa (s/d).

6 *THE NEWSROOM* E A FORÇA DA INFORMAÇÃO

Circunda sobre o jornalismo uma aura de respeito, caracterizada por certa capacidade de influência deste meio de expressão, que também é típica de todos os órgãos comunicacionais. Os pensamentos que apresentam o ofício como um quarto poder ou contra poder, por si só, indiciam tal ideia, assim como a explicam. Mais do que isso, existe um compromisso, uma relação de confiança entre os jornais e o público e, segundo Stella Senra (1997), desta interação motiva o interesse do cinema em retratar a prática jornalística nas suas histórias. De igual modo, parece-nos este também um aspecto que fomenta a construção de um seriado televisivo centrado em uma redação de telejornal, tal qual *The Newsroom*.

> Nos últimos anos, a televisão vem se firmando como principal meio de comunicação massiva na sociedade. Grande parte da população encontra informação, diversão e cultura nesse espaço. Com tantos olhos voltados para a tela da TV, cada vez mais ela define não só o que deve ser visto como informação, mas ela própria adquire o *status* de informação, seja em outros suportes da mídia, seja se auto-referendando. Esse movimento marca a perda do controle da informação pelos jornais e rádios e a dominação da TV como 'eixo da informação pública' (RINCÓN, 2003). As pessoas, agora, elegem os telejornais como prioritários para saber o que se passa a sua volta. (HAGEN, 2008, p. 29)

Diante do que já destacamos até o momento, nesta análise, é explicitamente válido considerar que a trama de nosso objeto de análise também realça as dimensões do alcance da produção jornalística. Sendo o telejornal uma das principais formas utilizadas pela sociedade para a obtenção de informações, o destaque aos processos de filtragens e seleção de notícias em *The Newsroom* apenas corrobora ainda mais a responsabilidade dos jornalistas para com o público. Já que estes são os profissionais no qual é depositada a esperança da escolha dos eventos cuja atenção da população deve ser dispensada.

Nem todos os cidadãos são instruídos a ponto de entenderem minimamente o funcionamento dos jornais. No entanto, a primeira temporada de *The Newsroom* pode auxiliar

em uma instrução neste sentido. Os espectadores que entram em contato com ela têm, por exemplo, a chance de extrair o quão importante é a comunicação na atualidade.

> A produção, troca, organização e consumo de informações é uma das características principais do mundo contemporâneo. Dados e informações, em alguma medida, tornaram-se os bens mais preciosos na sociedade na medida em que, a partir disso, inúmeras decisões, com alcance global, podem ser tomadas. (MARTINO, 2014, p. 101)

Não a toa, nos episódios analisados, percebe-se a movimentação dos agentes do campo jornalístico para a mobilização da estrutura comunicacional (neste caso, o *News Night*) a favor de seus interesses. "(...) nas sociedades mass-mediatizadas, o campo jornalístico constitui um alvo prioritário da ação estratégica dos diversos agentes sociais; em particular, dos profissionais do campo político" (TRAQUINA, 2005, p. 186-187). Assim, percebe-se que a atividade noticiosa traz consequências.

Para Jorge Pedro Sousa (s/d) a notícia apenas se esgota em sua fase de consumo, onde produz efeitos. Segundo o pesquisador, esta etapa é tão importante, ao ponto de outros estudiosos apontarem a necessidade de interação entre a produção jornalística e suas implicações em uma teorização do jornalismo. Existem três categorias de efeitos da notícia, a saber: cognitivos, afetivos e comportamentais (BALL-ROKEACH; DEFLEUR, 1982 *apud* SOUSA, s/d, p. 8).

> As notícias produzem efeitos cognitivos pois moldam as percepções que se têm da realidade (...), podendo mesmo levar as pessoas a tomarem atitudes e formarem cognições mais baseadas nos conteúdos das notícias do que na própria realidade (...). (SOUSA, s/d, p. 8)

No *episódio 04 - I'll Try to Fix You*, durante a exposição de uma cobertura jornalística em tempo real, podemos perceber o que evoca o pensamento acima, quando notamos a divulgação de informações diferentes, por jornalistas de empresas distintas, sobre um determinado acontecimento enquanto este evento se desenvolvia. Ao mesmo tempo em que um acontecimento (lê-se, a realidade) se moldava, a construção social do mesmo (produto

jornalístico) já o representava[5]. Sendo o telejornalismo um lugar de referência para a sociedade (VIZEU; CORREIA, 2008), *The Newsroom* consegue exacerbar o compromisso e poder desta atividade perante a população. Não só no episódio destacado, mas em todos os analisados, haja vista o que é conscientemente objetivado pela equipe de jornalistas do *News Night*: a influência dos eleitores estadunidenses.

"As notícias provocam emoções e sentimentos. Mesmo dirigidas à razão, colateralmente atingem a emoção" e, de tal maneira, "podem ter efeitos sobre a conduta das pessoas, activando ou desactivando comportamentos" (SOUSA, s/d, p. 9). Um pedido de demissão após uma falha noticiada é um exemplo de consequências do produto jornalístico explorado na trama de nosso objeto de análise (ver *episódio - 06 Bullies*).

Tal como aponta Gomis (1991 *apud* VIZEU; CORREIA, 2008, p. 13), "a mídia não só transmite, mas prepara e apresenta uma realidade dentro das normas e das regras do campo jornalístico". Para alguns teóricos do jornalismo, ligados as chamadas teorias estruturalistas e interacionistas, na rotina jornalística, as autoridades e políticos tendem a possuir maior destaque na produção das notícias. Assim, as notícias se constituem importantes ferramentas para o governo e outras instituições, bem como caminham ao apoio das versões oficiosas dos acontecimentos, desprezando agentes sociais considerados marginais (TRAQUINA, 2005).

O que nos chama atenção aqui é o fato de que em inúmeras produções o noticiário *News Night* recorrer a fontes oficiais como fontes de informação, tanto em matérias nas quais o enquadramento pré-definido era favorável quanto nas de cunho negativo à autoridade. Traquina sugere que com estudos como os mencionados, cai por terra a ideia do jornalismo

[5] Abre-se aqui um espaço para lembrar que a situação destacada do quarto episódio revela ainda outro elemento corriqueiro à atividade jornalística. Muitas vezes, os jornalistas tendem a, "sob a ditadura da audiência, da concorrência, precarizar a qualidade da informação noticiosa" (CORNU, 1999 *apud* VIZEU; CORREIA, 2008, p. 17).

como um contra-poder. Apesar, é claro, de que os jornais possam ser espaço de mobilização de atores contrários ao sistema.

