



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Curso: Comunicação Social
Habilitação: Jornalismo
Disciplina: Monografia Acadêmica
Professor Orientador: Luciano Mendes

O Personagem Jornalista na Visão Cinematográfica da Década de 90

Rachel Bezerra Abrantes Rosa
RA (2016469-6)

Brasília
2006



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Curso: Comunicação Social
Habilitação: Jornalismo
Disciplina: Monografia Acadêmica
Professor Orientador: Luciano Mendes

O Personagem Jornalista na Visão Cinematográfica da Década de 90

Rachel Bezerra Abrantes Rosa
RA (2016469-6)

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do UniCEUB como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo sob orientação do Professor Luciano Mendes.

Brasília
2006



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA

Curso: Comunicação Social

Habilitação: Jornalismo

Disciplina: Monografia Acadêmica

Membros da banca examinadora

Membros da banca	Assinatura
1. Professor(a) Orientador(a) Prof.: Luciano Mendes	
2. Professor(a) Convidado(a) Prof.:	
3. Professor(a) Convidado(a) Prof.:	
Menção Final:	

Brasília/DF, Maio de 2006

Dedico este trabalho aos meus pais, que sempre me guiaram nas escolhas e apoiaram nas decisões com seu amor incondicional e fundamental para a minha realização, à minha irmã, pelos momentos de descontração durante a tensão de final de curso e a todos aqueles que contribuíram de alguma maneira no caminho que escolhi para seguir carreira profissional.

Presto meus sinceros agradecimentos ao meu orientador Luciano Mendes, ao professor João José Forni e aos amigos Antônio Machado, Wiktor Skorupa e Felipe Trein. O apoio destas pessoas foi crucial para a elaboração e o resultado final do trabalho

RESUMO

Objetivo deste estudo é discutir em que medida o cinema constrói estereótipos do jornalista, apresentando-o como um indivíduo desprovido de questões éticas cujo único desígnio é alcançar o sucesso, independente da maneira como vai proceder para conquistá-lo. Para isso, discute-se a relação do cinema com o jornalismo, alguns pontos importantes sobre os princípios jornalísticos e aborda-se a questão dos estereótipos, sem esquecer de citar as modificações sofridas no meio jornalístico na década de 80 e 90 e debater sobre o mecanismo do cinema. O jornalista é um profissional privilegiado pelas produções cinematográficas, sendo protagonista de inúmeros filmes, principalmente norte-americanos. Neste trabalho são analisados três filmes da década de 90 em que transparece a figura de um jornalista encarado como um profissional que vai contra os códigos deontológicos de sua profissão.

Palavras-chave: cinema, estereótipo, ética jornalística

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO	7
2 – HISTÓRIA	9
3 – LINGUAGEM	13
4 – RELAÇÃO	17
5 – ESTEREÓTIPOS	22
6 – PRINCÍPIOS	28
7 – ANÁLISE	32
7.1 – ‘O Poder da Notícia’	32
7.2 – ‘A Fogueira das Vaidades’	34
7.3 – ‘O Quarto Poder’	36
8 – CONCLUSÃO	40
9 – REFERÊNCIAS	44
10 – FILMOGRAFIA	46

1- INTRODUÇÃO

O jornalista não é apenas um figurante do mundo real. Ele também encontra-se encenado no cinema com suas rotinas diárias ou seus processos de produção da notícia, sendo que esse não é um tema atual. Há muito este profissional da imprensa é retratado na linguagem cinematográfica. Curioso é perceber a maneira pelo qual certas vezes a conduta do jornalista é abordada. Em um número bastante expressivo, este personagem aparece como o vilão da trama, o mau-caráter. Seria este fato apenas uma 'mera coincidência'? O cinema, sendo ele uma máquina incansável dos tipos mais comuns e distintos da humanidade, pode ser considerado o meio mais propagador – visando o número de pessoas que pode englobar – de moda, costumes, idéias, conceitos e pré-conceitos e, nessa linha, de estereótipos. Sendo assim, de que maneira o cinema trabalhou a imagem do jornalista na década de 90, período este em que foi produzida uma grande quantidade de filmes sobre o assunto?

