

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

JÉSSICA CAMARGO TRISCH

Personagens jornalistas no seriado *The Newsroom*

PORTO ALEGRE

2016

JÉSSICA CAMARGO TRISCH

Personagens jornalistas no seriado *The Newsroom*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Aline do Amaral Garcia Strelow.

PORTO ALEGRE

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado Personagens jornalistas no seriado *The Newsroom* de autoria de Jéssica Camargo Trisch, estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, junho de 2016.

Assinatura:

Nome completo **da orientadora:**

JÉSSICA CAMARGO TRISCH

Personagens jornalistas no seriado *The Newsroom*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo.

Aprovada pela banca examinadora em.....de.....de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª. Aline do Amaral Garcia Strelow – UFRGS
Orientadora

Profª. Drª. Miriam de Souza Rossini – UFRGS
Examinadora

Me. André Corrêa da Silva de Araujo – UFRGS
Examinador

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Ériomar e Joseleni, por serem minha base. Obrigada por me apoiarem incondicionalmente em todos os momentos, por fazerem com que eu me sinta sempre amada e segura com a certeza de que, não importa o que aconteça, eu tenho vocês. Obrigada, principalmente, pela liberdade e confiança desde a minha infância. Eu sou quem eu sou por causa de vocês. Ao meu irmão, Enrique, pelo carinho e companhia. A toda a minha família, pelas palavras de motivação e comidinhas congeladas ao longo de toda a faculdade. Que sorte a minha por ter nascido em meio a pessoas tão maravilhosas.

À minha orientadora, Aline Strelow, por toda a paciência e conhecimento dedicados a mim e ao meu trabalho. Não imagino como ele seria possível sem o equilíbrio perfeito entre os momentos de cobrança e incentivo ao longo do semestre. Obrigada por me ajudar a organizar os meus pensamentos quando nem eu sabia muito bem o que queria. Que sorte a minha por ter escolhido e esperado pela tua orientação.

Às *migas*, maiores presentes que a vida me deu. A afinidade que temos é algo de outro mundo ou de outra vida. Obrigada pela alegria e cumplicidade e por despertarem o melhor de mim. Que sorte a minha por merecer o amor e o companheirismo de todas. Ao Matheus Kury, amigo-irmão. Obrigada por dividir sonhos, incertezas, risadas e a vida comigo. Que sorte a minha por ter te encontrado.

Às amigas que estão comigo desde a escola, Bianca, Laura, Amanda e Gabriela. Obrigada pelo carinho de sempre. Que sorte a minha conseguir manter a amizade de vocês mesmo à distância.

Às *sofrenidas* que me mostraram que amizades verdadeiras possuem várias formas e podem nascer em qualquer lugar. Que sorte a minha por ter “sofrido” e, agora, dar risada ao lado de vocês.

À Maria Helena Weber pela inspiração como profissional competente, mulher determinada e ser humano coerente. Que sorte a minha por ter tido a oportunidade de conviver e aprender contigo.

RESUMO

Os jornalistas são personagens frequentes na ficção, principalmente pela correspondência das características da profissão com os elementos atrativos para a composição de uma narrativa. Esta monografia analisa como ocorre a construção da representação dos jornalistas na primeira temporada do seriado *The Newsroom*, do canal HBO. Para tanto, foram usadas técnicas da análise pragmática da narrativa e o estudo das personagens. Procurou-se entender as características que compõem a construção das personagens e mapear os elementos jornalísticos presentes no enredo. Apesar da tendência à humanização das personagens principais, os jornalistas em *The Newsroom* são construídos como heróis que têm adesão total às características nobres da profissão. Assim, ao longo dos 10 episódios analisados, sua principal missão é lutar contra as diretrizes mercadológicas da empresa em nome da função social de informar bem os cidadãos.

Palavras-chave: jornalistas; jornalismo; séries; The Newsroom; personagens; narrativa.

ABSTRACT

Journalists are frequently represented in fictions because of the characteristics of the professions that correspond to attractive elements to the construction of narrative. This monograph analyses how the representation of journalists happens in the first season of HBO series *The Newsroom*. For that, have been used technics of pragmatic analyses of narrative and the study of characters. We looked for understand the composition of the characters and point the elements of journalism present in the plot. Despite the tendency to humanize the main characters, journalists in *The Newsroom* are built like heroes who have full adhesion to noble characteristics of the profession. Thus, during the 10 episodes analyzed, its main task is oppose the marketing guidelines of the company on behalf of the social function of well informing the citizens.

Keywords: journalists; journalism; series; The Newsroom; characters; narrative.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Jornalistas em <i>The Newsroom</i> e sua construção como personagem	38
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 O PROFISSIONAL JORNALISTA NA FICÇÃO	13
2.1 Personagens jornalistas no teatro	15
2.2 Personagens jornalistas na literatura	16
2.3 Personagens jornalistas no cinema	20
2.4 Personagens jornalistas em séries	22
3 O MÉTODO.....	26
3.1 A narrativa	26
3.2 A análise da narrativa	29
3.3 O estudo das personagens	31
3.3.1 <i>A classificação das personagens.....</i>	<i>33</i>
4 OS JORNALISTAS E O JORNALISMO EM <i>THE NEWSROOM</i>.....	36
4.1 Personagens jornalistas.....	36
4.1.1 <i>Construção das personagens</i>	<i>40</i>
4.2 O jornalismo	46
4.2.1 <i>Jornalismo como profissão 24/7</i>	<i>46</i>
4.2.2 <i>Jornalismo como quarto poder</i>	<i>48</i>
4.2.3 <i>Jornalismo: entre o mercado e o interesse público.....</i>	<i>55</i>
4.2.4 <i>Jornalismo: profissão glamourizada.....</i>	<i>61</i>
4.3 Reflexões sobre a análise	65
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
REFERÊNCIAS.....	73

1 INTRODUÇÃO

A sociedade em que vivemos é permeada de significados e símbolos criados na indústria cultural. Mesmo que de maneira inconsciente, as imagens e as identidades que apreendemos ao consumir produtos midiáticos passam a fazer parte do nosso imaginário e, conseqüentemente, do imaginário coletivo. A ficção utiliza elementos do real para criar enredos e histórias, mas, ao mesmo tempo, é produtora de significados, conceitos e estereótipos sobre essa realidade. Assim, diversas profissões, entre elas o jornalismo, são constantemente retratadas na literatura, no cinema, na televisão e em outros meios. Os jornalistas sempre tiveram espaço de destaque na ficção.

A representação do jornalismo não é novidade nem na ficção, nem no audiovisual. Christa Berger mapeou 785 filmes sobre jornalistas no livro *Jornalismo no cinema* (2002). Nos últimos 14 anos, novos longas foram lançados, aumentando o espectro de interpretações da profissão. Nas últimas décadas, outros formatos ganharam importância nos cenários audiovisual e cultural, passando a englobar temas recorrentes ao cinema. Entre eles, as séries vêm exponencialmente ganhando espaço em todo o mundo e têm uma vantagem: com duração ilimitada de episódios e, conseqüentemente, de minutos, elas propiciam narrativas mais detalhadas.

Apesar do interesse crescente por seriados, a pesquisa acadêmica sobre a presença de jornalistas neles ainda é incipiente. Encontrar personagens jornalistas em séries também não é algo frequente, sendo, na maioria das vezes, apenas pano de fundo para outras histórias das personagens, como pode ser observado, por exemplo, em *House of Cards*,¹ *Gilmore Girls*,² *Parks and Recreation*,³ *Scandal*⁴ e *Narcos*,⁵ Alguns seriados norte-americanos dos anos 1980 e 1990 focaram na rotina das redações, mas a partir de um viés cômico ou não verossímil, como visto em

¹ O drama político *House of Cards* mostra as armações de um congressista para ascender na carreira. Ele usa uma jovem e ambiciosa repórter para manipular a opinião pública sobre os seus adversários.

² O seriado *Gilmore Girls* narra a relação familiar entre mãe e filha, Lorelai e Rory, respectivamente. A jovem deseja ser jornalista, o que a motiva a se envolver no jornal da universidade onde estuda e a buscar estágio na área.

³ A série de comédia *Parks and Recreation* acompanha o dia a dia do setor de Parques e Recreação de uma cidade fictícia norte-americana. Aqui, os jornalistas aparecem para divulgar assuntos envolvendo a prefeitura municipal.

⁴ Em *Scandal*, uma antiga consultora do presidente dos Estados Unidos abre uma empresa de gestão de crises. O jornalismo é parte intrínseca da narrativa, mesmo estando no pano de fundo. A imprensa é responsável pelos conflitos das personagens principais.

⁵ Contando a vida do traficante Pablo Escobar, a série *Narcos* apresenta sua relação conturbada com a mídia.

Murphy Brown,⁶ *News Radio*⁷ e *Naked Truth*,⁸ O próprio criador e roteirista de *The Newsroom*, Aaron Sorkin, tem uma relação próxima com o jornalismo e a mídia, apropriando-se dos profissionais como personagens em outros seriados, como *Sports Night*, o qual mostra os bastidores de um programa esportivo; *The West Wing*, que narra os acontecimentos da Casa Branca; e *Studio 60 on the Sunset Strip*, que acompanha a produção de um programa de comédia e variedades. Nesse contexto, o lançamento, em 2012, de *The Newsroom* oportunizou a observação da representação desses profissionais de maneira mais aprofundada no formato televisivo, pois o programa apresenta o dia a dia em uma sala de redação jornalística a partir das características e das rotinas profissionais com base na realidade.

Ao mapear as pesquisas já realizadas sobre *The Newsroom*, foram identificadas algumas monografias e artigos sobre o tema, incluindo análises de diversas séries (GARCÍA MARTÍNEZ; SERRANO-PUCHE, 2013); questões pontuais da área – interesses econômicos (PAINTER; FERRUCI, 2015); ética por uma perspectiva teórica (BARBOSA, 2013); análise empírica quantitativa em seriados americanos (SAMOY, 2015); gênero (PAINTER; FERRUCI, 2015); e uma perspectiva histórica (SOUSA, 2014).

Entre os trabalhos observados, vale destacar algumas contribuições que dialogam com a proposta desta monografia. Ao comparar a representação do jornalismo retratado em *The Newsroom* com os artigos do Código de ética do jornalismo brasileiro, por exemplo, Moreira e Pereira (2015) apontam que as personagens que dialogam e agem em cena respondem sempre a uma personagem principal na série: o próprio jornalismo. Este “convence, inspira, conquista e faz acreditar em algo além, como um bom herói de ficção” (MOREIRA; PEREIRA, 2015, p. 13). Nas conclusões, as autoras demonstram que o estudo de caso demonstra que *The Newsroom* se mantém coerente aos princípios do jornalismo, ainda que apresente escolhas narrativas idealizadas e “quixotescas”.

Ancorada em cinco pilares, Oliveira (2014) analisa o conteúdo de *The Newsroom* para demonstrar as funções do didatismo, do jornalismo opinativo, do

⁶ A comédia *Murphy Brown* apresenta a repórter que dá nome à série vivendo dividida entre o jornalismo investigativo e sua vida pessoal.

⁷ A comédia de situação *News Radio* mostra a rotina de uma emissora de rádio a partir da sátira. Um novo diretor de notícias chega, mas não consegue controlar os repórteres. O roteiro combina humor, diálogos inteligentes e histórias absurdas.

⁸ Em *Naked Truth*, uma jornalista desempregada acaba trabalhando em um tabloide. Ela fica inicialmente incomodada com as histórias que precisa investigar para o novo emprego, mas aceita a situação por ter uma boa relação com os colegas de trabalho.

quarto poder, da ética e da pressão institucional no enredo. A autora acredita que muitos recursos usados para mostrar o jornalista como herói, principalmente o âncora Will McAvoy, são antes escolhas narrativas para romantizar a personagem e atrair o público do que uma tentativa de trazer um exemplo de profissional a ser seguido.

Figueirêdo (2014) faz uma análise do discurso das personagens jornalistas de *The Newsroom* a partir de oito amostras de falas dos dois primeiros episódios da primeira temporada do seriado. A autora apurou que a série é iniciada com muitas críticas ao jornalismo atual. Assim, a construção narrativa prepara o espectador para a guinada ideológica que ocorre no telejornal fictício apresentado. Ao tentar convencer o âncora Will McAvoy a mudar a forma como o noticiário é feito, a produtora executiva MacKenzie McHale está, na verdade, tentando convencer ao público que assiste à série. No entanto, para a autora, o discurso tem um caráter fantasioso e demagógico, pois não relata uma possibilidade real de mudanças no cenário atual do jornalismo mundial.

Apesar de diferentes focos, uma abordagem é comum à maioria dos trabalhos: o caráter romântico e utópico do jornalismo presente na série, que, ao mesmo tempo em que apresenta uma forma idealizada de exercício da profissão, critica o modelo de jornalismo contemporâneo. Ao assistir à primeira temporada de *The Newsroom*, fiquei interessada em como as personagens estavam sendo construídas e as práticas profissionais retratadas. O argumento da série apresenta o cotidiano da equipe de produção do principal telejornal do canal fictício de TV a cabo *ACN Network*. O seriado começa com a chegada de uma nova produtora executiva que altera a rotina de trabalho do *News Night*. A preocupação principal deixa de ser os índices de audiência e passa a ser a forma mais interessante de levar notícias relevantes ao público. Para dar um tom verossímil à redação, Aaron Sorkin escolheu usar acontecimentos verídicos para as notícias transmitidas no telejornal.

Assim, surgiu a questão central desta monografia: como é construída a representação do jornalismo e do jornalista na primeira temporada da série *The Newsroom*? Para responder a esta pergunta, objetivos específicos precisam ser alcançados: entender as características que compõem a construção da personagem e da narrativa e mapear os elementos jornalísticos presentes no enredo.

O *corpus* deste trabalho é a primeira temporada da série, que foi ao ar em 2012 pela emissora Home Box Office (HBO). Outras duas temporadas foram exibidas em 2013 e 2014, no entanto, as especificidades das últimas temporadas me levaram

a escolher trabalhar apenas com os 10 primeiros episódios. Neles, há uma diversidade maior de subtemas e elementos importantes para realizar a análise. Enquanto a segunda temporada é centrada apenas em um assunto, a saber, a eleição para presidente dos Estados Unidos da América, e a última temporada foca em concluir as histórias pessoais dos personagens, a primeira temporada trata, a cada episódio, de um fato real de grande repercussão e, assim, os elementos acerca do ser jornalista e do fazer jornalismo aparecem a cada cena, evidenciando questionamentos e críticas pertinentes à compreensão da imagem do profissional estabelecida pela sociedade. Com essa riqueza de componentes, é possível analisar as características apresentadas na construção das personagens e da identidade do jornalista, sejam elas oriundas de fatos reais ou escolhidas pelo roteirista para compor a narrativa, como estratégias para construir significados. Assim, analisar a mistura entre realidade e ficção em *The Newsroom* possibilita interpretar simbolicamente o papel e a imagem do jornalista nos tempos atuais.

Para tanto, será utilizado o método proposto por Motta (2013), a análise pragmática da narrativa. Para o autor, as narrativas são instrumentos usados para traduzir o conhecimento em relatos, produzindo significados e sentidos. A metodologia é o caminho para observar as estratégias usadas pelo narrador e procurar entender “[...] como os sujeitos sociais constroem os seus significados através da apreensão, compreensão e expressão narrativa da realidade” (MOTTA, 2010, p. 2). Tendo sempre em mente a audiência, Motta (2010) indica a necessidade de perceber as marcas nos textos que pretendem “construir a personagem na mente dos leitores” (MOTTA, 2010, p. 7), ainda que essa construção nunca seja recebida de maneira passiva pelo público, mas dependa de suas interpretações e reconhecimentos, ou seja, a narrativa é uma “atividade interativa entre dois interlocutores (narrador e narratário) que realizam um processo, um ato comunicativo” (MOTTA, 2010, p. 12).

No Capítulo 2, a teoria sobre o jornalista como personagem de ficção a partir das perspectivas de Berger (2002) e Senra (1997) é retomada, trazendo exemplos históricos presentes no teatro, na literatura, no cinema e na ficção seriada televisiva norte-americana. Além disso, a partir de Jost (2012), é apresentada um pouco da ainda incipiente literatura sobre séries televisivas. No Capítulo 3 é apresentada a metodologia usada nesta monografia, a análise pragmática da narrativa, de Motta (2013), em diálogo com os trabalhos de Eco (1994) e Reuter (2011). Ainda no

terceiro capítulo, são apresentadas as considerações de Forster (1969), Brait (1985) e Candido (2011) acerca da construção da personagem. A análise do *corpus* é realizada no Capítulo 4. A partir da bibliografia sobre personagens, os jornalistas de *The Newsroom* são classificados como planos ou redondos, elementos decorativos ou agentes da ação, *embrayeurs* ou anáforas, e inventados ou copia do real. Com base em autores que tratam das características e das práticas do jornalista e do jornalismo, como Travancas (1993), Kovach e Rosenstiel (2004) e Traquina (2004, 2008) elegemos quatro elementos que aparecem com maior frequência no roteiro: Jornalismo como profissão 24/7, Jornalismo como quarto poder, Jornalismo: entre o mercado e o interesse público e Jornalismo: profissão glamourizada . Por fim, nas considerações finais, são retomados os conceitos e apontadas as principais conclusões da análise.

2 O PROFISSIONAL JORNALISTA NA FICÇÃO

Há uma tradição na relação do jornalismo com a ficção. Oscilando entre o papel de herói e bandido (TRAVANCAS, 1993), o jornalista como personagem, seja na literatura, no teatro, no cinema ou na televisão, não é um fenômeno recente, pelo contrário, é antigo e frequente. Essa afinidade está relacionada, segundo Senra (1997), a dois fatores: o gosto popular e a adequação das características da profissão à construção da narrativa romanesca.

A imprensa tem um apelo afetivo e uma proximidade com o público, o que possibilita à audiência sentir o mesmo pelas personagens, aumentando, assim, o interesse por obras com essa temática. “O leitor ‘acredita’ no jornalista porque esse detém o crédito das suas emoções, não será difícil transferir para a sua personagem a mesma devoção que o público sempre manifestou em relação às figuras de ficção” (SENRA, 1997, p. 44).

Comparando as características da apuração jornalística com aquelas do modelo narrativo convencional da ação, percebe-se uma consonância.

O próprio método de trabalho do profissional de imprensa já implica, por si só, o encadeamento e o realce de ações que se agenciam segundo a tendência dominante na narrativa: afinal o jornalista tem de averiguar o fato de modo a descobrir o seu autor, a sua causa, e o seu objetivo, revelando “a verdade” no final, procedimento que o obriga a iluminar os picos de ação, a destacar os dados mais importantes, e a deixar na sombra os elementos secundários. (SENRA, 1997, p. 41).

Algumas características são recorrentes na construção da personagem jornalista, podendo haver ou não referência à realidade. O estereótipo do profissional engloba, muitas vezes, as ideias de vocação, precisão, rebeldia, vitalidade, independência, dinamismo, cinismo (atitude *blasé*), vício em álcool, cigarro ou jogos, vida boêmia, adesão à profissão, formação intelectual e culta, dedicação exclusiva ao trabalho, poder, *status*, sensibilidade, intuição e senso de justiça e de verdade apurado (BERGER, 2002; SENRA, 1997; TRAVANCAS, 1993)

A combinação entre os aspectos pode variar, dependendo da ética e do caráter do jornalista representado, já que há uma ambiguidade na identidade profissional dessa categoria que pode ser mostrada ora como heroica, ora como criminosa (TRAVANCAS, 1993). “O imaginário coletivo associa a profissão à investigação, à aventura, à independência, ao arrojo, e, igualmente, ao cinismo, à falta de escrúpulos, à arrogância” (BERGER, 2002, p. 17). O herói é aquele “jornalista romântico, idealista, dedicado ao trabalho em benefício da coletividade, apesar da pouca compensação econômica” (SENRA, 1997, p. 47), ou, ainda, “[...] identifica-se com os valores do mundo público e defende a verdade, a democracia, o bem comum” (TRAVANCAS, 2001, p. 2), enquanto o bandido é um mercenário, ignorante e bêbado que, sem consciência, passa por cima de tudo e de todos em busca de seus objetivos, muitas vezes caracterizados por furos de reportagem que lhe trariam ascensão social e econômica e notoriedade profissional. Logo, todos os elementos levam “à construção de um *ethos* particular do jornalista, o qual possui uma visão de mundo e estilo de vida característicos” (TRAVANCAS, 1993, p. 100).