> Devido à importância da 'relativa autonomia' dos jornalistas, a existência de valores e normas profissionais, bem como a pujança de toda uma cultura que atrai um número significativo de jovens que já acreditam na mitologia jornalística, a crescente capacidade por parte de diversos agentes sociais em participar e, às vezes, vencer (n)o xadrez jornalístico, defendemos a posição de que seria mais correto afirmar que o jornalismo é um Quarto Poder que defende sobretudo o *status quo*, mas periodicamente realiza o seu potencial de contra-poder. (TRAQUINA, 2005, p. 201, grifo do autor)

Ou seja, diante da representação da prática jornalística em *The Newsroom*, apreende-se que o conhecimento produzido pelo jornalismo é o resultado da disputa de forças do campo jornalístico. A explicação para esta batalha também pode ser encontrada na trama analisada.

No *episódio 02 - News Night 2.0*, Will McAvoy menciona o fato de que o assunto que está pautando as conversas da população é um evento noticiado intensamente pelos órgãos jornalísticos. Isto ocorre porque "as pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo". De tal maneira, "o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas" (SHAW, 1979,p. 96 *apud* WOLF, 1999, p. 144, grifo nosso). Estas são premissas da teoria do agendamento (*agenda-setting*), que também está representada em *The Newsroom*.

"O pressuposto fundamental do *agenda-setting* é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*" (SHAW, 1979, p. 101 *apud* WOLF, 1999, p. 144, grifo nosso). Não obstante, o personagem Charlie Skinner considera o telejornal um tribunal e seu âncora como um advogado da população. Diante das proposições do agendamento, diversos agentes atuam no sentido de que seus interesses se perpetuem na produção jornalística. Eis a chave para a compreensão das

disputas do campo jornalístico e para a formulação de alguns conflitos éticos a serem discutidos a seguir.

7 DILEMAS DA ÉTICA JORNALÍSTICA EM *THE NEWSROOM*

Jorge Pedro Sousa (2001) acredita que alguns jornalistas entendem a ética como algo distante ou abstrato, embora, vários dilemas éticos sejam postos aos profissionais cotidianamente durante o exercício da profissão. Para Marilena Chaui (2000, p. 437), "ética e moral referem-se ao conjunto de costumes tradicionais de uma sociedade e que, como tais, são considerados valores e obrigações para a conduta de seus membros". Segundo a autora, diversos conjuntos de valores foram instituídos ao longo dos anos, em diferentes sociedades, estabelecendo padrões de comportamento sociais que pudessem evitar, diminuir e controlar a violência. Apesar de cada cultura entender de modos diferentes o que seriam atos violentos, pode-se dizer que:

> Fundamentalmente, a violência é percebida como o exercício da força física e da coação psíquica para obrigar alguém a fazer alguma coisa contrária a si, contrária aos seus interesses e desejos, contrária ao seu corpo e à sua consciência, causando-lhe danos profundos e irreparáveis (...). (CHAUI, 2000, p. 432)

Acoplando-se o conceito de ética delineado por Chaui à prática jornalística, podemos dizer que quaisquer atitudes que inibam a prática do jornalismo, conforme as premissas sociais que lhe são aceitas, configura-se como atitude antiética neste âmbito. Para Sousa (2001), as regras deontológicas da profissão são fundadas no binômio liberdade-responsabilidade. "Pressupõe-se que uma pessoa é livre, dentro dos condicionalismos impostos pela vida em sociedade, e que tem de assumir a responsabilidade por aquilo que faz dentro dessa esfera de liberdade" (SOUSA, 2001, p. 85).

A ética é normativa, afirma Chaui. As normas criadas a partir dela visam impor limites e controle ao risco eminente de violência. É em função disso que surgem códigos de ética dos jornalistas. Espécies de manuais que apresentam regras que devem ser seguidas pelos profissionais para garantir o exercício do bom jornalismo. Estes variam, entre outros motivos, por questões geográficas, embora, em sua essência, reafirmam o compromisso de liberdade e

responsabilidade do ofício perante a sociedade destacado por Sousa. Como *The Newsroom*, nosso objeto de estudo, representa a prática jornalística em contexto estadunidense, para os fins desta análise, utilizaremos como referência o Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais Sigma Delta Chi, entidade de organização de jornalistas dos Estados Unidos, apresentado por Eugênio Bucci em *Sobre Ética e Imprensa* (2000). Segundo o autor, o código destacado foi oficializado em setembro de 1996.

Os dilemas éticos dos jornalistas, afirma Sousa (2001, p. 96), tem sido acentuados pela "crescente projecção do jornalismo como um negócio e pelo entendimento de que a notícia é um produto para venda". Entendemos que, ao longo de seus episódios, a primeira temporada de *The Newsroom* evidencia alguns dos dilemas oriundos da relação entre jornalismo e capitalismo, bem como outros conflitos oriundos da prática em si. Para os apontarmos aqui, nos apoiaremos também no que versa Keeble (1998 *apud* SOUSA, 2001). O autor elencou 26 perguntas que correspondem a alguns dos dilemas éticos vivenciados cotidianamente por jornalistas, dos quais, em nosso entendimento, cinco são representados na trama analisada. A saber: 'uma citação pode ser editada?'; 'quão importante é para um jornalista a proteção das suas fontes e até que ponto essa proteção deve ser estendida?'; 'é justificável invadir a esfera da privacidade das pessoas em determinadas circunstâncias?'; 'até que ponto os proprietários, as entidades publicitárias e os patrocinadores podem interferir nos conteúdos de um jornal?'; 'como separar o interesse público do interesse do público?'.

Comecemos pelos dilemas inerentes à mercantilização do jornalismo. Como já exposto anteriormente, na primeira temporada de *The Newsroom*, é notória a representação de conflitos entre a equipe de jornalistas do *News Night* e os proprietários do canal ACN. Embates que se originam na divergência de interesses dos dois grupos perante o jornalismo. Enquanto o primeiro busca publicizar informações uteis a audiência, o segundo procura que o telejornal seja, acima de tudo, uma fonte de renda e, de tal maneira, atue defendendo

interesses de anunciantes e como ferramenta de apoio para as relações político-comerciais da emissora.

O Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais Sigma Delta Chi impõe que o jornalista deve atuar de forma independente. Assim, estes "devem estar livres de obrigação com qualquer interesse que não o direito do público de saber" (BUCCI, 2000, p. 227). O que implica na obrigação dos jornalistas em "negar tratamento preferencial a anunciantes e grupos de interesses especiais, e resistir a sua pressão para influenciar a cobertura noticiosa" (BUCCI, 2000, p. 228). Esta seria a receita para que os profissionais evitassem qualquer possível confronto de interesses. Porém, o comportamento individual do jornalista não pode ser analisado de forma descontextualizada, aponta Claudemir Hauptmann (s/d). É importante lembrar que o jornalismo nos padrões atuais de desenvolvimento só existe por conta de sua mercantilização (MARCONDES FILHO, 1984). Porém, nos códigos deontológicos da profissão, "de éticas socialmente constituídas, passamos para uma ética definida em torno de cada indivíduo, o que parece uma contradição de termos, um paradoxo, já que as condutas pessoais só podem ser avaliadas na sua articulação com outras condutas" (GOMES, 2002, p. 09). No campo jornalístico, não apenas os jornalistas devem ser éticos.

> Discutir ética na imprensa só faz sentido se significar pôr em questão os padrões de convivência entre as pessoas, individualmente, e de toda a sociedade no que se refere ao trato com a informação de interesse público e com a notícia. A isso precisam se subordinar não apenas os jornalistas, mas também, os seus patrões e as corporações em que funcionam os veículos de comunicação. (BUCCI, 2000, p. 32)

O que *The Newsroom* expõe, neste contexto, é a falta de ética dos proprietários dos meios de comunicação e, mais do que isso, de todos que se envolvem com o campo jornalístico. Contudo, não retirando a culpa dos jornalistas em ações antiéticas que se desenvolvem na prática jornalística cotidiana, também ressalta que:

> Os jornalistas são trabalhadores intelectuais. Vendem o seu trabalho e o seu talento, com ou sem vínculos empregatícios, para empresas capitalistas – ou

> para empresas mais ou menos públicas, que, de todo modo, se viabilizam segundo critérios de mercado. (...) O jornalista é um trabalhador intelectual assalariado e vai exercer sua profissão em qualquer órgão de imprensa que respeite a função social que ele representa – e que o pague direito. (...) A sua ética tem muito a ver com essa condição. (BUCCI, 2000, p. 75-76)

The Newsroom não apresenta o jornalista como um ser passivo que aceita todas as imposições dos proprietários dos meios de comunicação, no entanto, quando a queda de braço tem resultado favorável aos patrões, a explicação pode ser compreendida pela lógica do pensamento de Bucci exposto acima.

Em sua obra, o autor também nos lembra de que assim como as redações se intuam no interior de uma empresa, as organizações também possuem um lugar na sociedade que, em sua visão, é marcada por um espaço de relações de poder e de dominação. Para existirem, as emissoras de televisão precisam de concessões públicas aprovadas pelo congresso – algo que também é mencionado na primeira temporada de *The Newsroom*. Isto faz com que os proprietários dos meios de comunicação temam sanções dos líderes políticos e, por vezes, sucumbam a pressões governamentais. Bucci afirma que as coações de governantes existem, são fortes, mas que a postura empresarial de acatar as ingerências é uma traição à confiança concedida pela sua audiência.

> O que interessa saber é de que lado têm permanecido as emissoras de televisão: se ficam do lado do direito à informação ou do lado das conveniências comerciais e políticas que exigem sacrifício da ética. Como regra, elas têm preferido a segunda alternativa. Eticamente, portanto, agem de forma condenável. (BUCCI, 2000, p. 34)

Tal qual afirma Bucci, em *The Newsroom*, agem os proprietários da emissora ACN.

Da mercantilização do jornalismo surgem outros embates éticos como o da invasão de privacidade, que, na trama de nosso objeto de análise, é representado em reportagens do que é entendido como jornalismo de celebridades. “Apenas uma necessidade pública prioritária pode justificar a invasão da privacidade de uma pessoa” (BUCCI, 2000, p. 227) é o que diz o Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais Sigma Delta Chi. No entanto, o

segmento jornalístico que se pauta pela vida de pessoas célebres, comumente, viola este preceito – assim como também é representado em *The Newsroom*. Isto ocorre por que na sociedade existem pessoas com interesse por informações do gênero, o que, consequentemente, pode gerar lucro as empresas jornalísticas.

Se considerarmos a essência do jornalismo e sua função social, é evidente que informar sobre a vida de celebridades não se constitui como um dos propósitos do jornalismo. Entretanto, como dissemos, a população demonstra importar-se com matérias jornalísticas desta espécie. Em *The Newsroom*, outro traço característico atribuído à população é o interesse por noticiários de cunho sensacionalista. Da mesma forma com que ocorre a pressão por parte dos proprietários da ACN para o aceite das pressões governamentais, existe a exigência para uma atuação dos jornalistas orientada pela prática sensacionalista. O sensacionalismo é também mostrado a partir de outros telejornais que não o *News Night*. Assim, também é evidenciado outro questionamento: como separar o interesse público do interesse do público?

As empresas jornalísticas pautam-se pela busca do lucro e, em função disso, buscam utilizar-se de meios sensacionalistas, o que faz com que mais uma vez o código deontológico aqui destacado seja transgredido. Haja vista que os jornalistas devem "contar corajosamente a história da diversidade e magnitude da experiência humana, mesmo quando fazer isso for impopular" (BUCCI, 2000, p. 226) e "evitar a exploração da curiosidade sensacionalista" (BUCCI, 2000, p. 227).

Além dos dilemas que são fruto da atual organização mercantil do jornalismo, apontamos que mais outros dois conflitos que são destacados por Keeble (1998 *apud* SOUSA, 2001) são representados na primeira temporada de *The Newsroom*. Porém, antes de ventilá-los, destacaremos outra transgressão do Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas

Profissionais Sigma Delta Chi expostas no seriado analisado que é pertinente a mercantilização dos jornais e também tocante à discussão sobre invasão de privacidade.

De acordo com o código, os jornalistas devem

> Evitar espionagem ou outros métodos sub-reptícios de coletar informações, exceto quando os métodos tradicionais diretos não propiciarem informações vitais ao público. O uso de tais métodos deve ser explicado como parte da matéria (BUCCI, 2000, p. 226).

Em *The Newsroom*, uma violação desta recomendação é representada com a menção a uma revista do ramo de celebridades que utiliza escutas telefônicas para reunir informações a respeito da intimidade de pessoas célebres. A publicação não menciona em suas matérias tal prática e a justificativa desta ação é perecível, tendo em vista que não a utilização de meios ilegais não visa a obtenção de dados essenciais para o bem estar social.

O recurso utilizado pela revista buscava a recolha de informações que pudessem despertar a curiosidade de seu público-alvo e, consequentemente, a maximização dos lucros. Mais uma crítica relacionada ao que nos parece ser a ideia central do seriado: o comprometimento da qualidade do jornalismo através de sua crescente mercantilização.