A imagem ambígua do jornalista surge em decorrência das mudanças pelas quais a ocupação passou. De profissão romântica, em que os próprios donos dos veículos eram jornalistas, a imprensa ganhou orientação mercadológica, principalmente a partir dos anos 1980. A racionalização e os atuais métodos de gerenciamento inauguraram uma nova concepção de jornalismo e da função de jornalista. Se antes a atividade era livre, sem regras ou procedimentos rígidos, mas comprometida com seu papel político e social, ela passa a ser superficial. “Instigada pela mensagem telegráfica da televisão, a notícia se desligou de seu contexto, se reduziu em tamanho, buscando um contato mais rápido e direto” (SENRA, 1997, p. 22).

A imagem do jornalista continua a ser produzida e reproduzida, com elementos antigos e novos. Inicialmente, esse perfil foi traçado por alguns nomes que se revezavam entre as redações de jornais e a narrativa ficcional e, assim, podiam realizar essa mediação com conhecimento primário, como Mark Twain, Theodore Dreiser, Ernest Hemingway, Dalton Trumbo e Herman J. Mankiewicz (SENRA, 1997).

Com o objetivo de se aproximar o máximo possível do real, as narrativas misturam ficção e realidade para criar histórias que tenham credibilidade e reconhecimento, sem perder o caráter dramático de um produto de consumo que precisa fisgar a atenção e a emoção do público. Ao mesmo tempo em que buscam

inspiração no jornalismo real para a caracterização das personagens, essas produções usam a licença poética para adicionar elementos que enriqueçam a narrativa e, assim, acabam atualizando as características e significados do jornalista no imaginário social.

Ainda que não sejam um mero espelho do cotidiano, os produtos ficcionais atraem as pessoas por apresentarem maneiras de entender a vida real e a época em que estão inseridas a partir de um “diálogo complexo e enriquecedor com a realidade” (SENRA, 1997, p. 45). Para Sanseverino (2015, p. 11), “em nossa busca por interpretar o cotidiano, criamos formas cada vez mais elaboradas de dar sentido ao caos da realidade a nossa volta”.

A representação do jornalismo na ficção também possibilita uma reflexão sobre os conflitos específicos da profissão ressaltando questionamentos e questões fundamentais para se pensar e compreender as funções e as mudanças da atividade.

2.1 Personagens jornalistas no teatro

O intercâmbio de profissionais entre o jornalismo e a literatura possibilitou uma representação muito rica dessa classe, muitas vezes inspirada na vivência pessoal do autor. Na peça norte-americana *The Front Page* (1928), dos jornalistas Ben Hecht e Charles MacArthur, foi “a primeira vez que o jornalista se torna personagem porque era jornalista, ou melhor, em que a construção dramática da personagem coincidia com a definição da sua vocação” (SENRA, 1997, p. 57). Esse diferencial transformou o texto em um dos argumentos sobre jornalismo mais visitados no teatro e no cinema.

Os autores realizaram *The Front Page* com uma sólida ancoragem biográfica (SENRA, 1997). Fetherling (apud SENRA, 1997) destaca que Hecht e MacArthur se inspiraram na observação de amigos, conhecidos e instituições reais para a criação da história. Além de usar alguns nomes verdadeiros, eles reproduziram situações e alguns diálogos apreendidos do cotidiano. Outros elementos também são enriquecedores da obra:

A fala rápida e a resposta pronta são um dos traços marcantes da peça, e representam a continuidade, no plano sonoro, da rapidez da ação. O diálogo apressado e inteligente sempre foi considerado a maior qualidade da peça de Hecht e MacArthur, o que ressalta a atenção dos autores para com a palavra, instrumento primordial dos jornalistas. (SENRA, 1997, p. 65).

The Front Page narra o conflito entre o repórter Hildy Johnson e o editor Walter Burns, que quer impedir o funcionário de abandonar a carreira em nome do casamento planejado. Apesar de todas as artimanhas de Burns, o que segura Johnson é a cobertura de acontecimentos cheios de reviravoltas, que o prende de tal modo à ação que ele acaba esquecendo-se da noiva que o espera (SENRA, 1997).

Assim como Hecht e MacArthur, no Brasil, Nelson Rodrigues usou sua experiência para criação de sua obra. Por ter trabalhado desde os 13 anos em jornais, o dramaturgo vivenciou e conheceu diversas facetas da profissão. Warmling (2014, p. 10) aponta que “era uma prática comum do autor descrever locais, pessoas e referências reais em suas obras, principalmente nas peças teatrais classificadas como Tragédias Cariocas”. Warmling (2014) identifica a personagem jornalista em cinco das 17 peças de Nelson Rodrigues: *Vestido de noiva*; *Viúva, porém honesta*; *Boca de ouro*; *O beijo no asfalto* e *Anti-Nelson Rodrigues*. Em sua monografia, a autora analisa dois textos – *Boca de ouro* e *O beijo no asfalto* – nos quais ela observou maior presença e importância do jornalista ao longo da narrativa.

Boca de ouro apresenta o bicheiro carioca homônimo que, apesar de ser o protagonista, só é conhecido pelo público a partir dos relatos de terceiros. O primeiro ato da peça mostra a redação de um jornal recebendo a informação da morte do contraventor. A isso segue a apuração realizada pelo repórter sensacionalista Caveirinha, acompanhado de um fotógrafo. Ele entrevista a amante do Boca de Ouro, dona Guigui, que, influenciada pelo jornalista, conta histórias contraditórias, baseadas na emoção recente. A cadeia de produção da notícia é apresentada do início ao fim: desde a chegada da pauta à redação, passando pela verificação e finalizando, na última cena, com a recepção da informação pelo público.

Beijo no asfalto gira em torno de um acordo firmado entre o jornalista Amado Ribeiro e o delegado Cunha para produzir uma história a partir de um acidente, no qual um homem morreu. A personagem principal, Arandir, atende ao último desejo de um homem atropelado que pediu um beijo. Durante três dias, o repórter cria, a partir de depoimentos falsos, uma versão na qual o protagonista era amante do atropelado. A história alcança diversas pessoas do círculo pessoal de Arandir, que passa a sofrer com a descrença de sua esposa e a perseguição no trabalho e na rua.

A partir do trabalho de Warmling (2014), percebe-se que Nelson Rodrigues tinha uma opinião crítica sobre a imprensa e as mudanças que ocorriam no período

em que escreveu as obras. Ele questionou polêmicas presentes no cotidiano jornalístico, como o sensacionalismo, as manipulações, os jogos de poder e o mito da imparcialidade.

2.2 Personagens jornalistas na literatura

Diferentemente de outras maneiras de representação, a literatura conta apenas com a palavra para criar as personagens. Se no cinema, no teatro ou na televisão a imagem é capaz de complementar os significados do texto, nos livros, o autor precisa mais do que nunca dividir a construção das personagens com o público, como em um jogo em que as intenções do narrador são reconhecidas, interpretadas e recriadas pelo receptor (MOTTA, 2010).

As personagens ganham sua forma e sua existência a partir de um meticuloso trabalho de linguagem. Elas são produtos de um discurso narrativo que aponta para a ironia de um observador empenhado em fazer da linguagem o seu instrumento de impiedosa caracterização. (BRAIT, 1985, p. 60).

Para contar com a participação do leitor, é necessário primeiramente haver uma coesão interna da narrativa, ou seja, é preciso que a história seja crível. O que pode ser chamado de suspensão da descrença (ECO, 1994) e verossimilhança interna (BRAIT, 1985). Para Eco (1994, p. 81), o receptor “precisa aceitar tacitamente um acordo ficcional, [...] tem de saber que o que está sendo narrado é uma história imaginária, mas nem por isso deve pensar que o escritor está contando mentiras”. Unindo fatos reais e elementos ficcionais, “[...] há um trabalho de criação, composto pela mescla de memória, observação e imaginação em graus variáveis, de acordo com as concepções intelectuais e morais do romancista” (CANDIDO, 1995 apud STRELOW, 2009, p. 56).

StreLOW (2009, p. 74) observou que os livros *Incidente em antares*, *A festa* e *Um copo de cólera*, são comprometidos “com o realismo, mesmo não pretendendo ser um retrato fiel dos acontecimentos, mas prezando uma verossimilhança realista, através da observação dos acontecimentos, com uma certa tendência à alusão”. As obras selecionadas por Travancas (2003), incluindo *Ilusões perdidas* e *Bel-ami*, também podem ser pensadas da mesma forma.

Através da trajetória da personagem jornalista Lucien Chardon, de *Ilusões perdidas* (1837), Balzac expõe um olhar crítico sobre a imprensa e o jornalismo. O protagonista é um homem provinciano que, seduzido pela cidade e pelo desejo de sucesso, age apenas em função de seus interesses particulares sem em momento algum pensar no compromisso social de sua profissão.

Em *Bel-ami* (1885), Guy de Maupassant molda a imagem do jornalista a partir de George Duroy, jovem modesto, ambicioso e sedutor que, após encontrar um antigo conhecido e conseguir um emprego como jornalista, muda completamente de vida. Sem medir esforços ou se preocupar com a ética, ele se utiliza da nova atividade como caminho para “[...] sua ascensão social e financeira, sua entrada na cena parisiense, permitindo-lhe frequentar com desenvoltura a elite política e financeira francesa” (TRAVANCAS, 2003, p. 3).

Em *Recordações do escrivão Isaías Caminha* (1909), de Lima Barreto, a personagem que dá nome ao livro é um homem mulato interiorano que se muda para a capital pretendendo mudar a visão que a sociedade tinha da cor da sua pele. Percebendo o prestígio que cronistas e repórteres tinham junto à população, resolve tentar carreira como jornalista. Apesar da crítica inicial à postura dos outros profissionais da redação, ele passa a ser tão arrogante quanto os demais. Ao descobrir um segredo do dono do jornal onde trabalha, ascende rapidamente na profissão e na sociedade, esquecendo-se dos objetivos que lhe trouxeram à cidade grande.

Em *Incidente em antares* (1970), Erico Verissimo apresenta o jornalista provinciano Lucas Faia. A partir de acontecimentos fantásticos ocorridos na pequena cidade, seu perfil é moldado como um “oportunista preocupado com seus próprios interesses” que, sem nenhuma neutralidade, se utiliza da profissão apenas para manter boas relações com os ricos e poderosos (STRELOW, 2009). No periódico local, Faia é acompanhado por Ferreirinha, seu braço direito, que realiza múltiplas funções, desde redator e revisor a paginador, e pelo colunista social e príncipe do jornal, Vitória, que assina sua coluna venenosa e, ainda assim, é bajulado pelas mulheres da cidade que buscam visibilidade.

A festa (1976), de Ivan Ângelo, aborda os conflitos de três jornalistas que trabalham no Correio de Minas. Uma luta entre retirantes e policiais se inicia em Belo Horizonte. O repórter designado para a cobertura, Samuel, busca fontes e detalhes para a notícia, enquanto o editor-chefe, Haroldo, “[...] homem frio e sem escrúpulos,

pressiona o repórter a voltar logo à redação com o material pronto” (STRELOW, 2009, p. 63). Por se envolver demais, o repórter decide abandonar a pauta e lutar ao lado do grupo de retirantes. Em paralelo às atividades engajadas de Samuel, observa-se também uma jornalista novata, Andrea, que se vê dividida entre o encantamento pela profissão e a humilhação sofrida na redação do periódico, onde afirmam que ela não sabe escrever. Ela vive em um mundo de vaidades e aparências, no qual “sua felicidade dependia da importância que os outros davam a suas atitudes” (STRELOW, 2009, p. 62).

Um copo de cólera (1978), de Raduan Nassar, narra uma briga entre um casal, em que, em meio a insultos, o marido desacredita a profissão e a ideologia da mulher. Strelow (2009, p. 68) aponta que “ela é liberada e engajada politicamente, enquanto ele está desiludido com a vida e com o mundo, o que o faz encarar como demagogia as atitudes pretensamente democráticas dela”. Além das ofensas, o homem aponta o caráter que considerava falso na imprensa durante o período de ditadura e censura: pregar o certo e o errado, quando ela mesma não seguia tais conselhos. Apesar de toda emoção e exaltação do companheiro, a mulher se mantém indiferente, sarcástica e ágil nas respostas.

Ao se buscar livros atuais que tragam o jornalista como personagem, foram encontrados mais ocorrências de livros-reportagem, nos quais o jornalista é o narrador/autor e não a personagem. Nesse formato, a narrativa fática é apresentada de forma extensa e detalhada, em uma grande reportagem que aproxima os métodos jornalísticos à linguagem literária. São exemplos *Rota 66* (Caco Barcellos, 1992), *Abusado* (Caco Barcellos, 2003) e *Os últimos soldados da Guerra Fria* (Fernando Morais, 2011).

Ainda assim, nas últimas décadas, algumas obras podem ser observadas. Na biografia de Assis Chateaubriand, de 1994, Fernando Morais apresenta a vida pessoal e profissional do polêmico jornalista e empresário da mídia. Apesar de ter sido o responsável pela modernização do jornalismo no Brasil e por ter trazido a televisão para o país, ele é conhecido também pela falta de escrúpulos e ética ao reportar notícias falsas seguindo seus próprios interesses econômicos e políticos.

Em obras de ficção recentes, a personagem jornalista aparece em *Paperboy* (1995), de Pete Dexter, que narra a investigação realizada por dois profissionais sobre a condenação à morte de um homem que poderia ser inocente do crime acusado. Os jornalistas Yardley Acheman e Ward James saem da cidade grande

para averiguar o caso em uma cidade do interior, onde encontram inconsistências nas acusações, permeadas por casos de corrupção, violência e racismo.

Ainda que a personagem jornalista não seja o foco na saga *Harry Potter* (1997-2007), J. K. Rowling apresenta, ao longo dos sete livros, personagens com essa profissão, dois deles com maior relevância na história: Rita Skeeter e Xenophilus Lovegood. A primeira é uma repórter sensacionalista e o segundo, dono e redator de um jornal independente. Ambos são usados na narrativa para contextualizar e trazer informações extras. Sanseverino (2015) ressalta que os jornalistas em *Harry Potter* nunca aparecem em redações, mas sempre em campo, entrevistando fontes e cobrindo eventos. Ainda assim, por meio de suas falas e ações, conseguem reiterar mitos e estereótipos acerca da atividade jornalística. Em *Numero Zero* (2015), Umberto Eco apresenta um grupo de redatores unidos para preparar um jornal que atenda os interesses do seu editor.

Independentemente de autor, época e nacionalidade, a partir dos livros apontados, há predominância de representações desencantadas do jornalismo. Como salienta Travancas (2003), a literatura priorizou o jornalista como bandido em detrimento do herói.

No entanto, há exceções, como a *Trilogia Millenium* (Stieg Larsson, 2005-2009), na qual o jornalismo é apresentado em sua vertente independente por meio da revista que dá nome à coletânea. Ao longo dos três livros (uma quarta obra foi lançada em 2015 por outro autor sueco, David Lagercrantz), são apresentados personagens jornalistas, como os proprietários do periódico Erika Berger, Mikael Blomkvist e Christer Malm, sempre éticos, isentos e em busca da verdade.

2.3 Personagens jornalistas no cinema

Desde o início do século XX, o jornalismo é retratado no cinema. “O século XX e o cinema nasceram quase juntos e, sem dúvida, o segundo registrou e expressou com cores, som e imagem muito do que se viveu e pensou nestes cem anos” (TRAVANCAS, 2001, p. 1). Entre os temas e as representações construídas nos filmes, a imprensa tem presença contínua. O primeiro *newspaper movie* foi *The Power of the Press*, lançado nos Estados Unidos em 1909. Em 2016, a produção vencedora do Oscar de melhor longa-metragem foi um *newspaper movie*: *Spotlight – Segredos revelados*. Berger (2002) catalogou 785 filmes com essa temática, que,

além de apontarem características ideais ao profissional e denunciarem práticas incompatíveis ao papel social do jornalismo, acompanharam as mudanças pelas quais a profissão passou.

O cinema conta, sim, a história do jornalismo; temos imagens de cada uma das fases da imprensa bem como das características dos profissionais de cada um dos veículos, reportando às especificidades do jornal, do rádio e da tevê. [...] Também os grandes temas do jornalismo foram mostrados no cinema: as relações entre proprietários dos meios e os diferentes poderes; as relações de jornalistas com suas fontes; o poder da palavra e das imagens; o processo de produção da notícia; a vocação para o exercício da profissão. (BERGER, 2002, p. 36).

A popularidade do cinema garantiu ao jornalismo um papel simbólico diferenciado na sociedade: a construção do imaginário coletivo por meio de estereótipos que perduram. Assim, a imagem popular do jornalista foi construída, em grande parte, pelos filmes, seja a partir do mito romântico ou do perfil mau caráter, seja baseado em características reais ou elementos ficcionais.

Travancas (2001, p. 2) aponta um equilíbrio entre a representação do jornalista como herói e bandido no meio cinematográfico.

Herói e bandido estiveram presentes em diferentes filmes e períodos. O vilão é representado pelo profissional que não mede esforços para conseguir seus objetivos e dar um “furo” de reportagem. Sem caráter e trafegando pelos submundos do crime, ele não hesita em colocar sua carreira na frente de tudo e todos. O herói identifica-se com os valores do mundo público e defende a verdade, a democracia, o bem comum. Nesse sentido pode-se dizer que o jornalista surge como o herói urbano do século XX.

Entre os filmes mais lembrados pelas autoras (BERGER, 2002; SANSEVERINO, 2015; SENRA, 1997; TRAVANCAS, 2001) está o clássico *Cidadão Kane* (Orson Welles, 1941), que narra a ascensão de um garoto do interior até se tornar o dono de um império de comunicação, nos Estados Unidos. O longa impõe uma reflexão sobre os jogos de poder que envolvem a imprensa.

Outro longa que ganha destaque é *A montanha dos sete abutres* (Billy Wilder, 1951), que aborda o jornalismo sensacionalista a partir do repórter antiético Charles Tatum. Com a carreira em decadência, ele vê a possibilidade de retomar seu prestígio ao transformar o resgate de um homem preso em uma caverna da pequena cidade onde trabalha em uma notícia de âmbito nacional. Para aproveitar ao máximo a repercussão, controla e prolonga os trabalhos da equipe de resgate, além de fabricar fatos com o apoio da esposa do homem em perigo e do xerife da cidade.

Um dos *newspaper movie* mais famosos, *Todos os homens do presidente* (Alan Pakula, 1976), foi baseado no livro-reportagem de memória dos jornalistas Carl Berstein e Bob Woodward. Trata-se da investigação jornalística do caso *Watergate*, realizada pelos repórteres para o *Washington Post*, que levou à renúncia do presidente dos Estados Unidos Richard Nixon. *O quarto poder* (Costa-Gravas, 1997) reflete sobre o jornalista inescrupuloso que não mede esforços para crescer na profissão ao contar a história de um repórter que trabalha em um pequeno jornal e quer ir para uma grande rede.

Produções mais recentes sobre jornalismo vêm ganhando destaque, como é o caso de *Spotlight – Segredos revelados* (Tom McCarthy, 2015). Baseado em uma história real, apresenta uma investigação, que apurou dados sobre o acobertamento de denúncias de pedofilia por membros da igreja católica local, realizada por um grupo de jornalistas do jornal *The Boston Globe*.

Apesar de a personagem paradigmática do jornalismo – o repórter de jornal impresso –, ser a preferida do cinema, o telejornal e as mudanças nas rotinas da profissão advindas das novas tecnologias também têm tido espaço, como em *O âncora* (Adam McKay, 2004) e *Uma manhã gloriosa* (Roger Michell, 2010). Um polêmico caso real do canal *CBS News* é retratado em *Conspiração e poder* (James Vanderbilt, 2015). O longa apresenta um lado controverso do jornalismo ao trazer a história da produtora Mary Mapes, demitida após ser acusada de usar documentos falsos ao reportar uma notícia sobre o então presidente dos Estados Unidos, George W. Bush. O foco da narrativa é o jogo de poder dos interesses políticos que, muitas vezes, impedem o trabalho investigativo e de interesse público do jornalismo.

A extensa lista de filmes com a temática jornalística pode ser explicada pela atração do cinema pela personagem jornalista, resultante da fácil adaptação da profissão ao papel desejado pela indústria cinematográfica (BERGER, 2002).

2.4 Personagens jornalistas em séries

As narrativas continuam produzindo representações do jornalismo em todos os meios já citados, mas agora também em novos formatos que começam a ter maior visibilidade. Os seriados norte-americanos ganham mais espaço na televisão em todo o mundo e conquistam o público. Ainda que, segundo Duarte (2012), esse processo ocorra em ritmo mais lento no Brasil, pois a audiência ainda está muito

ligada às telenovelas e se mantém fiel a elas, o público vem se aproximando das séries, principalmente por meio dos canais de televisão por assinatura e serviços de *streaming*.⁹

Para Jost, o sucesso das séries pode ser explicado, além da sua capacidade de refletir de forma realista sobre o mundo, por suas condições de fornecer uma compensação simbólica, é necessário observá-las como sintomas de nossas aspirações e por aquilo que elas dizem sobre nós (JOST, 2012). Assim,

[...] não há necessidade de copiar fielmente todos os detalhes de um universo, profissional ou não, para que ele nos pareça familiar. Para preencher o fosso existente entre o mundo real e aquele da ficção, são suficientes algumas portas de acesso que permitam dominá-lo. (JOST, 2012, p. 27-28).

A personagem jornalista está presente em séries, com papéis de menor ou maior importância, desde os anos de 1980. No entanto, foi apenas em 2012, com a estreia do seriado *The Newsroom*, pelo canal HBO, que essa representação foi construída combinando elemento, forma séria, cunho dramático e alusão ao real, que possibilitam uma reflexão a partir de seus significados.

No argumento da série escrita pelo renomado roteirista Aaron Sorkin, são apresentados diversos personagens jornalistas, já que as cenas ocorrem majoritariamente na redação do principal telejornal da rede fictícia *ACN Network*, *The News Night*. Os principais são Will McAvoy (Jeff Daniels), âncora; MacKenzie McHale (Emily Mortimer), produtora executiva; Charles Skinner (Sam Waterston), chefe da divisão de notícias; Jim Harper (John Gallagher Jr.), produtor sênior; Maggie Jordan (Alison Pill), produtora associada; Don Keefer (Thomas Sadoski), produtor de outro programa da grade da emissora; Sloan Sabbith (Olivia Munn), jornalista econômica; e Neal Sampat (Dev Patel), inicialmente responsável pelo *blog* de McAvoy que ganha outras funções ao longo do *show*.

Os 10 episódios da primeira temporada de *The Newsroom* apresentam notícias reais do mundo inteiro para trazer elementos, técnicas e conflitos característicos da cultura jornalística. São reapresentados momentos como a morte de Osama Bin Laden, o acidente na usina de Fukushima, a Revolução no Egito e o vazamento de petróleo no Golfo do México. No primeiro episódio, ocorre a chegada da nova produtora executiva, MacKenzie McHale, que assume a posição com a

⁹ *Streaming* significa fluxo contínuo de mídia. É uma tecnologia que permite assistir ou ouvir ao vivo um vídeo ou áudio na internet sem a necessidade de fazer *download* do conteúdo.

missão de tirar o âncora, Will McAvoy, da sua zona de conforto. A primeira reunião entre os protagonistas é marcada por um tenso conflito em que ela afirma que Will está fora de controle por medo de perder a audiência (episódio 1). Enquanto a produtora acredita que eles podem fazer um telejornal politizado e que também atraia audiência, o âncora ressaltava pesquisas que apontam a impossibilidade disso (episódio 1). Mas, devido à resistência, MacKenzie afirma que eles podem fazer melhor e que é hora de ser como Dom Quixote, defendendo o quarto poder, o jornalismo como uma profissão honrada que busca civilidade, respeito e apresenta o que realmente importa, sem espaço para fofocas e espionagem (episódio 1). Na sequência, há um exemplo de tudo o que foi debatido. A construção da principal matéria do dia, a explosão de uma plataforma de petróleo do Golfo do México, propõe uma reflexão sobre a apuração de fatos, a contextualização dos assuntos, a relação com as fontes e informantes, entre outras rotinas jornalísticas.

Os episódios seguintes trazem novidades sobre a linha editorial de *The News Night*, com a apresentação à equipe de questões norteadoras pensadas por MacKenzie. A produtora executiva também oferece um quadro diário sobre economia para a jornalista setorial, Sloan Sabbith (episódio 2, “News Night 2.0”).

Em “The 112th congress” (episódio 3), Will escreve um editorial pedindo desculpas pela forma como o telejornal estava fazendo notícia e afirma que, a partir daquele momento, ele e sua equipe estariam comprometidos em informar o telespectador da melhor maneira.

Com dois fatos importantes ocorrendo simultaneamente, a deposição do presidente do Egito e um protesto em Wisconsin, “Amen” (episódio 5) mostra a equipe do telejornal desdobrando-se para fazer duas grandes coberturas. Em “Bullies” (episódio 6), Sloan substitui Elliot na apresentação do programa das 22h e se envolve em um conflito ético ao entrevistar uma fonte ao vivo sobre o desastre causado por um terremoto em Fukushima. Ela acaba divulgando uma informação passada de forma sigilosa, colocando em debate a ética jornalística. Um dos grandes episódios da série é “5/1” (episódio 7). No dia do anúncio da morte de Osama Bin Laden, Charlie recebe uma informação anônima que sugere o ocorrido e precisa que a equipe confirme o fato para que possam noticiá-lo ao vivo.

Na reta final da temporada, há dois episódios que contam o desenrolar de uma única história. Assim, em “The blackout part 1” (episódio 8), Charlie investiga as referências de uma fonte da *National Security Agency* (NSA) que quer revelar um

possível furo de reportagem. No mesmo episódio, Will e MacKenzie buscam maneiras de retomar a audiência em queda do telejornal e Sloan critica a falta de cobertura à crise da dívida do país. “The blackout part 2” (episódio 9) traz a negativa de Charlie em usar os dados da fonte secreta após Jim checar os fatos apontados. A equipe organiza um novo formato para os debates da corrida presidencial e um blecaute atrapalha uma importante entrevista.

No último episódio da temporada (“The greater fool”), Will tem sua carreira colocada em risco após uma colunista de tabloide avisar MacKenzie que tem evidências de que ele estava drogado durante uma cobertura ao vivo. Como a prova havia sido obtida de forma ilegal, a situação é contornada. Na última cobertura apresentada ao público, a pauta é a impossibilidade de uma parcela dos eleitores votar após a mudança de uma lei.

3 O MÉTODO

3.1 A narrativa

O homem é um ser narrativo, contar histórias está em sua essência, é a forma como dá sentido à vida e compreende a realidade que o cerca. Segundo Motta (2013, p. 18), o mundo não existe simplesmente, mas é construído a partir da produção de significados: “quando narramos algo, estamos nos produzindo e nos constituindo, construindo nossa moral, nossas leis, nossos costumes, nossos valores, nossas crenças e religiões, nossos mitos pessoais e coletivos, nossas instituições”. Para Eco (1994, p. 16), sempre que estamos em contato com uma narrativa usamos “cada experiência e cada descoberta para aprender mais sobre a vida, sobre o passado e o futuro”. Reuter (2011) acredita em um caráter didático da narrativa. A partir de conhecimentos e observações, o narrador cria personagens e histórias para instruir a audiência. Para Eco (1994), a narrativa tem um caráter consolador. E essa é “a razão pela qual as pessoas contam histórias e têm contado histórias desde o início dos tempos. E sempre foi a função do mito: encontrar uma forma no tumulto da experiência humana” (ECO, 1994, p. 93).

Ao longo da vida, o indivíduo se coloca em diferentes posições perante a narrativa: ora relatamos algo que vivemos ou presenciamos, ora inventamos uma história; ora somos os narradores, ora somos os ouvintes. Por isso, entender a narrativa é compreender nossas próprias vidas. Motta (2013) especifica seis motivos que tornam importante estudar a narrativa: entender quem somos; compreender como criamos representações e apresentações do mundo; esclarecer as diferenças entre representações factuais e fictícias do mundo; perceber que a lógica narrativa serve igualmente para enunciar fenômenos tão diferentes como a literatura ficcional e a historiografia fática; analisar como indivíduos e sociedades comparam e confrontam o excepcional e o habitual a fim de tornar familiar o que antes não era familiar; e, por fim, para melhor contá-las.

O estudo da narrativa pode partir dos mais diferentes formatos: literatura, historiografia, jornalismo, filmes, telenovelas, seriados, publicidade, mídias sociais, conversas informais com amigos e outras infinitas possibilidades. Seja fictícia, seja fática, a narrativa tem sempre uma base comum: relatar fatos a partir da construção de uma sequência que mistura conflitos, ações e personagens para indicar um

significado. Os limites entre o real e o irreal não são claros e as características de um podem estar presentes no outro. A objetividade e a veracidade, mais caras à narrativa factual, são usadas para criar o efeito de real; assim como a subjetividade e os sentimentos próprios da ficção são usados para efeitos de emoção. Para Reuter (2011), essa divisão fica ainda menos clara porque toda história é baseada em algo real e necessita, para ser compreendida, das referências que os receptores trazem de suas vivências. O que diferencia realidade e ficção é o que Motta (2013) chama de “vontade de sentido”. Se a intenção é relatar fielmente um fato, a subjetividade é pretensamente eliminada e prevalece o uso de citações, dados e referências. Já nas narrativas ficcionais, a linguagem prioriza o estímulo à imaginação da audiência. Além das características do texto, há também o contrato social preestabelecido; por exemplo, quando alguém liga a televisão para assistir a uma telenovela ou abre um jornal para ler as notícias já tem um conhecimento prévio de que são narrativas fictícias e fáticas, respectivamente.

Motta (2013) adota a perspectiva de que os eventos narrados não são os fatos em si, mas versões criadas a partir de escolhas. Portanto, narrar não é uma forma ingênua de refletir o mundo, mas um ato comunicativo de argumentação, no qual elementos são projetados de acordo com as intenções e as estratégias do narrador para produzir efeitos de sentido no receptor. Nas palavras de Reuter (2011, p. 128), nenhuma narrativa é neutra, pois

toda palavra e todo enunciado correspondem a uma dupla escolha fundadora: escolha do que é dito, escolha da maneira de dizer. Nesse tocante, toda palavra, todo enunciado e toda narrativa portam valores e intenções que os opõem potencialmente a outras palavras, outros enunciados e outras narrativas. Portanto, o contar é sempre acompanhado de saberes, valores e efeitos.

Essa linha de pensamento segue a mudança de rumo na filosofia que tomou a linguagem como objeto na busca do significado. Assim, a narrativa é a forma da linguagem de organizar a realidade para que ela possa ser compreendida.

Seja fática, seja ficcional, o processo de mediação de conhecimento e experiências é possível pela presença de uma estrutura interna semelhante em todas as formas de narrativa, que consiste em relatar histórias, reais ou irrealis, em uma sucessão coesa de fatos. Para estudar tal lógica, surge uma gramática específica: a narratologia (MOTTA, 2013).

Com raízes na Grécia Antiga, mais precisamente na *Poética* de Aristóteles, a teoria foi desenvolvida mais recentemente a partir de conceitos dos movimentos formalista russo e estruturalista francês. Vladimir I. Propp publicou, em 1928, o livro *Morfologia do conto maravilhoso*, considerado o marco inicial da narratologia moderna ao conferir *status* científico à crítica literária. Em 1966, a revista *Communications* lançou um número especial com artigos de grandes teóricos, como Roland Barthes, Claude Bremond, Umberto Eco, A. J. Greimas, Gerard Genette e Christian Metz, que buscavam uma essência comum a todo discurso narrativo que pudesse ser estudado e analisado. Foi apenas em 1970 que Tzvetan Todorov apresentou o termo narratologia ao se referir à teoria e à análise da narrativa (MOTTA, 2013).

No entanto, se os teóricos supracitados buscavam uma gramática universal para analisar a narrativa como estrutura fechada e autorreferencial, Motta (2013) propõe uma nova narratologia que leve em consideração fatores extralinguísticos para analisar não apenas fatos literários, mas também fatos culturais. Assim, ela seria útil não apenas à teoria literária, mas à história, à antropologia, à comunicação, entre outras áreas, ganhando um caráter multidisciplinar. Para Motta (2013), a narratologia é a teoria e o método que estuda a construção de sentidos nas relações humanas narrativas.

Todos que contam uma história têm uma intenção, um sentido pretendido, e, para alcançá-la, são feitas escolhas na organização textual. Motta (2013, p. 60) apresenta dois tipos de recursos estratégicos observados por Flávio Campos:

os elementos da história (ou do conteúdo): personagens, incidentes, situações. E os elementos da narrativa (ou do discurso ou expressão): o ponto de vista, os *flashbacks* e os sons incidentais, entre outros, que vão estabelecer o ritmo e a extensão da história.

Segundo Reuter (2011, p. 22),

a produção do texto remete às escolhas lexicais, sintáticas, retóricas, estilísticas, por meio das quais a ficção e a narração se realizam: os termos-chave e sua organização, o jogo dos tempos, o modo de designação das personagens, o registro dominante (“elevado” ou próximo do calão, por exemplo), as figuras de estilo...

Ao se analisar a narrativa, são revelados, por meio desses elementos, os efeitos e os significados pretendidos. Motta (2013, p. 61) afirma que a forma como um texto é construído “revela a intenção pragmática do narrador e o uso de recursos

argumentativos com a finalidade de produzir efeitos: seduzir, sensibilizar, cooptar, surpreender, atemorizar ou divertir o seu interlocutor”. Assim, o objetivo da análise deve ser entender as estratégias e as intenções textuais do autor.

No texto, o narrador também sugere à audiência determinada interpretação. Por isso, Motta (2013) considera a narrativa uma coconstrução. Segundo Motta (2010), nenhuma história pode ser contada na íntegra, assim, pode-se pensar o texto como um jogo entre o que está dito e o que deve ser produzido pelo receptor, a partir do sentido indicado pela narrativa. Eco (1994, p. 9) afirma que “todo texto é uma máquina preguiçosa pedindo ao leitor que faça uma parte do seu trabalho. Que problema seria se um texto tivesse de dizer tudo que o receptor deve compreender – não terminaria nunca”. Além disso, a busca de sentido ocorre exterior ao fato, no processo comunicativo, na relação entre interlocutores que negociam ao longo de todo o ato narrativo a produção e a reprodução de símbolos e significados. Isso só é possível a partir de um contrato implícito entre emissor e receptor, que pressupõe, além de um código compartilhado, uma cultura comum.

3.2 A análise da narrativa

A metodologia usada nesta monografia é a análise pragmática da narrativa, proposta por Motta (2013) a partir da combinação de aspectos da narratologia e da fenomenologia. Como visto, a teoria da narrativa é importante para fugir da intuição, elegendo elementos para análise, assim como fez Propp. Fundada por Edmundo Husserl, a fenomenologia busca a substância dos fenômenos, refletindo sobre fatos físicos ou abstratos que se mostram – e não apenas o que aparece ou parece ser (MOTTA, 2013). Segundo Motta (2013, p. 125), “o que interessa não é o fato em si, mas o sentido do fato”. Assim, esse método

possibilita perceber as narrativas em sua essência e em suas relações. O caminho da fenomenologia permite não apenas compreender os ajustes lógicos do discurso narrativo em resposta aos desejos e intenções da situação comunicativa, mas permite também aceder à sua significação integral e ao sentido dessa significação no contexto social e histórico. (MOTTA, 2013, p. 123).

Para o autor, as narrativas possuem três planos de análise: expressão (linguagem e discurso), história (conteúdo) e metanarrativa (tema de fundo). A metodologia aqui descrita apoia-se principalmente no segundo plano. No entanto,

não podemos ignorar os demais, pois são interdependentes. Tal divisão é proposta apenas para fins técnicos da análise da narrativa.

O plano da expressão corresponde à superfície, seja formada por linguagem visual, sonora, verbal ou outra. É nessa instância que estão as escolhas estratégicas para produzir efeitos de sentido, como comover com uma música. O plano da história compreende o significado, a referência à realidade. Nele é possível observar a lógica das intenções presentes na sequência de ações, no encadeamento, no ritmo, na caracterização das personagens, nos conflitos e em outras escolhas do narrador. Por fim, o plano da metanarrativa é mais abstrato, apresentando o motivo geral, um tema que permeia toda a história.

Motta (2013) apresenta alguns procedimentos que facilitam a análise dessas três instâncias:

a) compreender a intriga como síntese: o enredo organiza as partes, unificando a história. Primeiro, o analista precisa desmembrar o objeto para observar cada sequência e cada conexão, cada personagem e cada conflito; perceber a escolha de enquadramentos e a presença de metáforas, ironias, comparações, ênfases, repetições e até a seleção de palavras; notar quais são os pontos de ataque (ações maiores que modificam fundamentalmente a história). Para organizar todos esses elementos, o autor sugere a elaboração de um resumo, a *storyline*;

b) compreender a lógica do paradigma narrativo: buscar as regras e as articulações usadas pelo narrador para entrelaçar os componentes “até compor a totalidade inteligível a fim de obter a resposta emocional do seu interlocutor” (MOTTA, 2013, p. 150);

c) deixar surgir os episódios: a divisão em unidades temáticas, sejam elas existentes na narrativa ou pensadas para a análise, é uma forma de agrupar pequenas sequências de ações relativamente autônomas que se conectam à unidade narrativa;

d) permitir ao conflito dramático se revelar: o conflito é o centro de qualquer história, é em torno dele que a narrativa é construída;

e) personagem – metamorfose de pessoa em *persona*: as personagens só existem no enredo, mas todas representam o ser humano, suas atitudes e seus comportamentos. Na análise pragmática, “é preciso analisar as personagens como

escolhas do projeto dramático de um sujeito narrador que faz opções argumentativas todo o tempo, procurando envolver o destinatário” (MOTTA, 2013, p. 177);

f) as estratégias argumentativas: toda narrativa é pensada para produzir significados segundo as intenções de quem a roteirizou. Portanto, analisá-las é “descobrir os dispositivos retóricos capazes de revelar o uso intencional de recursos linguísticos e extralinguísticos pelo narrador” (MOTTA, 2013, p. 196);

g) permitir às metanarrativas aflorar: toda narrativa possui um conflito mais amplo e profundo que, anterior a ela, faz o elo principal e mais duradouro entre o relato e a realidade.

A trama é o ponto de partida da análise, mas ela é apenas uma referência entre interlocutores. A análise da narrativa busca compreender a relação entre narrador e destinatário, na qual alguém constrói estrategicamente uma narrativa para induzir outra pessoa a interpretar os fatos relatados conforme suas intenções. Assim, segundo Motta (2013, p. 128), a análise pragmática

privilegia o uso da linguagem, especialmente os aspectos de que um estudo puramente gramatical ou linguístico não pode dar conta: noções como emissor (narrador), destinatário (narratários), intenção comunicativa, contexto verbal, reconhecimento das instruções de uso e a situação ou conhecimento de mundo compartilhado, etc.

Este trabalho concentra-se na análise da construção das personagens. Todas as ações de uma narrativa são realizadas por atores, sejam eles imaginados ou reais. Portanto, não há enredo sem personagens. “Ao narrar, alguém está explorando na sua imaginação possíveis desenvolvimentos (reais ou ficcionais) das condutas e comportamentos humanos” (MOTTA, 2013, p. 72). Para essa construção, o narrador imprime marcas no texto para moldar a imagem da personagem na mente da audiência. Essa imagem é criada não apenas no texto do narrador, mas também na interpretação e reconstrução do receptor (MOTTA, 2010). Devido à importância das personagens na composição e na organização da narrativa e, conseqüentemente, na produção de significados, elas serão o foco desta análise.