Diante da estrutura de organização do campo jornalístico, para a solução de conflitos inerentes à invasão de privacidade e à prática sensacionalista parece-nos que a única solução possível é a espera de atitudes éticas por parte de toda a esfera envolvida na produção noticiosa. Bucci, referindo-se a influência de proprietários e anunciantes sobre na construção dos jornais, sugere que as empresas devem aderir a uma separação do setor comercial do departamento jornalístico. Uma mudança de modo com que a atividade de cada área não interferisse no trabalho da outra. Ou seja, os anunciantes, por exemplo, saberiam que o simples fato de utilizarem uma determinada emissora de televisão como canal de publicidade não lhes garantiria que notícias negativas a respeito deles fossem evitadas no telejornal

daquele veículo. Segundo Bucci, este é um método que já foi utilizado pela revista estadunidense *Time*.

Retomando os dilemas elencados por Keeble, faremos agora uma adaptação de um dos questionamentos do autor. O estudioso questiona se é correta a edição de declarações. Mas, nós, partindo da premissa do Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais Sigma Delta Chi de que os jornalistas devem ser honestos e imparciais no processo de apuração e relato das informações, questionamos se é válido influenciar a declaração de uma fonte. No *episódio 09 - The Blackout Part II: Mock Debate*, produtores do *News Night* entregam alguns dados a uma personagem que seria entrevistada durante uma edição do telejornal. O intuito era de que as informações entregues fossem mencionadas durante a entrevista.

A edição do *News Night* cuja entrevista mencionada ocorre é construída sob o viés sensacionalista, contradizendo o que a equipe de jornalistas deste telejornal prega para o exercício do jornalismo. Diante disso, a manipulação intencionada dos produtores visava elevar o nível do debate do dia. Porém, no campo ético, mesmo que a finalidade seja positiva à coletividade, o meio para se chegar a este fim não pode ser antiético, aponta Chaui (2000). Portanto, está exposta outra transgressão ética na trama de nosso objeto de análise. Assim como a utilização de escutas telefônicas não seria eticamente aceitável.

Outro dilema ético pertinente à prática jornalística representado em *The Newsroom* é a proteção às fontes. “O jornalismo torna-se uma atividade perigosa quando se reserva o direito de não revelar as suas fontes, alegando a intenção de protegê-las” (PENA, 2012, p. 60). Felipe Pena lembra, no entanto, que esta prática pode ajudar a desvendar casos importantes, do mesmo modo com que também possibilita a produção de grandes distorções. Na trama analisada, a proteção das fontes culminou com a construção de uma grande cobertura

jornalística. O Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais Sigma Delta Chi aponta que os jornalistas devem identificar as fontes sempre que possível, tendo em vista que "o público tem direito ao máximo de informações possível sobre a confiabilidade das fontes" (BUCCI, 2000, p. 225). Podendo não ser considerada uma transgressão ética, a partir deste dilema, fica a indagação sobre qual postura deve ser tomada frente a situações congêneres.

Pena (2012) cita as instruções do jornal estadunidense *The Washington Post* como exemplo de conduta passível de admissão em outras redações para lidar com estes casos. O conjunto de quatro regras diz que: a) todas as declarações devem ser transcrevidas integralmente; b) em caso de utilização de fonte confidencial; c) as entrevistas em *off* cujo as fontes não se identificam não serão publicadas; d) informação sem atribuição de fonte, mas com alguma identificação, pode ser utilizada desde que seja respeitada a segunda regra. Em *The Newsroom*, a equipe do *News Night* tenta seguir as mesmas orientações destacadas. No entanto, a série evidencia um desvio durante o *episódio 06 - Bullies*, quando a personagem Sloan Sabith insiste na veiculação de uma declaração concedida em *off* . Ressalta-se que as normas destacadas são apenas uma postura empregada por um jornal que merece destaque, segundo Pena.

7. 1 Decadência ética em *The Newsroom*

Ao observarmos os dilemas éticos da prática jornalística apontados em *The Newsroom*, notamos que os que recebem maior ênfase são os gerados através das relações mercantis do jornalismo. Dilemas motivados por conta dos conflitos de interesses dos diferentes agentes do campo jornalístico. Algo que, como expomos, condicionam o desenvolvimento da ética no âmbito do jornalismo, por vezes, dificultando sua concretude.

> (...) nunca foi tão disseminada a consciência de que há uma enorme confusão na área dos valores. Em todas as dimensões da vida social, valores que antes eram considerados sólidos e estáveis sofreram profundos abalos. Há uma sensação geral de desnorteamento e de insegurança. Parece que, de uma hora para outra, a sociedade se transformou num vale-tudo, onde não se tem mais certeza do que é bom ou mau, correto ou incorreto. E, sobretudo, parece que os valores que mais se impõem são os de caráter individualista, imediatista e utilitário, chegando, muitas vezes, ao cinismo mais aberto. (TONET, s/d, p. 01)

Tal como no pensamento de Ivo Tonet, referindo-se ao campo jornalístico, *The Newsroom* destaca a crescente fratura entre a realidade objetiva e os valores éticos proclamados no mundo contemporâneo. O seriado analisado expõe o paradoxo destacado pelo autor: de um lado, vemos que a ordem social atual alcançou a capacidade de produzir riquezas capazes de satisfazer as necessidades de todos, porém, de outro, notamos que para continuar em funcionamento, esta precisa impedir o acesso da maior parte da sociedade à riqueza social. Ou seja, o jornalismo enquanto forma social de conhecimento (GENRO FILHO, 2012), como comunicação útil à sociedade (SOUSA, 2001), tende a limitar-se à utilidade de interesses privados em detrimento da coletividade.

Apesar dos diversos avanços tecnológicos em diversos segmentos sociais possibilitados pela atual organização social, Tonet (s/d, p. 04) acredita que este desenvolvimento não contribui para o desenvolvimento de toda a humanidade. Não obstante, “tem sido um fator de degradação profunda da vida humana”. Um processo que, para o pensador, não é sentido apenas no campo da produção e acesso à riqueza material.