3.3 O estudo das personagens

As personagens são, segundo Brait (1985), o vínculo afetivo e intelectual da narrativa com o público, possibilitado por meio de mecanismos de identificação,

projeção e transferência. Elas são o enredo, é a partir de suas ações que a narrativa toma forma e a história acontece. As ferramentas para a construção da personagem trabalham com referências ao real, mas sem fazer uma simples cópia. Assim como na construção da narrativa, a caracterização da personagem é uma interpretação do real, uma versão entre tantas outras possíveis. Em todas as histórias, inclusive as fáticas, como biografias e reportagens, as figuras são criações, e não pessoas reais. A fidelidade à realidade é necessária. Porém, muitos outros elementos podem e devem estar presentes. “A construção de personagens é um trabalho criador, em que a memória, a observação e a imaginação se combinam em graus variáveis” (CANDIDO, 2011, p. 74).

Aristóteles (2004) propõe algumas questões importantes para pensarmos a semelhança das personagens com as pessoas. Com base na ideia de mimesis, o ser projetado na narrativa é, ao mesmo tempo, um reflexo do ser humano e uma construção segundo leis específicas que regem a ficção. “A função do poeta não é contar o que aconteceu, mas aquilo que poderia acontecer, o que é possível, de acordo com o princípio da verossimilhança e da necessidade” (ARISTÓTELES, 2004, p. 54).

Assim, a verossimilhança interna da obra é mais importante do que a realidade exterior. Segundo Forster (1969, p. 48), “um romance é uma obra de arte, com suas próprias leis, que não são as da vida diária, e uma personagem dum romance é real quando vive de acordo com tais leis”. Nesse sentido, Candido (2011) aponta que, se há organização e coerência, o público aceita, inclusive, fatos irreais. Tal afirmação é confirmada ao se observar o sucesso de obras literárias e audiovisuais com temáticas fantásticas e mágicas. Os autores acreditam que o aspecto mais importante para o estudo de uma história é a análise de sua composição, e não sua comparação com o mundo real. Sobre isso, Eco (1994) refere que apesar de nossas experiências no mundo real indicarem que algumas coisas não existem, aceitamos um acordo ficcional que nos leva a um mundo no qual podem existir, ou seja, são possíveis.

Motta (2013) relembra que, na análise pragmática, é necessário pensar a personagem como parte do projeto dramático do narrador, ou seja, como uma escolha intencional e premeditada para envolver o destinatário e causar determinadas reações nele. O narrador é responsável por “tudo o que se passa *na* personagem e *com* a personagem. Ela não é vista como produto das demandas

internas da narrativa apenas, mas como criada por vontade de um narrador em função de sua estratégia narrativa” (MOTTA, 2013, p. 177). Por isso, ao se analisar a construção de uma personagem, é necessário observar os motivos que levaram a escolha de suas características e ações.

O texto é o único caminho para detectar os elementos, as artimanhas e os estratagemas utilizados na caracterização das personagens, que são “seres de papel” (BRAIT, 1985) e que, segundo Motta (2013, p. 192), “não existem fora do discurso: só existem enquanto construção e demanda da estrutura da intriga”.

Por ser um ser ficcional, composição que depende e não existe fora das narrativas, a personagem não tem segredos. Diferentemente das relações reais, o receptor a compreende completamente, pois todas as informações importantes à narrativa são selecionadas e apresentadas pelo criador (CANDIDO, 2011). Por isso, ela parece mais lógica e definida que as pessoas que nos cercam no mundo real. Esse ser, que Forster (1969, p. 43) chama de *Homo Fictus*

geralmente nasce, é capaz de morrer, requer pouco alimento ou sono, está incansavelmente ocupado com relações humanas, e – o mais importante – podemos saber mais sobre ele do que sobre qualquer um de nossos semelhantes, porque seu criador e narrador é um só.

3.3.1 A classificação das personagens

A técnica do romance e o estudo de personagens propõem diversas categorias para pensar e analisar os seres ficcionais. Bourneuf e Ouellet (1976) sugerem uma classificação por função, na qual a personagem pode exercer apenas uma, várias simultaneamente ou mudar ao longo da trama. “Uma multidão de combinações possíveis fará nascer uma infinidade de situações diferentes, consoante certas forças coabitarem numa mesma personagem ou passarem para outra” (BOURNEUF; OUELLET, 1976, p. 218). Para eles, a divisão se dá entre:

a) elemento decorativo: inútil à ação e insignificante psicologicamente; pode ser fundamental em uma cena específica;

b) agente da ação: participa das situações de perseguição, aliança ou confronto;

c) porta-voz do autor: representante do criador, expressão muitas vezes invisível de suas observações e virtualidades, sem cair na biografia. Os autores

referem que “poucas obras significativas encontraríamos desprovidas de teses implícitas ou explícitas” (BOURNEUF; OUELLET, 1976, p. 233).

Brait (1985) e Bourneuf e Ouellet (1976) apontam a subdivisão da personagem agente da ação, organizada por Souriau e Propp, em seis categorias:

a) condutor da ação (protagonista): personagem que dá o primeiro impulso à ação; representa a força temática – pode nascer de um desejo, de uma necessidade ou de uma carência;

b) oponente (antagonista): personagem que possibilita a existência do conflito; força oposta que tenta impedir a força temática de se deslocar;

c) objeto desejado: força de atração, fim visado, objeto de temor ou carência; elemento que representa o valor a ser atingido;

d) destinatário: personagem beneficiária da ação; aquela que obtém o objeto desejado e que não é necessariamente a condutora da ação;

e) adjuvante: personagem auxiliar; ajuda ou impulsiona uma das outras forças a alcançar seus fins;

f) árbitro ou juiz (destinador): personagem que tem influência no destino do objeto, intervindo em ações de conflito a fim de chegar a uma resolução.

Brait (1985) traz também a divisão de Philippe Hamon em três tipos de personagem:

a) referenciais: com sentido pleno e fixo, está imobilizada por uma cultura;

b) *embrayeurs*: têm sentido na conexão com outros elementos da narrativa;

c) anáforas: são apreendidas pelo contexto da obra.

Candido (2011) apresentam a classificação das personagens a partir da relação com a realidade, proposta por François Mauriac:

a) disfarce leve: personagens criadas a partir de um desprendimento leve do autor em relação ao real;

b) cópia fiel: não são criações, mas reproduções de pessoas reais;

c) inventada: a realidade é usada como base para a construção de personagens imaginadas.

Forster (1969) divide as personagens em “planas” e “redondas”:

a) personagens planas: são estáticas, construídas ao redor de apenas uma ideia ou qualidade. Com apenas um objetivo na trama, nada pode afastá-las disso e, desse modo, não evoluem ao longo da narrativa;

b) personagens redondas: combinam várias características e elementos, são complexas e existem em diferentes contextos, além de serem dinâmicas e surpreenderem o público. Em geral, são centrais no enredo.

O pensamento de Forster (1969) é compartilhado com Johnson (apud CANDIDO, 2011), apenas com nomenclaturas diferentes. O que o primeiro chama de “personagem redonda”, o segundo denomina “personagem de natureza”. Da mesma forma, “personagem plana” equivale à “personagem de costume”.

O romancista “de costumes” vê o homem pelo seu comportamento em sociedade, pelo tecido das suas relações e pela visão normal que temos do próximo. Já o romancista “de natureza” o vê à luz da sua existência profunda, que não se patenteia à observação corrente, nem se explica pelo mecanismo das relações. (CANDIDO, 2011, p. 62).

A narrativa é um dos meios para se observar as estratégias do narrador na construção das personagens. Ao mesmo tempo, os seres criados são sintomas dos sentidos pretendidos pelo autor. Assim, “originada ou não da observação, baseada mais ou menos na realidade”, a vida dos seres fictícios depende de sua relação com os demais elementos da trama: outras personagens, ambientes, tempo, ideologias, etc. (CANDIDO, 2011, p. 75). Brait (1985) afirma que a personagem está completamente vinculada à linguagem narrativa. A obra deve ser “encarada como a soma de todos os recursos nela empregados, como um sistema de signos organizados de modo a imprimir a conformação e a significação dessa obra” (BRAIT, 1985, p. 43).

4. OS JORNALISTAS E O JORNALISMO EM *THE NEWSROOM*

Com estreia em 24 de junho de 2012, a série televisiva *The Newsroom* narra as atividades da redação do telejornal fictício *News Night*, apresentado no horário nobre norte-americano pelo canal também fictício *Atlantis Cable News* (ACN). Criado e escrito pelo aclamado roteirista Aaron Sorkin,¹⁰ o drama político foi encerrado em dezembro de 2014 em sua terceira temporada. Ao todo, 25 episódios foram exibidos pela emissora de canal fechado HBO. Neste trabalho, serão analisados os 10 episódios que correspondem à primeira temporada, totalizando 586 minutos de ficção audiovisual, focando na construção das personagens jornalistas e na representação desse grupo profissional.

4.1 Personagens jornalistas

The Newsroom traz uma perspectiva diferente ao focalizar a história nos bastidores da notícia e, assim, fugir do estereótipo de jornalista repórter. A maioria das personagens é constituída por produtores, que aparecem em reuniões de pauta, apurando informações e buscando entrevistados. O repórter, que normalmente é o foco das representações de jornalistas na ficção, aparece na série apenas em contato com o apresentador do *News Night*, em curtas sequências, durante as cenas nas quais o telejornal está no ar.

Na primeira temporada são apresentados cerca de 20 personagens jornalistas com alguma fala de destaque ou relevância para a narrativa. Alguns têm mais importância na trama, sejam *protagonistas*, *adjuvantes* ou *antagonistas*, eles são os “*agentes da ação*”; outros aparecem apenas como *elementos decorativos* que, apesar de não acrescentarem muitos significados ao enredo, podem ser importantes em cenas e sequências específicas (BOURNEUF; OUELLET, 1976).

Por serem fundamentais para a existência de todas as ações e conflitos que dão forma ao enredo, protagonistas e adjuvantes da série são personagens *anáforas*, segundo a classificação de Hamon (apud BRAIT, 1985). Cada uma delas tem uma história diretamente relacionada à trama principal, sem precisar, necessariamente, apoiar-se em outras personagens para existir. Por sua vez, as personagens que são

¹⁰ Aaron Sorkin é um roteirista, produtor e dramaturgo norte-americano. Aclamado pela crítica, ele já ganhou diversos prêmios por seus trabalhos na televisão e no cinema.

elementos decorativos e, no caso específico de *The Newsroom*, também os jornalistas antagonistas, não têm atitudes próprias e sempre aparecem ligadas a ações e atitudes de outras personagens, sendo, assim, classificadas como *embrayeurs*.

Forster (1969) sugere que as personagens centrais no enredo sempre são redondas. Em *The Newsroom* isso não é diferente. Assim, os oito principais jornalistas são construídos a partir de uma combinação de ideias e características, evoluindo ao longo da trama e sendo capazes de surpreender o público. Os demais profissionais são personagens planas, criadas a partir de uma única função ou característica que as torna estáticas, com ações e atitudes limitadas.

Após percebermos uma divisão constante entre a construção das personagens principais e a dos elementos decorativos na primeira temporada de *The Newsroom*, na qual vemos um trabalho mais complexo e detalhado nas primeiras em relação às outras, é importante notar que há uma convergência entre as personagens desta obra ficcional. Segundo a classificação por relação com a realidade proposta por Mauriac (apud CANDIDO, 2011), todas as personagens são inventadas, pois, apesar de inspiradas em características humanas reais, elas não têm referência direta a nenhuma pessoa específica. Portanto, não são simples cópias, mas construções narrativas que combinam elementos trazidos da realidade com aspectos originados da produção criativa do autor.

Toda a equipe de *News Night* é construída a partir de características nobres: são pessoas cultas, informadas e atualizadas que, apesar dos erros e defeitos humanos, sempre buscam o bem do público por meio de notícias e fontes importantes. Os jornalistas de outros programas e emissoras são, por sua vez, caracterizados como mesquinhos, fofoqueiros, preocupados unicamente com seus interesses pessoais, índices de audiência e furos de reportagem.

O Quadro 1 apresenta a relação de cada jornalista e sua construção como personagem.

Quadro 1 – Jornalistas em *The Newsroom* e sua construção como personagem

NOME	PAPEL	Nº DE EPISÓDIOS	CLASSIFICAÇÃO
Will McAvoy	Âncora e editor	10	Redonda, protagonista, anáfora, inventada.
Mackenzie McHale	Produtora executiva	10	Redonda, protagonista, anáfora, inventada.
Charlie Skinner	Diretor de jornalismo	10	Redonda, protagonista, anáfora, inventada.
Jim Harper	Produtor sênior	10	Redonda, adjuvante, anáfora, inventada.
Margaret Jordan	Produtora associada	10	Redonda, adjuvante, anáfora, inventada.
Don Keefer	Produtor executivo	10	Redonda, adjuvante/antagonista, anáfora, inventada.
Neal Sapat	Redator de <i>blog</i>	10	Redonda, adjuvante, anáfora, inventada.
Sloan Sabith	Comentarista de economia	10	Redonda, adjuvante, anáfora, inventada.
Elliot Hirsch	Âncora	4	Redonda, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.
Tess Westin	Produtora associada	6	Plana, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.

Gary Cooper	Produtor associado	10	Plana, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.
Tamara Hart	Produtora associada	5	Plana, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.
Martin Stallworth	Produtor associado	6	Plana, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.
Kendra James	Produtora associada	6	Plana, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.
Kahlid Salim	Repórter <i>freelancer</i>	1	Plana, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.
Nina Howard	Repórter de tabloide	3	Plana, antagonista, <i>embrayeur</i> , inventada.
Tony Hart	Apresentador <i>ACN Morning</i>	1	Plana, antagonista, <i>embrayeur</i> , inventada.
Maria Guerrero	Apresentadora <i>ACN Morning</i>	1	Plana, antagonista, <i>embrayeur</i> , inventada.
Nancy Grace	Âncora concorrente	1	Plana, antagonista, <i>embrayeur</i> , inventada.
Brian Brenner	Repórter	2	Plana, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.
Jane Barrow	Âncora em Washington	1	Plana, elemento decorativo, <i>embrayeur</i> , inventada.

Fonte: elaborado pela autora.

4.1.1 Construção das personagens

Will McAvoy e MacKenzie McHale são apresentados como os protagonistas. São eles que, desde o primeiro episódio, fazem o conflito e o enredo acontecerem. Isso vale não apenas para o plano da história, em que ocorrem as ações corriqueiras responsáveis pelo realismo da série, mas também para o plano metanarrativo, responsável pelos motivos que permeiam toda a trama (MOTTA, 2013). Eles estão presentes em todas as ações, desde as cenas iniciais, que apresentam o mote do argumento do seriado, até os momentos em que são a influência para que os adjuvantes ajam de determinada maneira.

Conhecemos o âncora Will McAvoy na primeira cena, na qual se desenrola uma discussão entre dois participantes de um debate em um evento da Escola de Jornalismo da Universidade Northwestern. Will é o terceiro convidado, mas aparece em silêncio, parecendo sentir-se desconfortável em estar ali. Em todos os momentos em que o mediador interage diretamente com o âncora, Will responde de forma engraçada e irônica, sem apresentar uma opinião forte ou acrescentar alguma questão importante ao debate. Quando ele é forçado a responder a uma pergunta de modo mais complexo e elaborado, perde o controle e acaba parecendo arrogante. No entanto, sua resposta demonstra seu conhecimento, informação e preparo ao apresentar diversas estatísticas, fatos e argumentos que comprovam sua opinião. Enquanto na primeira parte da resposta Will se descontrola e ataca a todos com frases duras, na segunda parte ele se mantém calmo e parece decepcionado, mostrando-se nostálgico quanto ao passado dos Estados Unidos e do jornalismo.

ESTUDANTE: Podem dizer por que os Estados Unidos é o melhor país do mundo?

WILL: Não é o melhor país do mundo. Essa é a minha resposta. [...] Você vai dizer que os Estados Unidos são um país tão fantástico que somos os únicos no mundo que tem liberdade? [Em referência à resposta de outro convidado.] O Canadá tem liberdade. O Japão tem liberdade. O Reino Unido, a França, a Itália, a Alemanha, a Espanha, a Austrália, a Bélgica têm liberdade. Há 207 Estados soberanos no mundo e uns 180 deles têm liberdade. E você, garota da irmandade, caso você entre em uma cabine de votação, há algumas coisas que você precisa saber e uma é que não há absolutamente nenhuma evidência que apoie a declaração de que somos o melhor país do mundo. Somos 7º em alfabetização, 27º em matemática, 22º em ciências, 49º em expectativa de vida, 178º em mortalidade infantil, 3º em renda média familiar, 4º em força de trabalho, 4º em exportações. Nós lideramos o mundo em apenas três categorias: número de cidadãos na cadeia *per capita*, número de adultos que creem que anjos são reais e gastos de defesa, em que gastamos mais que os 26 países seguintes combinados, 25 dos quais são aliados. Nada disso é culpa de uma

universitária de 20 anos, mas você é, sem dúvida, membro da pior geração que já existiu. Então, quando nos pergunta o que nos faz o melhor país do mundo, eu não sei do que você está falando. Nós com certeza costumávamos ser. Defendíamos o que era certo. Lutávamos por razões morais, criávamos e acabávamos com leis pela moral. Fizemos guerra contra a pobreza e não contra pessoas pobres. Nos sacrificamos. Nos preocupávamos com vizinhos. Botávamos dinheiro no que acreditávamos, não nos vangloriávamos. Construimos coisas grandiosas, avanços tecnológicos fantásticos, exploramos o universo, curamos doenças e cultivamos os maiores artistas do mundo e a maior economia do mundo. Chegamos às estrelas, agimos como homens. Aspirávamos à inteligência e não a menosprezávamos. Não fazia sentirmo-nos inferiores. Não nos identificávamos com quem havíamos votado na eleição anterior. Não nos amedrontávamos tanto. Podíamos ser e fazer tudo isso porque fomos informados por grandes homens que eram reverenciados. O primeiro passo para resolver qualquer problema é reconhecer que ele existe. Os Estados Unidos não é mais o melhor país do mundo. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 1).

O discurso de Will deixa a plateia em choque e viraliza na internet, pois todos estavam acostumados com uma postura neutra do âncora. O conflito interno apresentado nessa sequência deixa claro que ele está dividido entre a vontade de revelar suas opiniões, produzindo jornalismo relevante, e o interesse em manter altos os índices de audiência e sua aprovação pública.

Antes mesmo de ver a produtora executiva MacKenzie McHale em cena, uma percepção sobre ela começa a ser formada a partir da explicação de Charlie sobre o que o motivou a contratá-la. O diretor de jornalismo fala dela com respeito e admiração, mas também com um tom fraternal.

CHARLIE: Escolha dez pessoas quaisquer e oito dirão que ela é a melhor produtora executiva do ramo, e as outras duas serão estúpidas. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 1).

MacKenzie é retratada ao longo dos 10 episódios como a grande heroína da série. Além de competente, ela tem certeza sobre seus princípios e objetivos, não se deixando abalar por pessimismo, opiniões contrárias ou adversidades. É a personagem com a visão mais idealizada e romântica sobre o jornalismo, o que fica explícito logo na primeira conversa entre ela e Will, quando há um conflito entre as diferentes visões dos protagonistas.

MACKENZIE: Você está ficando fora de controle.

WILL: Não estou.

MACKENZIE: Você está assustado porque vai perder audiência e faria qualquer coisa para recuperá-la. Está a um passo de fazer o noticiário em 3 D.

WILL: Isso não é teatro gratuito. É televisão mantida por anunciantes. Sabe disso?

MACKENZIE: Eu prefiro apresentar bem para 100 pessoas do que mal para um milhão.
 WILL: Do que está falando agora?
 MACKENZIE: Vim aqui produzir um noticiário mais próximo daqueles que fazíamos antes de você ficar popular por não incomodar ninguém, Leno. [...] Eu vim aqui pegar o seu QI e talento para colocar em uso patriótico. E onde diz que bom noticiário não pode ser popular?
 WILL: Avaliações de Nielsen.
 MACKENZIE: Faremos um bom noticiário e o tornaremos popular ao mesmo tempo.
 WILL: Isso é impossível
 MACKENZIE: Com seu cérebro, charme, afabilidade e minha...
 WILL: Recusa em viver na realidade.
 MACKENZIE: ...especialização em produzi-lo. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 1).

Ainda que os principais antagonistas de *The Newsroom* não sejam jornalistas, são os empresários da diretoria da emissora que estão sempre cobrando melhores índices de audiência e conteúdo menos controverso, há algumas personagens jornalistas construídas a partir de características questionáveis ou que agem em determinadas sequências de maneira contrária à idealizada como correta para a profissão. Elas são úteis à narrativa não apenas para criar o conflito necessário para que a história exista, mas também para ajudar na construção da imagem de herói dos protagonistas e seus adjuvantes a partir da comparação e da contradição. É o caso de Nina Howard e até de Don Keefer em algumas cenas, principalmente nos primeiros episódios.

A primeira aparição de Nina Howard (episódio 4) já a coloca no papel de antagonista a partir de um diálogo entre a repórter e Will McAvoy.

NINA: Eu e você fazemos o mesmo para viver.
 WILL: Isso é loucura, Nina. Eu tento expor a verdade sobre assuntos que são de importância nacional.
 NINA: Bem, eu tento expor a verdade sobre o fato de Brittany ter tido uma filha na adolescência que deve ter dez anos agora e é criada pela avó.
 WILL: Por que isso tem importância para alguém além de Brittany?
 NINA: Não é importante para ninguém. É entretenimento.
 WILL: Ok. A questão é que não deveria ser.
 NINA: É mesmo?
 WILL: Claro que sim. Você sabe disso. Você sabe o que é certo e o que é errado.
 NINA: Todos dizem que você é assim.
 WILL: Você pode fazer parte da mudança. Não precisa escrever fofoca.
 NINA: Eu trabalho para uma revista de fofoca.
 WILL: A vida real das pessoas não deveria ser usada para diversão. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 4).

Apesar de não se encaixar no papel de antagonista durante toda a temporada, Don é apresentado como uma personagem antipática no primeiro episódio. O produtor executivo ignora uma sugestão de pauta que Jim vê no alerta de notícias

porque sua classificação ainda está como baixa importância. O produtor sênior não fica satisfeito e começa a investigar, obtendo mais informações com duas fontes confiáveis. A equipe acaba se envolvendo, mas Don segue cético.

DON: Sinto muito, cara. Me diga quem você é.

JIM: Sou Jim Harper. Posso ser ou não o produtor sênior aqui.

DON: Certo, não importa. O que for, só começa em duas semanas. Então ainda está na minha redação e está agindo de uma maneira que me incomoda. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 1).

Com o avanço da apuração, Don passa a ter uma imagem de incompetente, ancorada também no fato de os espectadores já terem conhecimento prévio sobre a importância da notícia que está em debate: o vazamento de óleo no Golfo do México. Em contrapartida, Jim é caracterizado como um jornalista sempre atento e em busca de notícias relevantes. Ao apresentar as informações a MacKenzie, Will e Charlie, Don tenta dissuadi-los da reportagem pensada por Jim, alegando que, caso estejam errados, o currículo do âncora do *News Night* ficará manchado para sempre.

Um olhar cúmplice entre Will e Charlie é a resposta: o alto escalão resolve derrubar as notícias que estavam prontas para investir todos os 60 minutos do telejornal sobre a explosão e o vazamento. Will libera toda a equipe, que seguirá para o programa das 22h, inclusive Don, e entrega a produção para MacKenzie.

DON: Espere. Você vai ficar com ela no programa?

WILL: Sim.

DON: Não faça isso, Will.

WILL: Eu ofereci a ela o contrato mais humilhante desde que Antonio conseguiu um empréstimo de Shylock. Ela aceitou. Eu não sei o que é, mas eu gosto.

DON: Cobrirão uma matéria ambiental por uma hora e não vão esperar um vídeo de um pelicano coberto por óleo?

WILL: Não é apenas uma matéria ambiental. Para onde eu olho, pessoas fantasiadas reclamam do governo.

DON: Qual a sua posição?

WILL: Que as pessoas deveriam saber do que elas estão reclamando.

DON: Quer ir à TV e dizer que esse poço não teria explodido com mais controle do governo?

WILL: Dou a você meu próximo contracheque se um departamento não tiver tido cortes ou uma indústria tiver sido desregulada. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 1).

Começa a correria característica de uma sala de redação, com muito vai e vem de pessoas e muitos telefonemas para apurar informações, buscar fontes e declarações necessárias para montar o telejornal. Don recusa-se a sair da redação e continua a ser apresentado como um entrave para a apuração, até perceber o seu erro e começar a ajudar na produção do programa.

Personagens que não aparecem com frequência também têm papel de antagonistas: os apresentadores do programa matutino de variedades, Tony Hart e Maria Guerrero, que reportam fofocas e histórias sensacionalistas (episódio 5); a âncora da emissora ACN em Washington, Jane Barrow, que discutiu com MacKenzie durante a cobertura da morte de Osama Bin Laden por querer anunciar o furo antes da dupla confirmação e autorização de Charlie (episódio 7); e a âncora da emissora concorrente, Nancy Grace, que está a frente de um programa noturno, assim como o *News Night*, mas com apelo sensacionalista e dramático (episódio 8).

Como sugeriram Bourneuf e Ouellet (1976) e Forster (1969), são raras as personagens importantes à trama que não possuem uma combinação de funções ou composição de características que as tornam mais complexas. Assim, os jornalistas principais de *The Newsroom* são personagens redondas, segundo a classificação de Forster (1969). O que caracteriza esse tipo de personagem é sua complexidade, não havendo apenas uma ideia ou qualidade que a determine. Pelo contrário, são dinâmicas e imprevisíveis, além de existirem em diferentes contextos. No emaranhado de elementos que formam o argumento, essas personagens também podem ser consideradas anáforas, ou seja, só podem ser apreendidas na rede de relações formada pela história (HAMON apud BRAIT, 1985). Como não têm apenas um objetivo, essas personagens vão se apresentando aos poucos, revelando aspectos novos a cada sequência, mudando de ideia, evoluindo e podendo até serem contraditórias, pois, ainda que sejam inventadas, existe uma relação com a realidade que serve como base para a construção do seu caráter e organização de suas ações (MAURIAC apud CANDIDO, 2011).

A sensação de proximidade com a realidade é sustentada pela representação de características reais pelas personagens. Em seu livro sobre o formato seriado de televisão, Jost (2012) afirma que há uma tendência de não mais apresentar o herói como um ser superior ao público, mas de aproximá-lo aos indivíduos e aos ambientes reais. Essa humanização aproxima o telespectador das personagens e da história.

A partir do momento em que os heróis não são mais monólitos inalteráveis, a vida privada pode interferir sobre o seu cotidiano no trabalho, e eles podem ser dotados de traços não somente diferentes, mas contraditórios, como nós. Esse modo mimético baixo, que se identifica rapidamente com o realismo, permite que cada um de nós se reconheça neste ou naquele personagem e que imagine suas relações à imagem de nossa família. (JOST, 2012, p. 38).

No entanto, em *The Newsroom*, há também uma relação dos heróis com o modo mimético alto, porque, apesar de os protagonistas terem falhas e conflitos humanos, eles também têm o que Jost (2012) chama de “qualidades raras”. No caso desses profissionais, essa qualidade é uma adesão integral à cultura jornalística visando o bem público a partir de um conhecimento especializado e acima da média. Traquina (2004) vincula a construção da identidade profissional jornalística a crenças, mitos, valores, símbolos e representações carregadas de significados que são responsáveis pela determinação de estereótipos bem definidos de bons e maus profissionais.

Travancas (1993, p. 14) confere duas imagens estabelecidas pela sociedade ao jornalista: herói e bandido. Para a autora, o perfil do profissional oscila entre “alguém que tem poder e prestígio ou é tido como um marginal ou mesmo um elemento perigoso”. A ideia de um confronto de estereótipos é partilhada por Berger (2002, p. 17): “perseguindo criminosos ou manipulando fatos, ele está ali, imprimindo sua marca – de investigador, de aventureiro, de destemido e solitário lutador –, correndo riscos para realizar sua profissão/missão”. Para Traquina (2008), ao longo da evolução do jornalismo nos séculos XIX e XX, a narrativa mitológica colocou os jornalistas na função de servidores do público que, antes de tudo, estão em busca da verdade, ou, ainda, “no papel mesmo de herói do sistema democrático” (TRAQUINA, 2008, p. 51). Simultaneamente, foram criados os antagonistas que incluem o “demagogo político”, o “burocrata conivente” e, acima dos demais, o “barão da imprensa” (TRAQUINA, 2008, p. 24).

A combinação de herói e humano pode ser claramente identificada em duas sequências do seriado. No episódio 7, uma cobertura importante surge em meio à folga da equipe do *News Night*. Todos estão reunidos em uma festa e precisam voltar à redação para trabalhar em um pronunciamento do presidente dos Estados Unidos. Will McAvoy está drogado, mas não aceita ser substituído. Ao longo de toda a noite, na festa e durante a apuração e checagem dos fatos, o âncora age e fala de forma estranha, enrolando palavras e dizendo frases sem sentido, mas, ao sentar na bancada em frente às câmeras, sai-se bem e não comete nenhum erro.

No episódio 5, Elliot está no Egito para cobrir os protestos contra o governo em exercício. No entanto, ele precisa fazer a cobertura do seu quarto de hotel para evitar a violência contra repórteres norte-americanos e explica isso no ar:

ELLIOT: Não posso dizer onde estamos para a nossa própria segurança. Com frequência vemos jornalistas sendo atacados. Queríamos mostrar, em vez desta imagem estranha de mim sentado no chão em um local misterioso com pouca luz, imagens ao vivo do que está acontecendo na Praça Tahrir, mas não podemos fazer isso, porque nossas câmeras foram desligadas.

WILL: Você quer dizer fisicamente, Elliot?

ELLIOT: Por meio de ameaças e intimidações e também de ataques físicos. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 5).

Mesmo sabendo dos riscos, o jornalista vai para a rua em busca de material e é atacado com uma pedra, fraturando duas costelas, o braço e ficando com vários hematomas e cortes pelo corpo. Ao saber do seu estado, Don desabafa com Will sobre se sentir culpado:

DON: Eu mandei Elliot para lá. Eu o provoquei a ir para a rua e bateram nele com uma pedra. Ele foi lá porque eu mandei.

WILL: Eu sei. Todos sabem. Estamos todos com inveja. Queríamos estar com os hematomas no rosto. Você não deu uma ordem a ele e sim permissão. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 5).

4.2 O jornalismo

Para analisar a representação do jornalista na narrativa de Aaron Sorkin, escolhemos elementos que apareceram com maior frequência no roteiro. São eles: **Jornalismo como profissão 24/7**, demonstrando como os profissionais dedicam-se quase exclusivamente para atender a demanda constante de produzir notícias sempre atualizadas e no menor período de tempo; **Jornalismo como quarto poder**, que demonstra a visão idealizada de uma profissão que, acima de tudo, busca a verdade e serve à sociedade democrática e aos cidadãos; **Jornalismo: entre o mercado e o interesse público**, que apresenta os conflitos entre a tentativa de se fazer notícias sérias e relevantes em um contexto mercadológico que prioriza a audiência; e, por fim, **Jornalismo: profissão glamourizada**, que traz as características que aproximam os jornalistas, principalmente os de televisão, a celebridades. As categorias são analisadas por meio de falas transcritas da série, na maioria das vezes envolvendo as personagens protagonistas MacKenzie McHale e Will McAvoy.

4.2.1 Jornalismo como profissão 24/7

Em *The Newsroom*, é possível observar, em diversas sequências, a dedicação total, quase exclusiva, do jornalista ao trabalho. Como aponta Travancas (1993), o ser jornalista é a função principal em suas vidas, impactando todas as outras esferas e papéis. A percepção é compartilhada por Traquina (2008, p. 53), que afirma:

O jornalista casa-se com a profissão; o jornalismo exige dedicação total; o jornalista trabalha 24 horas por dia. Ainda mais, o jornalismo exerce-se sempre em clima de urgência; o jornalista não tem tempo: não pode jantar em paz; não tem tempo para lua de mel, tem sempre de deixar um número para contato.

A primeira cena do segundo episódio mostra Will em seu apartamento, estudando materiais enquanto quatro televisores estão ligados em diferentes canais de notícias. É também em seu apartamento que acompanhamos noites em claro, nas quais o âncora redige o editorial de desculpas, seguidas por encontros em finais de semana e horários alternativos ao turno do telejornal com outros membros da equipe do *News Night* para revisar e editar o texto. A entrega profissional é indicada diretamente na primeira reunião entre Will e Charlie antes de começarem a investigar o *Tea Party*, quando o âncora aparece com feições cansadas, tomando café e falando freneticamente sobre o assunto que passou a madrugada pesquisando.

CHARLIE: Você dormiu?

WILL: Acordei às duas horas da manhã e estudei os dados da eleição do Senado Republicano nas primárias de Utah. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 2).

A dinâmica do jornalismo e as longas e irregulares horas de trabalho exigem tamanha dedicação que se torna difícil separar a vida profissional da vida privada. A família e os amigos ficam em segundo plano devido às horas extras para desenvolver boas reportagens e aos plantões em feriados e fins de semana. No episódio 5, Jim fica tão envolvido com os problemas da redação que se esquece de encontrar sua namorada para o jantar de Dia dos Namorados que o casal havia combinado. Em outra cena, vemos Maggie e Don em casa, deitados na cama, cada um com seu *laptop* e *smartphone*, acompanhando as notícias de portais *on-line* e buscando pautas relevantes, ainda que o expediente esteja claramente encerrado. No mesmo episódio, ocorre a festa de *réveillon* da redação. Enquanto todos se divertem e conversam, Jim está trabalhando na reavaliação de histórias que não foram

reportadas ou que receberam pouca atenção ao longo do ano. Após o jornal ir ao ar, no episódio 8, Jim e Neal vão a um bar aproveitar a sexta-feira, mas acabam discutindo e treinando perguntas e respostas para um debate.

No episódio 7, a equipe está reunida no apartamento de Will para comemorar o primeiro aniversário do *News Night 2.0*, quando todos recebem um e-mail da assessoria de imprensa da Casa Branca avisando que haveria um pronunciamento do presidente em três horas. Os jornalistas voltam correndo à redação e começam a trabalhar em cima das informações, tentando antecipar o assunto. Esse é outro fator sempre presente na vida do jornalista: as *breaking news*. São notícias que acontecem sem planejamento, quebrando a organização e a rotina da redação, como vemos representadas na explosão da plataforma e vazamento de óleo no primeiro episódio, na captura e morte de Osama Bin Laden no sétimo e no tiroteio que fere gravemente uma congressista no quarto episódio. Este último ocorre em um sábado de manhã, quando a equipe está reunida para debater uma pauta, enquanto Will, MacKenzie, Don e Charlie estão em outra reunião para resolver uma crise. Um alerta de notícia recebido por Maggie enquanto cobre o plantão faz todos assumirem seus postos de trabalho para fazer a cobertura ao vivo.

Barbosa (2013) e Figueirêdo (2014) destacam um elemento empregado por Sorkin que ajuda a criar o ambiente dinâmico e caótico das redações, a técnica de roteiro chamada "*walk and talk*", que consiste em diálogos rápidos nos quais várias personagens se envolvem em uma conversa enquanto andam. As cenas de produção do noticiário também trazem elementos que contribuem para essa construção: a gritaria, as ligações, os gestos e as trocas rápidas de atividades demonstram como os jornalistas precisam estar preparados para realizar diversas tarefas simultaneamente, no menor tempo possível e de forma bem-sucedida. Segundo Traquina (2008), a competência de um jornalista está, além dos conhecimentos apropriados, na capacidade de dominar o tempo ao invés de ser dominado por ele.

4.2.2 Jornalismo como quarto poder

Com a profissionalização do jornalismo no século XX, surgiram valores e técnicas que seguem vinculados à profissão até hoje, como a procura da verdade, a independência, a objetividade e a noção de serviço público, todos permeados por um

código deontológico (TRAQUINA, 2004). Assim, surge a cultura profissional jornalística, que, apesar de estar sempre em constante transformação, principalmente com a notícia sendo vista como mercadoria, guarda até hoje muitas relações com ideias primárias como “quarto poder” e “guardiã da democracia”. No primeiro episódio, quando MacKenzie está tentando convencer Will a apostar em uma mudança de rumo para o *News Night*, ela evoca esses princípios idealizados da função social jornalística.

MACKENZIE: Não há nada mais importante em uma democracia do que um eleitorado bem informado. [...] Quando não há informação ou há informação errada, pode levar a decisões calamitosas e obstruir tentativas de debate. Por isso, eu trabalho no ramo.

[...]

WILL: E o que é vencer para você?

MACKENZIE: Defender o quarto poder, defender o jornalismo como uma profissão honrada, um jornal noturno que informe um debate digno de uma grande nação, civilidade, respeito e retorno ao que importa, a morte da fofoca e da espionagem, falando a verdade aos tolos, sem um alvo demográfico, um lugar em que possamos nos encontrar. Estamos chegando a um impasse. Eu sei que você sabe disso. Haverá um grande debate. O governo é um instrumento do bem ou é cada um por si? Haverá algo maior que queremos alcançar ou o interesse próprio é nosso ímpeto básico? Você e eu temos a chance de estar entre os poucos que podem montar esse debate

WILL: Isso. Isso é...

MACKENZIE: Quixotesco? (THE NEWSROOM, 2013, episódio 1).

Em *Os elementos do jornalismo*, Kovach e Rosenstiel (2004) apontam nove aspectos que devem servir de base aos jornalistas. O quinto deles, “o jornalismo deve ser um monitor independente do poder”, refere que a função do profissional é vigiar os governos e as instituições poderosas em nome de todos os cidadãos para melhor informá-los e prepará-los para votar.

Um dos pilares da cultura profissional do jornalismo é a técnica. “Os jornalistas reivindicam o monopólio de um saber: o que são notícias e como construí-las” (TRAQUINA, 2004, p. 29). Alguns métodos são eficazes na busca pela verdade, a objetividade, a isenção e o equilíbrio são alguns dos recursos possíveis, segundo Kovach e Rosenstiel (2004). Para o *News Night 2.0* seguir a função social do jornalismo, MacKenzie determina novas questões que orientem a construção da reportagem: 1) Essa informação é o que precisamos na cabine de votação?; 2) Essa é a melhor forma do argumento?; 3) Essa história está em um contexto histórico?; e 4) Há realmente dois lados da história?

MACKENZIE: Aquele estúdio é um tribunal e chamamos apenas testemunhas especializadas. Will é o advogado para ambos os lados. Ele

questiona a testemunha e revela os fatos. Vocês ficarão impressionados com os convidados que vamos agendar através desse formato óbvio. [...] Não a versão mais exuberante, não a versão mais escandalosa, mas a melhor versão possível.

DON: Como você define “melhor”?

MACKENZIE: Defino pela fonte. Defino pelo número de fatos relevantes que ela contém e defino por outro fator, eu e Will determinamos através da experiência que temos. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 2).

Traquina (2004, p. 210) compartilha com MacKenzie a premissa da primeira diretriz,

[...] baseado na convicção de que a chamada crise da democracia só pode ser resolvida pelo jornalismo, o movimento de jornalismo cívico entende que o jornalismo não pode oferecer apenas o que é interessante, mas, sobretudo, o que é importante para os cidadãos.

O sétimo elemento proposto por Kovach e Rosenstiel (2004), “o jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante”, está relacionado à segunda diretriz da produtora executiva, ou seja, indica que a responsabilidade do jornalista não é apenas a de informar, mas transformar o que é importante em algo atrativo e que instigue as pessoas a se envolverem com a notícia.

Um trecho do editorial publicado por Adolph Ochs em sua primeira edição como dono do *The New York Times*, “Dar as notícias com imparcialidade, sem medo ou favoritismo, sem importar partidos, seitas ou interesses” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 85), foi seguido por outros veículos da época, deixando claro ao setor comercial que a melhor estratégia financeira em longo prazo era justamente colocar o público leitor acima dos próprios interesses políticos e financeiros da empresa. Hoje, tais declarações não são comuns ou esperadas, mas Will McAvoy surpreende a audiência ao apresentar um manifesto como esse no terceiro episódio.