> É na degradação do conjunto da vida humana, na crescente mercantilização de todos os aspectos da realidade social, na transformação das pessoas em meros objetos, e mais ainda, descartáveis; no individualismo exacerbado, no apequenamento da vida cotidiana, reduzida a uma luta inglória pela sobrevivência, no rebaixamento do horizonte da humanidade que leva a aceitar, com bovina resignação, a exploração do homem pelo homem sob a forma capitalista, como patamar mais elevado da realização humana. (TONET, s/d, p. 05)

O jornalismo não se distancia deste pensamento, atualmente tendo a possibilidade de se transformar em instrumento político-comercial e os jornalistas em operários desta

instrumentalização. Em síntese, *The Newsroom* sublinha que "esse predomínio dos interesses dessa classe particular é o responsável maior pela crescente decadência – em todos os setores – dessa forma de sociabilidade" (TONET, s/d, p. 05). Sendo o capitalismo orientado pelo interesse particular e a ética, em oposição, fundada nos valores que fazem com que a coletividade seja elevada em superação da particularidade, ambos se excluem radicalmente, de modo que, com a organização social centrada na produção do capital, os valores éticos se tornem apenas abstração (TONET, s/d). Em uma leitura marxista do seriado, parece-nos ser esta a ideia abordada pela trama de nosso objeto de análise no tocante à relação entre ética e campo jornalístico.

Para a construção de condutas éticas passíveis de execução é essencial que esta se fundamente na possibilidade e necessidade de superação do capitalismo, afirma Tonet. Diante de todos os conflitos colocados ao longo de nossa análise, entendemos ser esta a maior reflexão proposta para a sociedade referindo-se ao campo jornalístico.

8 O PERFIL DO JORNALISTA SEGUNDO *THE NEWSROOM*

Além dos debates acerca da prática jornalística, a partir da representação do cotidiano de jornalistas no seriado *The Newsroom* é possível observarmos a estereotipagem deste profissional. Do mesmo modo com que o cinema, tal como aponta Stella Senra (1997), é capaz de criar, reproduzir e conservar imagens dos jornalistas, as produções televisivas de ficção desenvolvem o mesmo poder.

> Com certeza o cinema não é o único produtor desse tipo de representação. Cada uma destas práticas específicas, assim como todos aqueles que delas se beneficiam, têm igualmente o poder de engendrar imagens, representações mentais integrais e duradouras a respeito dos profissionais que a elas se dedicam. (SENRA, 1997, p. 13)

O infinito de imagens do jornalista desenvolvido nas peças ficcionais de entretenimento mantem traços da identidade do profissional, porém, pode ser reinventado com base nos interesses de quem a produz, alerta Senra. A autora aponta que as transformações do jornalismo contemporâneo destacam cada vez mais a figura do jornalista e este realce da profissão é o que faz com que a cinematografia, por exemplo, tenha interesse em explorar o ofício. Acreditamos que o pensamento de Senra também possa explicar a inserção da personagem jornalista em *The Newsroom*. Isto porque, apesar de timidamente, a trama menciona assuntos pertinentes ao jornalismo que estão em discussão na atualidade: *Wikeleaks* e a comunicação na era da internet, por exemplo.

Logo no *episódio 01 - We Just Decided To*, uma ação de Will McAvoy é filmada por diversas pessoas através de dispositivos móveis e divulgada pela internet, tendo enorme repercussão, posteriormente. O enredo é claramente análogo ao momento atual com o qual a sociedade vive, marcado pela consagração da internet e das redes sociais, onde todo e qualquer cidadão é capaz de produzir informação e disseminá-la. No processo comunicativo atual, “emissores e receptores compartilham o mesmo ambiente simbólico, interagindo nas

redes de significado presentes em seu interior. Todos os emissores são potencialmente receptores e vice-versa" (MARTINO, 2014, p. 106).

Este patamar fomenta mudanças na comunicação de massa, caracterizada pelas grandes emissoras de televisão, rádios e jornais. Na atualidade, notamos estes meios procurando alternativas para manter o habitual poder de alcance e, consequentemente, subsistência. A titulo de ilustração é possível citar a publicação de reportagens completas via rede social *Facebook*, recurso que está sendo testado por grandes empresas jornalísticas dos Estados Unidos e continente europeu.

Manuel Castells (2009 *apud* MARTINO, 2014) acredita que no atual momento tecnológico em que nos encontramos, a divisão entre os conceitos de 'público' e 'produtor está parcialmente apagada.

> Isso não significa o fim das grandes corporações produtoras de mídia. A indústria cultural se expande igualmente nos meios digitais, abrindo frentes de criação e distribuição de bens culturais e procurando, por seu turno, adaptar os ambientes virtuais à sua lógica de mercado. (MARTINO, 2014, p. 105)

A representação deste processo inerente ao contemporâneo 'capitalismo informacional' (CASTELLS, 2009) nos possibilita a apreensão de um primeiro traço incorporado à figura do jornalista em *The Newsroom*: a classe profissional está confusa perante as mudanças de paradigmas pelas quais a profissão precisa enfrentar.

Na trama analisada, o produtor-sênior Jim Harper é avesso aos princípios da *Wikeleaks* enquanto Neal Sampat, repórter mais novo, pelo contrário, acredita no potencial da iniciativa. Will McAvoy não vê necessidade na manutenção de um blog pessoal, no qual possibilita interação para com os espectadores do telejornal que apresenta. Ao longo da temporada, a equipe do *News Night* busca formas para efetivar esta ferramenta de interatividade (o blog) na tentativa de potencializar o processo comunicativo do noticiário, adaptando-o para o contexto

atual, porém, enfrenta dificuldades. Por fim, no que, para nós, representa uma clara metáfora com a situação atual das organizações jornalísticas, Mackenzie McHale comete um grave equívoco ao lidar com uma atualização no serviço de e-mail corporativo da ACN. Pode-se dizer que as mudanças tecnológicas estão provocando conflitos e desconfortos ao campo jornalístico, gerando incertezas quanto ao futuro do ofício.

Outro aspecto sobre a sociedade atual também mencionado em *The Newsroom* é a espetacularização, evocada nas menções ao jornalismo sensacionalista. Entretanto, Senra (1997) afirma que a principal evidência do jornalista atual não deve ser pensada apenas considerando o elemento espetacular contemporâneo, mas também a partir das condições do mercado informativo. Como discorremos ao longo de nossa análise, o seriado analisado evidencia estas características do campo jornalístico. Ao abordar os *newspapers movies*, Christa Berger (2002, p. 25-26) destaca que "as críticas mais frequentes à imprensa referem-se ao comportamento dos proprietários ou dos jornalistas, e estão associadas ao desejo desmedido de lucro, à concorrência desenfreada e ao tratamento sensacionalista". Proposições que, para a autora, expõem o conflito entre os preceitos do jornalismo e os do mercado e também são feitas em *The Newsroom*, haja vista nossas discussões anteriores. Deste embate surgem novos traços para a imagem do jornalista construída a partir do seriado, peculiaridades já difundidas pelo cinema e em séries de televisão.