WILL: [...] De agora em diante, decidiremos o que vai ao ar e como é apresentado a vocês [telespectadores], baseado na verdade que nada é mais importante para uma democracia que um eleitorado bem informado. Tentaremos **contextualizar amplamente a informação, pois sabemos que poucas notícias nascem no momento que aparecem em nosso receptor**. Seremos o **campeão de fatos** e o inimigo moral da insinuação, especulação, hipérbole e bobagem. Não somos garçons em um restaurante servindo-lhes as histórias que pediram como gostam. Nem somos computadores distribuindo apenas fatos, porque a notícia só é útil no contexto da humanidade. Eu farei um esforço para restringir minhas opiniões pessoais. **Eu farei todo o esforço para expor a vocês opiniões informadas diferentes da minha**. Vocês podem perguntar “Quem somos nós para decidirmos isso?”. Nós somos MacKenzie McHale e eu. A Sra. McHale é a nossa produtora executiva. Ela organiza o recurso de mais de cem repórteres, produtores, analistas e técnicos, e suas credenciais estão

prontamente disponíveis. Eu sou o editor-geral de *News Night* e tomo a decisão final sobre tudo visto e ouvido neste programa. Quem somos nós para tomarmos essas decisões? Somos a elite da mídia. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 3, grifo nosso).

O primeiro elemento preconizado por Kovach e Rosenstiel (2004), “a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade”, afirma que a busca da verdade é base da informação porque “as notícias são o material que as pessoas usam para aprender a pensar o mundo além de seus próprios mundinhos, o mais importante é que essa informação seja boa e confiável” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 61). No entanto, do mesmo modo que Will, os autores acreditam que apurar os fatos é a fundação de uma boa notícia, mas o jornalista não pode encerrar seu trabalho aí, pois é preciso dar sentido às informações, aprofundá-las e apresentar o seu *background* histórico.

Por fim, ainda relacionando o editorial de Will aos elementos de Kovach e Rosenstiel (2004), vale ressaltar a diferença entre neutralidade e independência apontada pelos autores no quarto elemento, “seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem”. Por acreditarem que é impossível negar as experiências pessoais dos profissionais, ou seja, ser neutro, é preciso que os jornalistas sempre apresentem uma diversidade de pontos de vista, embasados e verdadeiros, para fornecer ao público as informações necessárias para que seja possível tirar conclusões próprias e encontrar, de maneira independente, a verdade (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004).

No terceiro e no último episódio, Will segue essa lógica ao perceber os perigos do conservadorismo do *Tea Party* somados aos financiamentos obscuros de campanhas de políticos do partido. A equipe começa a apurar informações e fazer desse o principal assunto do noticiário por um longo período de tempo, condensado na narrativa. Na investida, Will faz perguntas duras, desmente dados e confronta depoimentos com opiniões e fatos, seguindo o que Kovach e Rosenstiel (2004, p. 207) assinalam ser o papel do jornalista: “desmascarar as invenções e mentiras da argumentação comercializada do lobby e da propaganda política”, porque “um debate entre oponentes que discutem com números falsos ou com base em preconceitos não informa coisa alguma, só levanta a poeira” (KOVACH; ROSENSTIEL, p. 70).

Outro pilar importante do jornalismo é o código deontológico que rege os padrões apropriados de conduta. Bucci (2000) acredita que o jornalismo é antes uma práxis ética que uma técnica. Como não existe um roteiro padronizado para todas as situações encaradas pelos profissionais, “o caminho das notícias depende da ética e

do julgamento individual do jornalista ou da organização onde ele trabalha” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004). A falta de tempo para o debate torna as resoluções do cotidiano tarefas solitárias (BUCCI, 2000).

No episódio 6, Sloan é encarregada de realizar a pré-entrevista com uma fonte da Usina de Fukushima por já ter uma relação de confiança com ela e por ser a única na redação que fala japonês. Durante a conversa, a fonte revela uma informação fundamental em *off*.¹¹ A comentarista é escalada para substituir Elliot na apresentação do programa das 22h.

DON: Sua cópia estará pronta para aprovação após as 21h junto com as perguntas, e eu estarei no seu ouvido o tempo todo. A não ser no segmento sobre Fukushima no qual será tudo pré-combinado.
 SLOAN: Eles minimizaram os níveis de radiação.
 DON: Eu confiaria na palavra deles. Os japoneses entendem de radiação.
 SLOAN: Acha que é algo...
 DON: Isso não é algo que deveria mencionar na transmissão. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 6).

Sloan não está convencida e pede conselhos a Will.

SLOAN: Ele me disse extraoficialmente que o reator três está causando um vazamento de radiação de nível 7, não de nível 5. Qual o truque para fazê-lo dizer isso oficialmente?
 WILL: Não há truque. Apenas não pare até ele dizer a verdade.
 SLOAN: O que você quer dizer com “não pare”?
 WILL: Eu quero dizer não pare. Sloan, assisto ao seu programa às 16h e você é brilhante, mas você deixa convidados dizerem coisas que sabe não serem verdade e você segue em frente. Faça a pergunta de seguimento e então demonstre com fatos como está mentindo. Não pode simplesmente sentar lá e permitir que convençam os espectadores de qualquer porcaria. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 6).

Ao apresentar o programa, Sloan segue o conselho de Will de forma literal e acaba criando uma situação tensa e delicada. Primeiro, ela corrige a intérprete inglês-japonês e, depois, passa a traduzir ela mesma as falas do convidado até chegar ao ponto de, em busca do furo que ele havia contado em *off*, falar em japonês diretamente com a fonte no ar. Durante todo o tempo, Don está pedindo a ela que

¹¹ Uma informação dita *off the record* é um conteúdo revelado ao entrevistador em segredo, sem registros ou confirmação pública. O acordo implícito entre fonte e jornalista estabelece que esse tipo de informação não pode ser divulgada ao público. Segundo Fidalgo (1998), materialmente nada separa a informação *off the record* daquela *on the record*, a não ser a indicação da fonte. “As informações prestadas *off the record* são, por natureza, informações passíveis de ser publicadas. Normalmente até são aquelas que o jornalista mais gostaria de publicar, não só porque o fruto proibido é o mais apetecido, mas, sobretudo, porque são sempre informações em primeira mão. [...] Não havendo qualquer distinção de conteúdo entre as informações prestadas *off the record* e as dadas para o gravador, a diferença é apenas da ordem intencional; a fonte pretende que o jornalista guarde para si as informações que lhe dá em *off*” (FIDALGO, 1998, p. 98).

encerre a entrevista e não ataque a fonte, até o momento em que ela tira o retorno do produtor do ouvido, cortando a comunicação com a sala de controle. Ela volta a falar em inglês e acaba desmentindo o entrevistado no ar e liberando uma informação sigilosa sem o seu respaldo. Sloan sai em choque do estúdio.

SLOAN: Certo, sei que entramos em terreno duvidoso, eticamente e linguisticamente, mas...

DON: O que quer que vá dizer, segure por mais 10 segundos.

SLOAN: O que acontece em 10 segundos?

DON: Espere por mais cinco segundos e saiba que todos já passamos por isso.

[Charlie entra na redação gritando.]

CHARLIE: Que diabo de porcaria estava pensando?

SLOAN: Primeiro quero esclarecer que Don não é responsável.

CHARLIE: Sim, quando cortou a comunicação com o PE, basicamente o absolveu de qualquer responsabilidade. Mas isso não entra na lista das três maiores calamidades que acabam de acontecer. Eu, assim como a maioria das pessoas que não vive no Japão, não sou fluente em japonês, então tenho que perguntar: Você simplesmente inventou afirmações por alguém que estava ao vivo no ar? Sobre um vazamento de radiação fatal?

SLOAN: Eu não as inventei. Ele me disse que o reator iria a nível 7.

CHARLIE: Quando? Esta noite? Pergunto honestamente porque houve uma parte que a transmissão se tornou um filme japonês. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 6).

A questão da informação *off the record* pode ser controversa. Assim como toda informação jornalística, há um interesse público que permeia o conteúdo jornalístico sigiloso. A informação que Sloan divulgou mesmo sem a autorização da fonte era de extrema importância. Fica claro que esse é o motivo que leva a jornalista a agir daquela forma. No entanto, o contrato entre fontes e jornalistas determina que nada dito em *off* deve ser divulgado. Fidalgo (1998) aponta a complexidade da situação ao questionar a validade de um jornalista que obtém uma informação e não pode noticiá-la. Para o autor, “vale mais um jornalista comprometidamente informado do que descomprometidamente ignorante” (FIDALGO, 1998, p. 99). A importância das informações está vinculada à possibilidade de, ao receber um conteúdo relevante, ainda que em *off*, o jornalista esteja mais próximo da verdade, mais informado e possa investigar a situação, possivelmente conseguindo uma confirmação posterior *on the record* sobre o assunto.

As razões do *off the record* prendem-se, de um ponto de vista ético, com as informações dadas *on the record*. O sentido ético do *off* é o de esclarecer melhor o jornalista sobre as informações que lhe são dadas *on the record*. Este é o cerne da questão. É em função do *on the record*, isto é, da informação pública praticada pelo jornalista, que se justifica eticamente o *off the record*. (FIDALGO, 1998, p. 100).

A discussão entre Charlie e Sloan segue até ela admitir o erro e Charlie suspendê-la para realizar uma investigação em todas as reportagens realizadas por ela nos últimos dois anos em busca de outras irregularidades. No entanto, o diretor de jornalismo encontra uma saída para não precisar afastá-la, basta ela se desculpar por ter se confundido na tradução da pré-entrevista com a fonte. Sloan fica desconfortável por precisar mentir no ar, mas acaba aceitando. Para Will, usar tal artimanha na bancada faz de todos na redação hipócritas, porque o trabalho deles é sempre buscar a verdade e denunciar quem mente.

WILL: Nós somos o noticiário e vamos saber que mentimos pelo resto de nossas vidas. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 6).

É interessante notar que o conflito ético de Sloan é apresentado muito claramente, mostrando que ela realmente errou, foi uma escolha consciente. Quando há um debate sobre a ética de MacKenzie, o dilema é construído de forma a mostrar que a produtora executiva só agiu de determinada maneira por ter sido enganada, pois, como centro moral da redação, ela nunca teria atitude semelhante conscientemente.

CHARLIE: Você sabia que o seu namorado Wade Campbell pensa em concorrer ao Congresso?

MACKENZIE: Sim, ele pensa, mas é só isso.

CHARLIE: Sim, é mais do que isso. Ele já se reuniu com líderes do Comitê de Campanha. [...] Você recebeu Wade cinco vezes em seis semanas no programa.

MACKENZIE: Qual será a história?

CHARLIE: Será que está tentando fazer seu namorado ser eleito ao Congresso. O que você acha que vai ser?

MACKENZIE: Quando você fala assim, sei que poderia parecer isso, mas...

CHARLIE: Realmente parece.

MACKENZIE: Ele não vai mais participar do programa.

CHARLIE: De acordo com o Google Trend Volume Index, desde a noite de Ano Novo, o termo de pesquisa "Will McAvoy" teve sua frequência aumentada 35 vezes em relação aos últimos anos. Em menos de seis semanas, houve nove menções negativas na Page Six e na TMI!

WILL: Quantos dos leitores são nossos telespectadores?

CHARLIE: Há *links* para esses artigos em mais de 800 mil *sites*. É uma distração diária do que estamos tentando fazer. Primeiro, os desastres amorosos do Will. Agora estamos deixando a ética de lado.

WILL: É só o que parece

CHARLIE: O que mais importa? Estamos sendo devorados pelos tabloides.

WILL: Vamos, chefe, é a Mac. Ela é irritantemente ética. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 5).

A ética e a qualidade técnica são os elementos que definem o tipo ideal de jornalista que deve ser "imitado" pelos profissionais e cobrado pelo público. A legitimidade social e, conseqüentemente, a credibilidade dos jornalistas dependem

do seu comprometimento com a sua função social, ou seja, de serem vistos como pessoas que “agem de forma desinteressada, fornecendo informações, ao serviço da opinião pública e em constante vigilância na defesa da liberdade e da própria democracia” (TRAQUINA, 2004, p. 129).

Figueirêdo (2014) refere que há um paralelo entre as personagens MacKenzie e Charlie; assim como entre Will e Reese. A primeira dupla é simpática, divertida e romântica, enquanto a segunda é prática e ranzinza. Da mesma maneira, há uma relação entre o jornalismo “à moda antiga” e o jornalismo atual nas respectivas duplas. A autora conclui que essas construções apontam para o desejo de Sorkin de que a audiência de *The Newsroom* se identifique e inclua em seu imaginário o ideal de jornalismo apresentado por MacKenzie e Charlie, o que gera uma crítica ao jornalismo praticado atualmente. Uma das evidências são os diálogos entre Will e MacKenzie.

As discussões entre os dois seguem um *script*. MacKenzie chega com os ideais nobres e a coragem; Will então retruca com uma pitada de realidade e objeções práticas ao discurso dela, ao que MacKenzie replica com mais uma dose de utopia, grandeza e lição de moral, deixando o âncora e nós sem palavras. (FIGUEIRÊDO, 2014, p. 47).

4.2.3. Jornalismo: entre o mercado e o interesse público

Assim como há um “polo ideológico” do jornalismo, há um “polo econômico”. Para Traquina (2004), a definição de jornalismo como negócio o afasta de seu caráter de função social, transformando a notícia em um produto voltado para o mercado e não para o interesse público. Ao priorizar a tiragem dos jornais ou os *shares* de audiência, o jornalismo começa a englobar assuntos que despertam maior interesse do público, abrindo caminho para a espetacularização, dramatização e sensacionalismo.

O segundo episódio de *The Newsroom* mostra uma discussão entre MacKenzie e Will sobre como continuar trabalhando a pauta do vazamento de óleo no Golfo do México, o que evidencia a confusão entre notícia e espetáculo.

WILL: Quero registrar que devíamos abrir com o vazamento.
 MACKENZIE: Feito.
 WILL: Nós vamos abrir com o vazamento?
 MACKENZIE: Não, mas você registrou que deveríamos.
 WILL: Todo mundo está falando sobre o vazamento.

MACKENZIE: Porque nós mandamos eles falarem. Ainda estamos noticiando, apenas não como a história principal do dia.
 WILL: Vejo um vídeo de uma plataforma de petróleo afundando no oceano. Isso é ótima televisão.
 MACKENZIE: Nós não fazemos televisão, nós fazemos o noticiário. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 2).

A fala de Will evidencia que o jornalismo foi englobado pelo amplo campo midiático. Para Kovach e Rosenstiel (2004, p. 209), nessa aproximação com o entretenimento, “os fatos são substituídos por qualquer coisa que venda – ou possa ser vendida. A invenção toma o lugar da verificação. O certo se torna uma questão de quem tem os maiores recursos”.

Ainda no segundo episódio, Charlie e Reese travam uma conversa na qual o diretor de jornalismo pede que o presidente pare de informar Will sobre os números da audiência do telejornal, pois ele não quer que o âncora se assuste e desista das mudanças que estão sendo implementadas.

CHARLIE: Vamos tentar fazer um noticiário de verdade e ver o que acontece. Há duas conversas importantes: como fazer o melhor noticiário possível e como fazer mais pessoas assisti-lo. Eu não quero que essas conversas tenham a ver uma com a outra.
 REESE: Não quer que a audiência determine o conteúdo?
 CHARLIE: Exatamente.
 REESE: Nem eu. Quero que o conteúdo faça isso.
 CHARLIE: É o que esperamos. Mas, por agora, não quero a audiência na cabeça do Will.
 REESE: Eu poderia dizer a ele que teve quase 75 mil novos telespectadores desde que noticiou a história. Isso é 10% em quatro dias. Além do que ele trouxe ao extrapolar na Northwestern.
 CHARLIE: Ele não extrapolou.
 REESE: Eu diria a ele que 32% estão na faixa demográfica.
 CHARLIE: Reese...
 REESE: ... e 44% ganham mais de US\$ 75 mil por ano, ou seja, podemos cobrar mais pela faixa de 14 e 30 anos e deixar o setor da cadeira de rodas.
 CHARLIE: E o que ele faz com essa informação?
 REESE: Ele estica o vazamento o máximo que puder.
 CHARLIE: Isso é audiência determinando conteúdo. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 2).

Ao longo dos 10 episódios de *The Newsroom*, o principal conflito é exatamente esse: como separar o jornalismo dos interesses da empresa? Vemos a equipe do *News Night* lutando constantemente contra a diretoria para manter a separação entre jornalismo e mercado. Nessa jornada heroica, os jornalistas entregam-se completamente às notícias, enfrentando as diretrizes da diretoria e colocando seu emprego em risco para pôr em prática sua função social. O jornalista herói está em ação para combater os vilões e salvar os cidadãos da espetacularização das notícias.

No episódio 4, um plantão vai ao ar na ACN para cobrir ao vivo um tiroteio que deixou uma congressista ferida. Quando outras emissoras anunciam a morte da vítima, Reese começa a cobrar que Will também o faça, mas a equipe não está satisfeita, pois apenas uma fonte confirmou a informação.

MAGGIE: Jim, NPR está dizendo que ela morreu.

JIM: Alguém mais?

MAGGIE: Não.

JIM: Então ela não está morta ainda.

DON: Fox, Msnbc e CNN estão anunciando a morte dela.

MACKENZIE: Consiga uma fonte oficial ou eu não anunciarei.

REESE: Por que ele não anunciou ainda?

CHARLIE: Eu não tenho tempo agora.

REESE: Jim, por que ele não anunciou ainda?

[Jim ignora.]

REESE: CNN, Msnbc e Fox estão dizendo que ela está morta.

MACKENZIE: Todas estão seguindo a mesma fonte da NPR. Não estou satisfeita.

REESE: Eu não importo se você não está satisfeita.

[Reese invade o estúdio.]

WILL: O que está acontecendo?

REESE: A cada segundo que você não atualiza, mil pessoas mudam de canal para um que faça. Esse é o seu negócio. Msnbc, CNN e FOX, todos dizem que ela está morta. Don, diga a ele.

DON: É uma pessoa, um médico fala que ela está morta, não os jornais. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 4).

A equipe consegue confirmar com o hospital que a congressista está viva e em cirurgia, as outras emissoras se retratam ao vivo e todos ficam aliviados por não terem cedido à pressão de seguir a concorrência em busca de audiência. O princípio que poderia explicar essa escolha é o de que “a verificação é o que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da literatura ou da arte. [...] Só o jornalismo concentra primeiro em registrar direito o que aconteceu” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 113).

Bucci (2000) acredita que uma ética diferenciada do jornalismo em relação ao restante da mídia resulta principalmente dessa particularidade. O jornalismo “lida com a verdade factual e deve promover a busca da verdade de forma equilibrada e crítica, enquanto os meios de comunicação prestam-se a qualquer tipo de conteúdo” (BUCCI, 2000, p. 186).

O que a equipe consegue fazer ao evitar a barrigada é seguir as diretrizes apontadas por Will no editorial do terceiro episódio. O que McAvoy faz no manifesto é se desculpar pelo o que Painter e Ferruci (2015) chamam de “*Market Driven Journalism*” (ou o jornalismo voltado para o mercado, em tradução livre).

WILL: Adultos deveriam se responsabilizar por suas falhas. Então, hoje vou começar este noticiário pedindo desculpas ao povo americano pela nossa falha. A falha deste programa durante a época em que estou no comando dele de informar e educar o povo americano de forma bem-sucedida. Quero deixar claro que não peço desculpas em nome de todos os jornalistas de televisão e nem todos eles precisam se desculpar. Eu falo por mim. Eu fui cúmplice de uma sucessão de situações problemáticas repetidas, não admitidas e não corrigidas que nos trouxeram até este momento. Eu sou líder em uma indústria que errou resultados de eleições, promoveu o medo do terror, criou controvérsias e deixou de relatar mudanças tectônicas em nosso país. Do colapso do sistema financeiro às verdades de como somos fortes aos perigos que realmente enfrentamos. Sou líder em uma indústria que desviou sua atenção com destreza de um mágico enquanto enviava centenas de milhares de nossos mais corajosos rapazes e moças para a guerra sem a devida dedicação. A razão pela qual falhamos não é um mistério. Nós nos preocupamos com o índice de audiência. Na infância da comunicação de massa, os pais do jornalismo de TV foram a Washington negociar com o Congresso. O Congresso permitiria às novas redes de TV o uso gratuito das ondas de ar para transmissão em troca de um serviço público. Esse serviço público seria uma hora de transmissão reservada todas as noites para veicular informação, o que hoje chamamos de noticiário noturno. O Congresso, impossibilitado de prever a imensa capacidade que a televisão teria de dar consumidores aos anunciantes, deixou de incluir no acordo a única exigência que teria mudado o nosso discurso nacional imensamente para melhor. O Congresso esqueceu-se de acrescentar que sob circunstância alguma poderia haver propaganda paga durante transmissões informativas. Eles se esqueceram de dizer que os contribuintes dariam as transmissões de graça e que, durante 23 horas você pode lucrar, mas por uma hora cada noite você trabalha para nós. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 3).