As frequentes disputas do campo jornalístico, no sentido de Nelson Traquina (2005), representadas em *The Newsroom* fazem com que os jornalistas sejam aclamados como profissionais honrados que lutam pelo bem da coletividade em detrimento dos interesses privados. Tal como Nathale Kraetzig (2012) aponta para um dos personagens de sua análise da série televisiva *Lois & Clark – As novas aventuras do Superman*, o jornalista acaba sendo "um profissional que identifica-se com os valores do mundo público e defende a verdade, a democracia, o bem comum" (TRAVANCAS, 2001 *apud* KRAETZIG, 2012, p. 36). O

empenho em apresentar informações socialmente relevantes independentemente de forças superiores na hierarquia da empresa jornalística coloca o "jornalista como agente social, que defende antes de qualquer coisa, o interesse em levar para a esfera pública assuntos que ficam ocultos na esfera privada" (KRAETZIG, 2012, p. 32). Ao mesmo tempo em que posiciona os proprietários dos meios de comunicação como pessoas corrompíveis, apenas motivadas pelas relações comerciais e possíveis benefícios oriundos da propriedade de um órgão comunicacional. É importante ressaltar, no entanto, que em *The Newsroom*, Leona Lansing, dona do canal ACN, afirma também ser favorável ao jornalismo de função social, porém, considera que este não pode ser praticado por conta das relações capitalistas de sua empresa jornalística.

Senra (1997) destaca que a representação da prática jornalística em filmes, por vezes, retrata os embates entre repórteres e editores para a publicação de matérias. *The Newsroom* não evidencia este evento, mas realça o conflito entre profissionais e proprietários das organizações noticiosas. Assim, produzindo os mesmos efeitos do duelo enfatizado pela autora, o jornalista acaba sendo colocado

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

Segundo Senra, este aspecto romântico do jornalista é ressaltado e ainda mais positivo para sua imagem pelo fato de os profissionais da imprensa serem apresentados como trabalhadores mal remunerados. Outra característica também presente na representação da prática jornalística em *The Newsroom*, haja vista os comentários de alguns dos membros da equipe do *News Night* acerca da situação financeira pessoal e a procura por opções baratas para o lazer e entretenimento destes. Vale ressaltar que, de acordo com Berger (2002), nos *newspapers movies*, o jornalista de televisão é melhor pago. Em *The Newsroom*, isso pode ser

aplicado a Will McAvoy, âncora e editor-geral do *News Night*, único dos jornalistas evidenciados na trama que aparenta ser feliz com relação ao salário que recebe e, assim, bem remunerado.

A relação conflituosa entre profissionais e linha editorial das organizações jornalísticas evidencia o fato de que "a colisão com os interesses fundamentais da empresa é, efetivamente, um 'acidente de percurso'", já que os jornalistas "colocam seu talento, honestidade e ingenuidade a serviço do capital com a mesma naturalidade com que compram cigarros no bar da esquina" (GENRO FILHO, 2012, p. 48). Algo sentido a partir de, por exemplo, as declarações de personagens como Don Keefer e Nina Howard, nas quais estes afirmam serem capazes e dispostos a atuarem conforme o ideal de jornalismo seguido pela equipe do *News Night*, porém, esbarram na ideologia e nos desejos de seus patrões. Consequentemente, eles acatam as solicitações dos superiores para manterem os respectivos empregos.

Como fruto da representação da prática jornalística em *The Newsroom*, percebe-se o ofício como uma atividade intensa, em que os que a executam estão constantemente em estado de alerta e são capazes de reagir rapidamente a situações que lhes são impostas. Isto confere à série um dinamismo, que se origina através da rotina dos jornalistas, sendo este enredo o que dá ritmo a alguns episódios, arquitetando falas rápidas e respostas prontas, por exemplo. Ou como menciona Senra ao abordar a peça teatral *The Front Page*, de Bem Hecht e Charles MacArthur, e suas várias adaptações cinematográficas, uma capacidade de se multiplicar ao falar em mais de um aparelho telefone ao mesmo tempo.

"(...) o telefone é um dos objetos de eleição do jornalista e está sempre presente no filme dedicado a esta personagem" (SENRA, 1997, p. 65). Apesar de *The Newsroom* não ser uma produção cinematográfica, o aparelho destacado também está presente em sua trama. A maior parte das apurações feitas pelos jornalistas do seriado é feita pelo telefone e com uso de

computadores na redação onde trabalham. O que faz com que se perca a ideia de que o jornalista é alguém que perambula por diversos espaços, investigando e buscando informações para a construção de suas matérias. Em oposição a uma imagem que possa ser construída a partir do seriado analisado por Kraetzig (2012).

No cinema, assim como nos parece que nas séries de televisão também, "o jornalista é antes de tudo o suporte de uma função e será visto principalmente enquanto trabalha, de preferência na redação ou no local dos acontecimentos" (SENRA, 1997, p. 53). Para Senra, nos filmes, a personagem jornalista sempre é construída desprovida de história pessoal e laços familiares. "(...) 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). E isto também ocorre em *The Newsroom*.

Senra destaca que o filme de jornalista, assim como os que abordam outras profissões, tem origem na realidade, porém, não se constitui de um mero reflexo da realidade. Haja vista que o cinema pode construir histórias a seu modo, visando atender sua lógica específica. Sendo assim, "a vida dos jornais tem de ser estilizada e simplificada de modo a atender às expectativas do público e às regras dos gêneros" (GOOD, 1989, p. 23 *apud* SENRA, 1997, p. 45). Sendo assim,

> (...) em virtude dessa exigência de simplificação que a economia formal dos gêneros introduziu no cinema personagens pouco individualizadas, sem profundidade ou, no dizer de Thomas Sobchack, desprovidas de **self**. (...) o jornalista criado no cinema também foi desprovido de consistência psicológica e de história de vida, (...) sob uma única face: aquela que leva em conta o desempenho de uma função, de onde são extraídas as poucas características e qualidades capazes de assegurar o seu reconhecimento como mais um habitante no mundo ficcional. (SENRA, 1997, p. 45-46, grifo da autora)

Mesmo não sendo uma obra do cinema, mas uma produção televisiva, uma série, o que permitiria um maior aprofundamento sobre as características que compõem as personagens, *The Newsroom* toma o jornalista como detentor de uma função, na maioria dos

casos, sem mencionar os familiares dos mesmos. Ou, quando os cita, retrata algum problema familiar, tal como Berger (2002) também sublinha nos *newspapers movies*.

Kraetzig (2012) observa em seu estudo que a personagem jornalista aparenta não ser desenvolta nas relações interpessoais. Característica com a qual *The Newsroom* também se ocupa. A maioria dos profissionais da área apresentados na trama possuem problemas com relacionamentos amorosos. No âmbito dos filmes de jornalistas, Berger sugere que os problemas pessoais enfrentados pelas personagens surgem como consequência da profissão. Trabalhando como jornalistas, "eles não têm tempo para cuidar da saúde e não cumprem o prometido às suas famílias", "a vida dedicada ao trabalho reforça a ideia da profissão para independentes, solitários e destemidos", afirma Berger (2002, p. 31). Em nosso objeto de análise, é possível notar o comprometimento dos jornalistas com o trabalho: jornadas extras, abandono da diversão para a investigação jornalística, realizando tarefas em casa durante a madrugada. O que nos leva a compreendê-los como portadores de um modo extremamente profissional de desempenhar suas funções, marcado pelo comprometimento com o jornalismo, assim como aponta Kraetzig (2012). Seja esta a culpa para o insucesso nas interações pessoais ou não, ainda sim, os jornalistas aparecem como pessoas solitárias e apaixonadas pela profissão, sempre buscando a verdade.

Os problemas pessoais são ainda escancarados com Will McAvoy, que, como a primeira temporada de *The Newsroom* dá a entender, mudou de comportamento após um namoro mal sucedido. Will tornou-se arrogante, uma pessoa chata, segundo os mais próximos, que não conseguia conviver de forma harmoniosa com os colegas de trabalho. A certa arrogância de Will também é fruto do fato de, no contexto da trama, ele ser o segundo âncora mais assistido da televisão a cabo estadunidense e possuir o estatuto de estrela, celebridade.

Na análise de Kraetzig (2012), é feita menção a personagem jornalista que considerava uma afronta trabalhar com um inexperiente no jornal. Adaptando a citação ao contexto da trama que investigamos, podemos apontar Will McAvoy como o ocupante deste papel. *The Newsroom* o expõe como alguém avesso aos jornalistas novatos. Assim como ligeiramente aborda a discussão sobre a necessidade do diploma para o exercício da prática jornalística. Haja vista o fato de personagens como Will e Sloan Sabith[6] não serem formados em jornalismo. Diante de tudo o que foi exposto, assim como Senra (1997) se refere ao cinema, *The Newsroom* corrobora a ideia da vocação jornalística, do dom e da propensão para o desempenho do ofício.

Dentro das possíveis caracterizações do jornalista em *The Newsroom*, cabe ainda destacar o gosto pelo álcool e o cigarro típico dos profissionais expostos no seriado. Este último vício mais atribuído a Will, personagem que inclusive consome maconha. Traços também apontados por Senra e Berger no que tange os *newspapers movies*, porém, não aclamado por Kraetzig em sua análise a um seriado televisivo.

Ainda sim, para finalizarmos a análise, é importante ressaltar o espírito nacionalista com o qual jornalistas e cidadãos estadunidenses são representados. No tocante à representação da sociedade é preciso também destacar a forma com a qual sua interação com os jornais é exposta. *The Newsroom* evidencia que a população não se interessa por assuntos considerados socialmente relevantes, tendo maior curiosidade por fatos banais e admirando tratamentos sensacionalistas feitos por organizações jornalísticas. De tal modo, nosso objeto

[6] Sloan inicia sua carreira jornalística na ACN sendo comentarista de economia, o que de fato não lhe exigia uma formação universitária em jornalismo. Contudo, no decorrer da série, a personagem passa a desempenhar tarefas como a apresentação de telejornal. A presença de Sloan em um canal televisivo se dá em consequência de sua trajetória acadêmica, mas também por conta de sua aparência física. Isto vai de encontro ao pensamento de Berger (2002) de que nos *newspapers movies* que abordam o jornalismo de televisão sublinham a questão da beleza e da aparência como atributos necessários para a presença de determinados jornalistas em alguns cargos de exposição constante. Embora *The Newsroom* não seja uma produção cinematográfica, este aspecto da trama contribui com a ideia de linearidade na construção da imagem do jornalista em diferentes produtos audiovisuais de entretenimento a que defendemos.

de análise desfere críticas contundentes a todos os estratos sociais e não só tocantes ao campo jornalístico em si.

9 CONCLUSÃO

Tal como se tivesse sido construída após a leitura de nosso arcabouço teórico, a primeira temporada do seriado *The Newsroom*, a partir da representação da prática jornalística, permitiu-nos interessantes contextualizações com o conhecimento científico acerca do jornalismo. Relações que, curiosamente, assemelham-se com nossa forma de visualizar a prática jornalística.

Ao reproduzir o universo das empresas jornalísticas, o seriado analisado se apresenta como um meio de disseminação dos bastidores do jornalismo, tal como Berger (2002) versa sobre os *newspapers movies*. A trama desenvolvida em nosso objeto de análise elucida as atuais condições de organização e execução do trabalho de jornalistas e as oferece a seus receptores evocando o entendimento da atividade jornalística. Aproveitando-se de sua potencial audiência enquanto um produto de entretenimento, *The Newsroom* convida o leigo a refletir sobre o jornalismo e a tentar compreendê-lo. Mais do que isso, instiga os jornalistas a analisarem o trabalho que desenvolvem e ilustra o futuro com o qual estudantes de jornalismo poderão se deparar caso atuem no referido campo de trabalho.

Tomando uma perspectiva – em nosso entendimento – marxista, *The Newsroom* coloca em questão a qualidade da produção jornalística atual em seu padrão mercantilizado de desenvolvimento, expondo práticas oriundas da comercialização do jornalismo que comprometem as normas deontológicas da profissão. De tal maneira, convocando a sociedade a refletir sobre a validade do jornalismo estruturado na lógica do capital e ilustrando o poder da informação na contemporaneidade.

Ante as disputas do campo jornalístico representadas em *The Newsroom*, as redações são colocadas como espaço de luta e esta parece ser a solução para evitar os desvios de conduta profissional, sendo repórteres, editores e afins os responsáveis por batalharem pela

execução da prática jornalística voltada à coletividade. De tal maneira, os jornalistas são vistos como profissionais empenhados e comprometidos com a sociedade, mas que, infelizmente, esbarram na estrutura organizacional das empresas e tem a qualidade de seu trabalho comprometida.