Ao enfatizar os acontecimentos e não as problemáticas, abolindo a consciência histórica, o aprofundamento e o *background* (TRAQUINA, 2008), o jornalismo espetacularizado deixa de propor debates que contribuam com a democracia para apresentar assuntos rápidos e superficiais que servem apenas para um entretenimento medíocre.

Existe uma diferença entre um fórum e uma bagunça barulhenta, ou entre jornalismo que media o debate e pseudojornalismo que arma debates artificiais para excitar e provocar. [...] A não ser que o fórum se apoie solidamente em fato e contexto, as perguntas dos cidadãos serão retóricas, nada mais. O debate deixará de educar, só reforçará as opiniões preconcebidas com as quais as pessoas chegaram à discussão (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 213; p. 221).

Em uma reunião com Reese, Will, Charlie e MacKenzie ficam sabendo que, ao não cobrir um julgamento sensacionalista sobre a morte de uma criança, eles perderam metade da audiência na semana anterior. O presidente não faz nenhuma exigência, apenas relata o ocorrido e diz para eles fazerem o que acharem melhor com a informação. Após Reese se retirar, o diretor de jornalismo avisa que começarão a cobrir o caso cedendo um terço do tempo do noticiário para a

reportagem. MacKenzie não concorda, mas Will entende que tentar retomar a audiência é a única maneira de conseguir colocar em prática o novo formato de debate presidencial que eles têm formulado e buscam conseguir o direito de transmissão. O âncora tenta justificar a decisão apontando que grandes nomes do jornalismo já precisaram se render a alguns assuntos para continuar noticiando outros.

WILL: Murrow fez *Person to Person*, entrevistou celebridades. Era um acordo, um para eles um para ele. Entrevistou Liberace, Mac, só para poder continuar perseguindo McCarthy.

MACKENZIE: Eram matérias superficiais. O que vamos fazer é veneno. Se vamos fazer isso, não vamos fingir que não vamos fazer. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 8).

Sloan pede mais espaço no noticiário para um assunto econômico de enorme importância, mas MacKenzie não pode dispensar mais tempo, pois já está muito comprometida com o julgamento. Para completar o programa, surge uma nova pauta sensacionalista sobre *tweets* de um senador e eles precisam reportar para não perder mais audiência. Na reunião de pauta, MacKenzie começa a discutir como encaixar toda a retomada do julgamento no noticiário.

MACKENZIE: Acho que todos já sabem que a partir de hoje vamos iniciar pelo Caso Anthony. Alguém tem um problema com isso?

[Todos em cena levantam as mãos.]

MACKENZIE: Bom, nós perdemos quase meio milhão de espectadores na semana passada. Alguém ainda tem um problema com isso?

[Todos levantam as mãos novamente.]

MACKENZIE: Vamos precisar remover algumas matérias para abrir espaço, como “Obstrução no senado se torna a pior na história dos Estados Unidos”, “Situação de emprego em crise, novo estímulo necessário”, “Sindicatos decepcionados com Obama”. Muito bem, para nos dar uma aula sobre como melhor explorar essa tragédia e ultrapassar os limites do que deveria ser usado como entretenimento, recrutei a ajuda do mestre da arte das trevas: Don.

DON: Esqueçam tudo o que sabem sobre jornais. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 8).

Don dissecou o formato da reportagem realizada pela concorrente Nancy Grace, mostrando que a cobertura não tem relação com a Lei, mas com o apelo emocional. MacKenzie tenta pensar em uma nova forma de abordagem da pauta que se aproxime mais das diretrizes do *News Night 2.0*.

MACKENZIE: Will é o promotor criminal. Talvez ele possa falar de como o sistema de justiça não foi feito para prender culpados, mas para manter inocentes livres, o que é algo de que os americanos deviam se orgulhar.

DON: Não. Ele jamais pode insinuar que o espectador já não sabe de tudo e que ela pode ser inocente.

MACKENZIE: Se vamos cobrir isso, vamos fazer do nosso jeito.
 WILL: Qual o objetivo de cobrir se não fizermos de um jeito que recupere a audiência? [...] Por algumas semanas, não pediremos ao país que comam as verduras. Por quê? Porque há um debate que queremos fazer que supera qualquer um de seus dilemas éticos. Então aguentem. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 8).

Apesar de parecer ter certeza sobre sua decisão, Will se questiona depois da reunião.

WILL: Don, eu estou fazendo a coisa certa, não estou?
 DON: Faça uma pequena coisa errada para fazer uma grande certa. Consiga o debate. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 9).

A comissão do Partido Republicano não fica satisfeita com o formato de debate proposto, pois, segundo eles, o objetivo é constranger os candidatos. A equipe fica desapontada por perder o debate, mas, sem precisar retomar a audiência para recebê-lo, podem voltar a focar nas notícias que acham importantes para o eleitorado.

MACKENZIE: Tenho cooperado e trabalhado no estrago de tudo que construímos e acreditamos. Eu ignorei histórias sérias para que saíssemos da sarjeta com o circo do Caso Anthony e a distração do senador Weiner
 WILL: Se lembra do nosso primeiro dia, o vazamento de óleo da BP?
 MACKENZIE: Sim.
 WILL: Lembra quando eu disse para jogar fora a pauta?
 MACKENZIE: Sim.
 WILL: Você achou legal?
 MACKENZIE: Sim.
 WILL: Jogue fora a pauta de hoje. Sloan, se eu fizer as perguntas certas a você, pode falar sobre o limite do endividamento por dois segmentos hoje?
 SLOAN: Eu nem preciso das perguntas. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 9).

Desde o primeiro episódio, o roteiro constrói a ideia de que um jornalismo voltado ao interesse público, ignorando os interesses da empresa, seria apenas decisão dos jornalistas. Na verdade, sabemos que há diversas formas de constrangimentos organizacionais que impõem certas práticas. A audiência, como já elaboramos, é uma delas; outra são os interesses políticos da empresa. Bucci (2000, p. 32) aponta que os desvios éticos não resultam apenas dos erros dos jornalistas, pelo contrário, “os piores problemas [...] são problemas construídos no interior das empresas de comunicação por forças e interesses que ultrapassam os domínios de uma redação”. Isso é demonstrado em uma discussão entre Leona e Charlie, no terceiro episódio. Na reunião com a diretoria, Charlie compreende que o problema não é apenas em relação à queda na audiência, mas também ao jogo de poder da empresa.

LEONA: O que foi que aconteceu ao *News Night* nos últimos seis meses?
 CHARLIE: Os índices de audiência estabilizaram. Estamos fazendo um programa do qual você pode se orgulhar e eu vou colocá-lo de volta onde ele estava.
 LEONA: O que aconteceu com as histórias de interesse humano? Obesidade, câncer de mama, furacões, mulheres mais velhas tendo bebês, iPhones. Ele era ótimo nisso.
 CHARLIE: Ele dormia durante isso.
 LEONA: E de quem foi a ideia de acordá-lo?
 CHARLIE: Pela terceira vez, foi minha.
 LEONA: Sei...
 CHARLIE: Eu engendrei uma situação em que uma produtora executiva com um talento único de despertar o melhor em um âncora com talentos únicos fossem unidos pra fazer um jornal do qual esta companhia possa se orgulhar. [...] Nós fizemos o noticiário.
 LEONA: Para a esquerda.
 CHARLIE: Para o centro.
 LEONA: Você está louco?
 CHARLIE: Para o centro, Leona. Os fatos são o centro. Não fingimos que certos fatos estão em discussão para dar impressão de justiça para pessoas que não acreditam neles. Equilíbrio é irrelevante para mim.
 LEONA: Ele humilhou candidatos ao Congresso no meu ar.
 CHARLIE: Os Estados Unidos acabam de eleger o Congresso mais perigoso e confuso em minha vida.
 LEONA: Eu tenho negócios perante esse Congresso. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 3).

Figueirêdo (2014) salienta que as decisões editoriais muitas vezes fogem do controle dos profissionais da redação, pois quem tem a última palavra é a direção. Painter e Ferruci (2015) lembram que a necessidade de manter-se no emprego é sempre um fator presente como empecilho em casos de confronto. Os autores norte-americanos ilustram como os jornalistas em *The Newsroom* acabam praticando o jornalismo voltado ao mercado mesmo quando eles claramente não desejam isso. A diferença é que, na ficção, as personagens conseguem ter momentos heroicos em que questionam as autoridades, enquanto o jornalista real tem muitos fatores a levar em consideração antes de agir dessa maneira.

4.2.4 Jornalismo: profissão glamourizada

Outro viés do jornalismo intimamente relacionado à espetacularização é a transformação dos próprios jornalistas em celebridades. De mediadores de debates, eles se tornam também o assunto. Se antes o reconhecimento e a credibilidade estavam vinculados à sua função social, agora se misturam à exposição da imagem pessoal. Nesse contexto, os jornalistas de televisão são os mais assediados, pois a

veiculação de sua imagem diariamente na casa dos telespectadores causa uma identificação do público.

Estabelece-se uma espécie de cumplicidade, cuja relação identitária passa pela questão autoral mais do que pelo tipo de notícia a ser veiculada. Alguns nomes que permanecem no imaginário popular recebem uma espécie de selo, cujo reconhecimento autoral mimetiza o próprio reconhecimento social. Estas celebridades do mundo jornalístico acabam por se tornar mercadorias, cuja exposição é amparada pelo próprio aparato midiático. (MAIA; LELO, 2012, p. 9).

Benetti e Hagen (2004) corroboram a ideia apontando a conclusão de Porto (1999) de que a credibilidade do noticiário de televisão é baseada mais na forma do que no conteúdo. Devido a maior visibilidade e proximidade com o público, Travancas (1993) relaciona os jornalistas de televisão aos melhores salários do ramo e também a um grande prestígio.

Segundo Travancas (1993), a aparência também é um grande diferencial entre os jornalistas de televisão e os profissionais de rádio, *web* e impresso. Como nesse veículo a imagem é fundamental,

o vestuário para a televisão tem peso e dimensão maiores do que para o restante da categoria. É preciso aparecer na tela bem vestido, com uma roupa elegante, que não seja vulgar e denote credibilidade não só para o profissional como para a própria emissora. (TRAVANCAS, 1993, p. 39).

No primeiro episódio, ao conversar com Will sobre fazer um bom noticiário e torná-lo popular ao mesmo tempo, MacKenzie cita algumas características dele que ajudariam nessa missão, entre elas o seu charme. Mais tarde, no mesmo episódio, ao vê-lo na bancada pronto para ir ao ar, a produtora executiva questiona sobre suas roupas.

MACKENZIE: Quem é nosso supervisor de camarim?
 KENDRA: Nós não temos.
 MACKENZIE: Arranje um. Cinza grafite, azul marinho e preto. Zegna, Armani e Hugo Boss.
 TÉCNICO DE ÁUDIO: Ele não vai parecer um babaca do nordeste?
 MACKENZIE: Ele é. Vamos tornar isso *sexy* novamente.
 TÉCNICO DE ÁUDIO: Isso já foi *sexy*?
 MACKENZIE: Pergunte aos irmãos Kennedy. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 1).

A tentativa de usar a aparência como aliada leva MacKenzie a alguns extremos, como no segundo episódio, quando ela explica os motivos de escolher Sloan para uma coluna diária sobre economia no *News Night*.

MACKENZIE: Quero dar a você cinco minutos todas as noites para falar de onde estamos e como chegamos aqui.

SLOAN: Está falando sério? Tem gente mais qualificada do que eu. Posso lhe colocar em contato com um dos meus professores.

MACKENZIE: O problema é que eles não vão ter as suas pernas. Desculpe, mas se quero que as pessoas assistam a uma aula de economia tenho que achar alguém que não pareça com George Bernard Shaw. Eu não perguntaria se não achasse que você é qualificada. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 2).

Para Berger (2002, p. 31), a transformação da imagem do jornalista ao ser vinculado à televisão o torna

[...] mais sofisticado, mais limpo, mais urbano e mais bem pago, acentuando as diferenças entre o jornal impresso e o audiovisual: as redações são espaços amplos e bem iluminados, homens e mulheres estão bem vestidos e não há resquícios de cigarro e álcool.

Moreira e Pereira (2015) trazem outros elementos utilizados por Duarte e Curvelo (2009) para explicar a construção da credibilidade dos jornalistas de televisão: “o poder também é reforçado pelo tom de seriedade dos apresentadores, que é representado por meio da ‘aparência física, a postura corporal, o penteado, o vestuário, o comportamento contido, a voz pausada, o uso impecável da linguagem verbal, etc.’” (MOREIRA; PEREIRA, 2015, p. 5).

Ao adquirirem *status* de celebridade, os jornalistas entram em um mundo de especulação, espetacularização e dramatização – representado em *The Newsroom* por colunas sociais, revistas de fofoca, tabloides e programas de entretenimento. Esses profissionais são identificados nas ruas pelos telespectadores como outros rostos do campo midiático e sua vida privada desperta tanto interesse ou até mais que as notícias que reportam. Como salientam Benetti e Hagen (2004, p. 67, grifo dos autores), “o estilo de vida glamourizado que ocupa *fora do estúdio e da tela da TV*” é agregado à imagem do âncora como profissional”.

Benetti e Hagen (2004) analisam as construções positivas da imagem de William Bonner e Fátima Bernardes,¹² então apresentadores do *Jornal Nacional*, a partir de inserções midiáticas em revistas. Segundo os autores, esse formato humaniza os apresentadores, cativa o público e quebra o distanciamento entre eles.

¹² Além de apresentarem, juntos, o principal telejornal da Rede Globo, o *Jornal Nacional*, por quase 14 anos (de 1998 até 2011), o casal William Bonner e Fátima Bernardes são também casados desde 1990. O trabalho de Benetti e Hagen (2004) traz as estratégias da criação de uma imagem de celebridade em torno do casal e, principalmente, da jornalista. Os pesquisadores demonstram, por meio da análise de conteúdo, que Fátima Bernardes é sempre retratada como uma pessoa bem-sucedida em todos os âmbitos da vida: no amor, no trabalho, como mãe e como mulher, tornando-se um exemplo a ser invejado e seguido.

No entanto, a representação do jornalista como celebridade em *The Newsroom* nos leva para outro lado. Apesar de ser um profissional respeitado, as histórias publicadas sobre Will não o retratam como um modelo a ser seguido.

No quarto episódio, Will é atacado pela mídia voltada ao entretenimento. Na manhã seguinte à festa de *réveillon*, Charlie o chama para conversar sobre uma matéria que saiu em uma coluna de um tabloide.

WILL: Sim?

CHARLIE: Já leu o *New York Post*?

WILL: Não, meus olhos estão ligados ao meu cérebro.

CHARLIE: Eu não tenho certeza disso. Vamos abrir a página seis, que por algum motivo está na página dez, e ver o que encontramos. A manchete, “âncora rancoroso”, subtítulo, “Will McAvoy com mão boba no Ano Novo”.

WILL: O quê? (THE NEWSROOM, 2013, episódio 4).

As reportagens continuam e ganham a capa de uma revista de fofoca. Charlie convoca uma reunião para um sábado de manhã para pensar em como agir sobre o assunto.

CHARLIE: Eu lhe chamei para isso. [Mostra uma revista com a chamada: “Minha noite com Will McAvoy: sexo, drogas e armas”.]

WILL: Droga! Precisamos de uma equipe para isso?

CHARLIE: Don é um bom conselheiro para controle de danos.

WILL: Quando vai sair?

CHARLIE: Já saiu. É isso.

MACKENZIE: Você tem armas na sua casa?

WILL: Sim, uma vasta coleção. Às vezes para relaxar eu atiro em cães.

MACKENZIE: Estou só perguntando.

WILL: Ela tinha uma arma. Uma amiga louca da Sloan. Eu tirei as balas.

DON: Você sabia que ela era casada?

WILL: Ela está separada há mais de um ano.

DON: Você fumou maconha com ela?

WILL: Sim.

DON: Você apontou uma arma para a cabeça dela?

MACKENZIE: Você tinha acabado de dar uma lição sobre armas no ar.

DON: Você mandou uma mensagem para ela?

WILL: Escutem. Ela ficou com ciúmes porque ela leu que eu saí com outra mulher na noite seguinte. Então ela foi até a Nina Howard da TMI!, que estava esperando uma chance. Aliás, eu tirei a Jennifer Aniston da capa?

MACKENZIE: Isso não é engraçado, Will. Estamos tentando fazer algo aqui. Estamos do seu lado e ninguém vai ouvir o que dissermos.

WILL: Diga o que eu fiz de errado!

MACKENZIE: Que tal, drogas?

WILL: Eu fumei um baseado dentro da minha própria casa.

DON: A mensagem?

WILL: Eu não vou falar o que diz nela.

CHARLIE: Eis o que vamos fazer. Vamos no *ACN Morning*. Eles vão fazer as perguntas que quisermos e você responderá o que quisermos.

WILL: Não vou fazer isso.

CHARLIE: Will!

WILL: Não vamos entrar nessa. Essa é a NewsCorp usando suas fofocas para acabar com um âncora. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 4).

O próximo alvo dos ataques seria MacKenzie. No episódio 5, Nina Howard tem duas histórias sobre a produtora executiva: o uso do namorado dela como fonte com muita frequência e a vez em que ela quase levou à morte uma equipe inteira enquanto cobria guerras no Oriente Médio. No entanto, Will intervém pagando para que a colunista desista da reportagem.

WILL: Eu quero que isso pare.

NINA: Sua ex agendou o namorado dela cinco vezes...

WILL: Se quer um comentário, eu poderia ter dito que fui eu.

NINA: Mentira, você quer que sua ex namore um congressista.

WILL: Ela não sabia.

NINA: É o que você diz.

WILL: É o que ela diz.

NINA: Tanto faz.

WILL: Tudo bem: a ética do Wade vir ao programa foi justo. Você tinha o direito de mostrar isso, mas dizer na sua próxima matéria que ela quase causou a morte de alguém.

NINA: Vou fazer uma matéria dizendo que contratou uma produtora incompetente porque ela era sua namorada e o largou.

WILL: Eu contratei a melhor produtora de TV apesar de ser minha ex-namorada que me largou.

NINA: Sabe, vocês milionários...

WILL: Eu sou o único milionário lá.

NINA: ... e celebridades

WILL: Eu sou a única celebridade lá.

NINA: Não mais. (THE NEWSROOM, 2013, episódio 5).

É interessante ressaltar que as polêmicas acerca dos jornalistas só interessam ao público porque eles são figuras importantes e conhecidas. Assim, Benetti e Hagen (2004, p. 68) relembram que “essas qualidades ‘fúteis’ só ganham ressonância quando substanciadas pela imparcialidade, objetividade e credibilidade – estas, sim, associadas ao jornalismo e aos resquícios do mito primeiro inserido no novo mito”.

4.3 Reflexões sobre a análise

Em *The Newsroom*, a representação dos jornalistas reitera a imagem tradicional do profissional como herói. No entanto, como aponta Jost (2012), eles não são heróis superiores ao público, pelo contrário, por serem construídos como personagens redondas (FORSTER, 1969), têm características humanas, conflitos e dilemas, são complexos, surpreendentes e, por vezes, até contraditórios. Will McAvoy e Don Keefer, por exemplo, são concebidos como personagens que anseiam fazer um bom jornalismo, com base nos princípios éticos e na função social da

profissão, mas nem sempre conseguem se desvincular dos interesses da empresa e da preocupação com a audiência.