Consideramos que a prática jornalística representada em nosso objeto de análise é carregada de traços verossímeis, haja vista nossa observância de algumas das chamadas teorias do jornalismo, bem como pela possibilidade de fomentar debates teóricos intrínsecos ao campo jornalístico característica do seriado. Algo que nos faz apontar *The Newsroom* como interessante recurso didático para o ensino do jornalismo na academia e não obstante a isso, leva-nos a crer que os produtos audiovisuais voltados ao entretenimento, além de serem ferramenta para lazer, podem se tornar interessante instrumentos de critica midiática/jornalística. Tendo como diferencial, o fato de debaterem o campo jornalístico a partir de representações sociais acerca do mesmo.

De qualquer forma, reconhecemos que nossa análise é apenas uma leitura sobre a primeira temporada de *The Newsroom* e que outros pesquisadores possam reproduzir opiniões diferentes. Tal como percebemos que durante o ano de 2014, ainda durante a construção deste estudo, novos trabalhos tomando a referida série como objeto de investigação foram publicados. Contudo, salientamos que para não corrermos o risco de construir esta pesquisa influenciado por outros autores, não lemos as análises mencionadas. Não obstante, entendemos que cumprimos com nossos objetivos e, assim, sistematizamos um material capaz de auxiliar a compreensão do jornalismo contemporâneo e que aponta a existência de uma unidade nos traços marcantes atribuídos à imagem do jornalista construída por produtos audiovisuais de entretenimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBRÓSIO, Milanna Carvalho; GAVIRATI, Vitor Franco; Simas, Hellen. Porta dos Fundos: a Prática Jornalística no Discurso Humorístico. In: Abralin em cena no Tocantins, 2014, Araguaína. Anais do Congresso Abralin em cena no Tocantins. Araguaína: UFT. 1064 p. p. 379-393.

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

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

BUCCI, Eugênio. Sobre Ética e Imprensa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Pragmática do jornalismo. São Paulo: Summus Editorial, 1993.

CHAUI, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo: Ática, 2000.

CORREIA, João Carlos. O admirável mundo das notícias: Teorias e Métodos. Covilhã: LabCom Books, 2011.

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

GAVIRATI, Vitor Franco; AMBRÓSIO, Milanna Carvalho; SIQUEIRA, Graciene Silva de. Cinema e Jornalismo: A representação da prática jornalística nos filmes Chicago e O Grande Milagre. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37, 2014, Foz do Iguaçu. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom.

GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GOMES, Mayra Rodrigues. Ética e Jornalismo – Uma cartografia de valores. São Paulo: Escrituras, 2002.

HAGEN, Sean. Jornalismo, mito e linguagem: uma abordagem teórica dos apresentadores-estrela. In: VIZEU, Alfredo (org.). A sociedade do Telejornalismo. São Paulo: Vozes, 2008.

HAUPTMANN, Claudemir. O indivíduo, a técnica e um vazio ético no jornalismo. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 28 junho 2015.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. Tradução de Tarso Bonilha Mazzoti. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993.

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. 102 p.

LAGE, Nilson. A bolha ideológica e o destino do jornalismo. Alceu, v. 2, n. 3, p. 40-53, jul./dez. 2001.

MACHADO, Elias. Dos estudos sobre jornalismo às teorias do jornalismo (Três pressupostos para a consolidação do jornalismo como campo de conhecimento). E-compós, p. 1-15, dez. 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. Imprensa e Capitalismo. São Paulo: Kairos, 1984.

MARSHALL, Leandro. A estética da mercadoria jornalística. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt>. Acesso em: 18 outubro 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das Mídias Digitais – Linguagens, Ambientes e Redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MORIGI, Valdir José. Teoria Social e comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. E-compós, p. 1-14, dez. 2004.

MOSCOVICI, Serge. Representações Sociais. Petrópolis: Vozes, 2003.

NOGUEIRA, Lisandro. Cinema e Jornalismo: Lucio Flávio, o passageiro da agonia (a representação do jornalista no cinema brasileiro). In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 3, 2005, Santa Catarina. Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.

NOGUEIRA, Paulo. O jornalismo de celebridades emburrece o jornalista e o leitor. 20 março 2013. Disponível em: <http://saraiva13.blogspot.in/2013/03/o-jornalismo-de-celebridades-emburrece.html?m=1>. Acesso em: 17 março 2015.

PENA, Felipe. Jornalismo Literário. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2012.

PEREIRA, Fábio Henrique. Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.html>. Acesso em: 18 outubro 2014.

PONTES, Felipe Simão; SILVA, Gislene. Teorias da Notícia: impasses para a Teoria do Jornalismo. Fronteiras – estudos midiáticos, v. 11, n. 3, p. 176-184, set./dez. 2009.

RONDELLI, Elizabeth. Realidade e ficção no discurso televisivo. Letras, Curitiba, n. 48, p. 149-162. 1997.

SANSEVERINO, Gabriela Gruszynski. A imagem do jornalista na ficção: a representação de Rita Skeeter na série de livros Harry Potter. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37, 2014, Foz do Iguaçu. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom.

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

SEVERINO, Tiago. Jornalismo de celebridades, para quê?. Observatório da Imprensa, 16 fevereiro 2010. Disponível em: <http://www.observatoriodaimpensa.com.br/news/view/jornalismo_de_celebridades_para_que>. Acesso em: 17 março 2015.

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.

SILVA, Tacyanne Rodrigues da. Jornalismo de Celebridade – Análise de conteúdo do site EGO. Monografia de conclusão do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2008. 46 p.

SOARES, Murilo Cesar. Representações, Jornalismo e a Esfera Pública Democrática. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de jornalismo impresso. Porto: Labcom, 2001.

_____. Tobias Peucer: progenitor da Teoria do Jornalismo. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 1, n. 2, p. 31-46, jul./dez. 2004.

_____. Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia. Universidade Fernando Pessoa. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/>. Acesso em: 20 janeiro 2014.

_____. Construindo uma teoria do jornalismo. Universidade Fernando Pessoa. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-jornalismo.html>. Acesso em: 12 dezembro 2014.

THE NEWSROOM. Produção e roteiro de Aaron Sorkin. Manaus: AMZ Mídia Industrial, 2013. 4 DVD's (586 min.): Widescreen Anamórfico, colorido. Legendado. Português. Direitos reservados à Home Box Office (HBO).

TONET, Ivo. Ética e capitalismo. Disponível em: http://ivotonet.xpg.uol.com.br/arquivos/ETICA_E_CAPITALISMO.pdf>. Acesso em: 14 março 2014.

TRAVANCAS, Isabel. O jornalista e suas representações literárias. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26, 2003, Belo Horizonte. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2005. 1 v.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (org.). A sociedade do Telejornalismo. São Paulo: Vozes, 2008.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 1999.