Em contrapartida à humanização dos jornalistas heróis da série, há profissionais excelentes que se sobressaem no ramo com total adesão à cultura profissional (TRAQUINA, 2004, 2008) e à visão de mundo e estilo de vida (TRAVANCAS, 1993). Esses diferenciais, que Jost (2012) chama de qualidades raras, é o que separa os jornalistas de *The Newsroom* das pessoas comuns e os tornam exemplos de bons profissionais. MacKenzie McHale é retratada como a grande heroína. Apesar de ser desastrada e ter vários problemas pessoais, quando assume sua posição de produtora executiva, é um exemplo de profissional de excelência, servindo como parâmetro para todos na redação. Ela tem certeza de seus objetivos e ideologias e luta para que estejam presentes no noticiário. Para ressaltar ainda mais o estereótipo dos bons jornalistas, o roteiro traz antagonistas: os jornalistas vilões, caracterizados como mesquinhos, fofoqueiros, preocupados apenas com a audiência e os interesses da empresa e de seus patrocinadores.

Ao longo da primeira temporada, há o desenvolvimento de duas formas distintas de ser jornalista e de fazer jornalismo, uma vinculada ao polo ideológico, ou seja, à função social da profissão, e outra relacionada ao polo econômico, que remete ao mercado. A partir dessa divisão, Aaron Sorkin estrutura o principal conflito das personagens no plano da história e o tema central que perpassa toda a narrativa: uma crítica ao modo como o jornalismo é feito nos dias de hoje.

Na análise, destacamos quatro elementos do jornalismo recorrentes na série que contribuem para reforçar os estereótipos do herói e do vilão. São eles: a concepção do jornalismo como uma profissão 24/7; o jornalismo como quarto poder; os conflitos entre a função social da profissão e o mercado; e a *glamourização* do jornalismo, que vê alguns de seus profissionais tornarem-se celebridades. Os heróis aderem aos dois primeiros aspectos enquanto tentam combater o terceiro e o quarto. Em sua missão, entregam-se integralmente ao trabalho e ao dinamismo necessário para alcançar os valores e as técnicas idealizados na profissão. Incansavelmente ocupados com sua jornada heroica de combater o jornalismo voltado para o mercado, vemos os jornalistas de *The Newsroom* como uma representação que dialoga com as teorias de Traquina (2004, 2008), Travancas (1993) e Kovach e Rosenstiel (2004), mas que em muitos momentos é mais utópica e romântica.

As atitudes das personagens principais muitas vezes não condizem com as ações que poderiam facilmente ser realizadas em uma redação real. No entanto, é exatamente nesses momentos nobres que elas se diferenciam da realidade e tornam-se heroínas. É inesperado a um grande telejornal da televisão abrir uma de suas edições pedindo desculpas pela linha editorial que vem seguindo. Contudo, as reflexões de Will McAvoy, por exemplo, conquistam, convencem e inspiram quem o assiste. Da mesma maneira, as decisões sobre os caminhos das reportagens não dependem apenas da vontade da redação, como Charlie Skinner infere no primeiro episódio ao dizer que eles fizeram um bom noticiário naquela noite por “apenas decidir fazê-lo”. Há muitos fatores que dificultam que situações como as vividas na série sejam colocadas em prática no dia a dia, mas, ao assistir *The Newsroom*, tudo é crível, pois sabemos que é o certo a fazer – colocar o interesse público acima dos interesses políticos e financeiros, buscar a verdade acima de tudo, vigiar os poderosos, agir de forma ética e transparente –, são atitudes que condizem com os princípios do jornalismo.

Ainda que romantizada e idealizada, a jornada heroica das personagens protagonistas, Will McAvoy, MacKenzie McHale e Charlie Skinner, serve como imagem de esperança e inspiração para uma resistência ao *infotainment*.¹³ Acredito que, ao lembrar o dever do jornalismo em uma sociedade democrática, *The Newsroom* desperte o interesse e os sentimentos dos espectadores. Ao iniciar a missão de fazer um jornalismo comprometido, a equipe do *News Night* cria a sensação, para profissionais da mídia e outros cidadãos, de que ninguém está sozinho na busca por um mundo melhor. E mais, eles ratificam a crença de que as mudanças necessárias para se alcançar tal mundo estão relacionadas a pessoas bem informadas e, conseqüentemente, ao jornalismo.

¹³ Conteúdo que mistura informação com entretenimento visando atrair audiência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os jornalistas são personagens recorrentes na ficção, o que colabora para a criação de uma imagem do profissional e de sua função no imaginário coletivo. Segundo Senra (1997), o uso frequente do jornalista em narrativas está relacionado ao gosto popular e à adequação das características da profissão à construção de conflitos e enredos. Apenas no cinema, Christa Berger mapeou 785 longas sobre jornalistas, estudo descrito no livro *Jornalismo no cinema* (2002). Nos 14 anos que separam o trabalho da autora desta monografia, muitos outros *newspaper movies* foram produzidos, assim como histórias com a mesma temática em novos formatos.

As séries de televisão são fenômenos mundiais que a cada ano ganham mais espaço nas emissoras. Para Jost (2012), essa popularidade ocorre pela identificação do público com as personagens e a projeção feita da realidade. Desde os anos de 1980, os jornalistas estão presentes nas séries com papéis de maior ou menor importância. No entanto, foi com *The Newsroom* que a profissão ganhou uma representação sem cunho satírico, o que serve para pensarmos nos elementos e nas funções relacionadas a ela, bem como levantar críticas e questionamentos sobre o jornalismo.

Assim, o principal objetivo desta monografia foi analisar como é construída a representação do jornalismo e do jornalista na primeira temporada da série *The Newsroom*. Para responder a esta pergunta, procuramos entender as características que compõem a caracterização da personagem e da narrativa e mapear os elementos jornalísticos presentes no enredo.

Para tanto, foi utilizada a metodologia proposta por Motta (2013), a análise pragmática da narrativa, relacionada com ideias de Eco (1994) e Reuter (2011). O método adota a perspectiva de que os eventos narrados não são os fatos em si, mas versões criadas a partir de escolhas. Portanto, narrar não é uma forma ingênua de refletir o mundo, mas um ato comunicativo de argumentação, no qual elementos são projetados de acordo com as intenções e estratégias do narrador para produzir efeitos de sentido no receptor.

Motta (2013) divide a narrativa em três planos: expressão, história e metanarrativa. Ainda que o foco da análise seja o segundo plano, consideramos importantes elementos em todos eles. No plano da expressão, os diálogos rápidos, o corre-corre da redação, os sons ambiente, entre outros, ajudam a criar o clima

dinâmico do jornalismo. No plano da história está o roteiro em si, o principal canal usado por Aaron Sorkin para construir as personagens e a representação dos jornalistas. Por fim, no plano da metanarrativa, está o tema que permeia toda a temporada, que concluímos ser uma crítica ao conflito entre a função social do jornalismo e o seu caráter mercadológico.

A análise propriamente dita foi dividida em duas partes: a construção das personagens e o mapeamento dos principais elementos do jornalismo presentes na série. A criação das personagens, a técnica do romance e o estudo de personagens foram avaliados a partir de Brait (1985), Forster (1969), Bourneuf e Ouellet (1976) e Candido (2011). No segundo momento, foram utilizados principalmente Kovach e Rosenstiel (2004), Travancas (1993), Traquina (2004, 2008) e Bucci (2000) para apontar as características do ser jornalista e do fazer jornalismo presentes nos 10 episódios.

Na primeira temporada, foram mapeados 20 personagens jornalistas com alguma fala de destaque ou relevância para a narrativa. Primeiro, essas personagens foram separadas em “agentes da ação” e “elementos decorativos”, notando que, em geral, os principais jornalistas de *The Newsroom*, aqueles que aparecem com maior frequência e têm maior importância para o conflito, são enquadrados no primeiro grupo. São eles: Will McAvoy, MacKenzie McHale, Charlie Skinner, Jim Harper, Margaret Jordan, Don Keefer, Neal Sampat e Sloan Sabbit.

Na sequência, eles podem ser subdivididos em *protagonistas*, *adjuvantes* ou *antagonistas*. É interessante notar que, apesar de serem considerados agentes da ação, segundo a classificação de Bourneuf e Ouellet (1976), os antagonistas jornalistas em *The Newsroom* não o são. Tal conclusão se deve ao fato de os principais vilões não serem jornalistas, mas a diretoria do canal ACN, que está sempre cobrando melhores índices de audiência e conteúdo menos controverso. Assim, consideramos os jornalistas antagonistas da série elementos decorativos.

Também são classificados como elementos decorativos outros membros da equipe do *News Night*, que, apesar de serem importantes em cenas isoladas da narrativa, não trazem significados fundamentais para a história.

Os protagonistas e adjuvantes da série são personagens *anáforas*, segundo a classificação de Hamon (apud BRAIT, 1985). Cada um deles tem uma história diretamente relacionada à trama principal, sem precisar, necessariamente, se apoiar em outras personagens para existir. Por sua vez, as personagens que são elementos

decorativos e, no caso específico de *The Newsroom*, também os jornalistas antagonistas, não têm atitudes próprias e sempre aparecem no enredo ligadas a ações e comportamentos de outras personagens, sendo, assim, classificadas como *embrayeurs*.

Segundo a classificação de Forster (1969), os oito principais jornalistas da série são personagens redondas, construídas a partir de uma combinação de ideias e características que podem evoluir, surpreender e até entrar em contradição ao longo da trama. Os demais são personagens planas, construídas a partir de uma única função ou característica que será o mote de suas atitudes ao longo dos episódios.

Após percebermos uma divisão constante entre a construção das personagens principais e a dos elementos decorativos na primeira temporada de *The Newsroom*, na qual vemos um trabalho mais complexo e detalhado em relação às outras, é importante notar que há uma convergência entre todas as personagens dessa obra ficcional. Segundo a classificação por relação com a realidade proposta por Mauriac (apud CANDIDO, 2011), todas as personagens são inventadas, pois, apesar de inspiradas por características humanas reais, elas não têm referência direta a nenhuma pessoa específica. Ou seja, elas não são simples cópias, mas construções narrativas que combinam elementos trazidos da realidade com outros criados pela produção criativa do autor.

A sensação de proximidade com a realidade é sustentada pela representação de características reais pelas personagens. Em seu livro sobre o formato seriado de televisão, Jost (2012) afirma que há uma tendência de não mais apresentar o herói como um ser superior ao público, mas de aproximá-lo aos indivíduos e aos ambientes reais. A humanização do herói aproxima o telespectador das personagens e da história por meio de um modo mimético baixo de representação.

No entanto, em *The Newsroom*, há também uma relação dos heróis com o modo mimético alto porque, apesar de os protagonistas terem falhas e conflitos humanos, eles também têm o que Jost (2012) chama de qualidades raras. No caso dos jornalistas da série, essa qualidade é uma adesão integral à cultura jornalística visando o bem público a partir de um conhecimento especializado e acima da média.

Observamos quatro elementos principais usados frequentemente na narrativa para construir o estereótipo do jornalismo e do jornalista: jornalismo como profissão 24/7, jornalismo como quarto poder, jornalismo entre o mercado e o interesse público e jornalismo, profissão glamourizada.

No seriado, podemos observar em diversos momentos a dedicação total, quase exclusiva, do jornalista ao trabalho. A dinâmica da atividade e as longas e irregulares horas de trabalho exigem tamanha entrega que dificulta a separação da vida profissional e da vida privada. A família e os amigos ficam em segundo plano. Muitas cenas em *The Newsroom* mostram essa perspectiva, cujas personagens estão sempre envolvidas com produção e apuração de notícias mesmo em casa, de madrugada, no fim de semana ou após o expediente.

A ideia do jornalismo como “quarto poder” ou “guardião da democracia” é constantemente visitada, principalmente por MacKenzie e Charlie. Eles são as personagens idealizadas e românticas que resgatam o âncora Will McAvoy da sua zona neutra de conforto para voltar a fazer um noticiário voltado ao interesse público. Ancorados na técnica e na ética, os jornalistas são construídos para priorizar o polo ideológico da profissão, estabelecido, na verdade, pela objetividade, pela independência, entre outros, em conflito com o polo econômico, personificado na diretoria e nos antagonistas que buscam agradar ao público e aos parceiros para garantir audiência e influência.

Quando prioriza o mercado, o jornalista se afasta da sua função pública e se torna um produtor de conteúdo voltado a atrair o interesse do público a qualquer custo. Ao ser englobado pelo amplo campo midiático, o jornalismo se aproxima do entretenimento e abre caminho para a espetacularização, a dramatização e o sensacionalismo. A verificação e a verdade são deixadas de lado em nome da audiência. É contra esse formato ansiado pela diretoria da ACN que a equipe do *News Night* luta ao longo dos 10 episódios.

Em decorrência da transformação de toda a comunicação social em um *show*, inclusive o jornalismo, os profissionais passam a ser tratados como celebridades, sua vida pessoal interessa tanto quanto ou até mais que as notícias. Por isso, são visados por *paparazzi*, tabloides e revistas de fofoca que especulam todos os âmbitos de suas vidas em busca de histórias espetacularizadas que vendam exemplares. Se antes o reconhecimento e a credibilidade estavam vinculados à sua função social, agora se misturam à exposição de sua imagem pessoal.

Os quatro elementos ajudam a construir os estereótipos de herói e de vilão presentes na série. Os heróis aderem aos dois primeiros aspectos enquanto tentam combater o terceiro e quarto elementos. Apesar da construção utópica e romantizada dos jornalistas e de suas ações no roteiro de Aaron Sorkin, o público se identifica e

se envolve, torcendo para que Will McAvoy e MacKenzie McHale vençam, porque desejam que o bom jornalismo também tenha êxito. Ao longo de sua jornada heroica, os jornalistas de *The Newsroom* motivam a reflexão acerca da função social do jornalismo e reforçam o estereótipo da profissão, dialogando com personagens jornalistas que tiveram destaque em obras ficcionais de diferentes formatos.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. **Poética**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
- BARBOSA, Sinaldo de Luna. Ética jornalística sob uma perspectiva bucciniana: *The Newsroom* e o fantasma da manipulação midiática e o jornalismo ideal. **Revista Temática**, João Pessoa, v. 9, n. 12, dez./2013. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/21329>>. Acesso em: 10 jun. 2016.
- BENETTI, Marcia; HAGEN, Sean. A glamourosa vida de uma estrela do jornalismo: como as revistas femininas representam a diva Fátima Bernardes. **Em Questão – Revista de Biblioteconomia e Comunicação**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 63-79, jan./jun. 2004.
- BERGER, Christa. **Jornalismo no cinema**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.
- BOURNEUF, Roland; OUELLET, Réal. As personagens. In:_____. **O universo do romance**. Coimbra: Livraria Almedina, 1976. cap. 5.
- BRAIT, Beth. **A personagem**. São Paulo: Ática, 1985.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CANDIDO, Antonio. **A personagem de ficção**. 12 ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. Preâmbulo: algumas considerações sobre a ficção televisual brasileira. In: JOST, François. **Do que as sérias americanas são sintoma?** Porto Alegre: Sulina, 2012. p. 11-22.
- ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Companhia das letras, 1994.
- FIDALGO, António. A ética e o *off the record*. **Brotéria – Cultura e Informação**, Lisboa, n. 146, p. 97-101, jan. 1998. Disponível em: <http://www.broteria.pt/images/books/pdf/Brot%C3%A9ria_Cristianismo%20e%20Cultura_1998_Janeiro_Volume_1_146.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2016.
- FIGUEIRÊDO, Mara Chayanne de Oliveira. **Nós somos o quarto poder: discursos do jornalismo em *The Newsroom***. 2014. 56 f. Trabalho de Conclusão (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba. Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Campina Grande, 2014.
- FORSTER, Edward Morgan. **Aspectos do romance**. Porto Alegre: Editora Globo, 1969.
- GARCÍA MARTÍNEZ, Alberto Nahum; SERRANO-PUCHE, Javier. El precio de la verdad: la imagen de los periodistas en las series de televisión contemporáneas. In: GUTIERREZ, Ruth (Coord.). **Poéticas de la persona**: Creación, responsabilidad y

vigência em la Comunicación Pública y la Cultura. Estudios en homenaje a Juan José García-Noblejas. Salamanca: Comunicação Social, 2013. Disponível em: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/38868/1/GARC%C3%8DA%20Y%20SERRA_NO_EI%20precio%20de%20la%20verdad-Postprint.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2016.

JOST, François. **Do que as séries americanas são sintoma?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MAIA, Marta Regina; LELO, Thales Vilela. A fachada pessoal da celebridade jornalística na esfera midiática. **Rastros – Revista do Núcleo de Estudos em Comunicação**, Joinville, ano 13, n. 16, p. 107-119, jul. 2012. Disponível em: <http://www.ielusc.br/aplicativos/ojs_necom/index.php/SECORD/article/view/54/33>. Acesso em: 30 mai. 2016.

MOREIRA, Laura Monteiro Lewer; PEREIRA, Renata Venise Vargas. Nós podemos fazer melhor? O telejornalismo atual x o idealismo da série *The Newsroom*. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 20., 2015, Uberlândia (MG). **Anais...** Uberlândia: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2015/resumos/R48-0840-1.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>>. Acesso em 10 jun. 2016.

OLIVEIRA, Ana Carolina Souza; SCHNEIDER, Greice. A representação do jornalismo no seriado *The Newsroom*. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 16., 2014, João Pessoa (PB). **Anais...** João Pessoa: Intercom, 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0069-1.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

PAINTER, Chad E.; FERRUCCI, Patrick. “His Women Problem”: An Analysis of Gender on *The Newsroom*. **The Image of the Journalist in Popular Culture Project – IJPC Journal**, California, v. 6, outono, 2015. Disponível em: <<http://ijpc.uscannenberg.org/journal/index.php/ijpcjournal/rt/metadata/49/77>>. Acesso em: 13 jun. 2016.

REUTER, Yves. **A análise da narrativa: o texto, a ficção e a narração**. Rio de Janeiro: Difel, 2011.

SAMOY, Kayla Sabino. **How Journalism Ethics are Portrayed in Recent Fictional Television Dramas**. 2015. 42 f. Trabalho de conclusão (graduação) – University of Arizona. Honors College, Journalism, Tucson (AZ), 2015.

SANSEVERINO, Gabriela Gruszynski. **As representações do jornalismo na ficção de Harry Potter transmídia: a função social e o *ethos* profissional**. 2015. 212 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, 2015.

SENRA, Stella. **O último jornalista: imagens de cinema**. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

SOUSA, Diêgo Rodrigues da Silva. **The Newsroom e a tentativa de reviver a Era de Ouro do telejornalismo estadunidense**. 2014. 60f. Trabalho de conclusão (graduação) – Universidade Federal de Viçosa. Departamento de Artes e Humanidades. Curso de Comunicação Social/Jornalismo, Viçosa, 2014.

STRELOW, Aline. A representação do jornalista como personagem na literatura brasileira da década de 70. **Conexão** – Comunicação e Cultura, Caxias do Sul, v. 8, n. 16, p. 53-76, jul./dez. 2009.

THE NEWSROOM. Produção: Aaron Sorkin. Intérpretes: Jeff Daniels, Emily Mortimer, John Gallaher Jr., Alison Pill, Thomas Sadoski, Dev Patel, Olivia Munn, Sam Waterson. [S.l.]: Home Box Office, 2013. 4 DVDs (586 min), son., color.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. v. 2. Florianópolis: Insular, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. v. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAVANCAS, Isabel. O jornalista como o personagem de cinema. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande (MS). **Anais...** Campo Grande: Intercom, 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/126095204111040878962932586357600200383.pdf>>. Acesso em: 7 mar. 2016.

TRAVANCAS, Isabel. O jornalista e suas representações literárias. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., 2003, Belo Horizonte (MG). **Anais...** Belo Horizonte: Intercom, 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP02_travancas.pdf>. Acesso em: 7 mar. 2016.

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

WARMLING, Cíntia Soares. **Os jornalistas de Nelson Rodrigues: uma análise das peças *O Beijo no Asfalto* e *Boca de Ouro***. 2014. 96 p. Trabalho de conclusão (graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de

biblioteconomia e Comunicação. Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo, Porto Alegre, 2014.