Este trabalho pretende comparar três filmes dos anos 90 que têm o jornalista no enredo principal do filme, analisar esses personagens e confirmar a existência de um possível estereótipo lançado pelo cinema sobre esse profissional da imprensa. Também pretende estudar a relação do cinema com o jornalismo, analisar os elementos de formação do jornalismo e fazer uma releitura do estereótipo do jornalista na linguagem cinematográfica.

Antes de se chegar nos capítulos que levam à consideração final do trabalho, é preciso identificar alguns aspectos com relação aos métodos aqui utilizados. No que se refere aos métodos que proporcionam as bases lógicas da investigação, foi empregado o método indutivo. Para os que indicam os meios técnicos da investigação, este trabalho utiliza método observacional e comparativo. O tipo de pesquisa é descritiva, a amostragem é por tipicidade e a observação é simples. Os três filmes aqui analisados são da década de 90, período no qual o jornalismo sofreu alterações e foi conferido um maior número de películas sobre o tema. 'O Poder da Notícia', 'A Fogueira das Vaidades' e 'O Quarto Poder' abordam o personagem jornalista no enredo principal do

filme e não em papéis menos importantes e todos são películas norte-americanas, haja vista a maior concentração de filmes desse gênero em terreno americano. Foram produzidos nos anos de 1998, 1990 e 1997, respectivamente, (os filmes encontram-se aqui na ordem em que foram analisados) e englobam o começo e o fim da década para se ter bases de comparação da mudança na concepção do personagem com o passar dos anos.

No segundo capítulo, 'História', é abordada a transformação ocorrida nos anos 80 e 90 no cenário jornalístico, o que também ocasionou uma mudança dos seus profissionais. O terceiro capítulo, 'Linguagem', tenta mostrar de que maneira o cinema se configura como um mecanismo de transmissão da realidade e até que ponto merece tal credibilidade. Em 'Relação' faz-se um paralelo entre cinema e jornalismo e são apontadas algumas características que relacionam esses dois meios, além de mostrar em que momentos um encontra-se com o outro. O capítulo seguinte, 'Estereótipos', trata exclusivamente do termo e também dos estereótipos atribuídos aos jornalistas ao longo do tempo. Em 'Princípios' é abordada a estreita relação entre o jornalismo e a verdade e são destacados alguns pontos do código de ética jornalístico relevantes ao trabalho. Tendo a base, o sétimo capítulo se propõe a analisar os filmes 'O poder da Notícia', 'A Fogueira das Vaidades' e 'O Quarto Poder' focando nos personagens jornalistas encenados nas obras. Para encerrar, o capítulo contendo a conclusão do trabalho visualiza as questões que puderam ser encontradas após a apreciação dos três filmes e identifica outros fatores que não dizem respeito diretamente ao personagem jornalista, mas que é possível supor uma estereotipização envolvendo não só a figura do profissional, como também aspectos encontrados ao seu redor.

2 - HISTÓRIA

Num breve apanhado sobre o jornalismo nos anos 80 e 90, Stella Senra em ‘O Último Jornalista – Imagens de Cinema’ relata que, no Brasil, a partir dos anos 80, o papel do jornalista começa a se modificar. Aquela visão de profissional transparente e comprometido com a sociedade estava se desfazendo. Nessa época, com o fim da censura e o início da abertura, não só a situação política começa a se deslocar, como a transformação do capitalismo passam a interferir de modo mais decisivo no destino das empresas repercutindo não só na condução dos negócios jornalísticos, como também na atividade de seus profissionais. Foram incorporados padrões racionais de decisão na produção e circulação de mercadorias e os mercados foram ampliados. Em relação à imprensa escrita, este processo de reformulação e ampliação foi fortemente marcado pela ascensão da televisão que, por força da competição, transformou a concepção e a prática do jornalismo escrito.

Manuel Piedrahita (1993) também notou a mudança ocorrida nas empresas jornalísticas em consequência da televisão. Apesar deste fato, o autor aponta para questões que, segundo ele, a televisão nunca iria substituir a imprensa escrita:

“Uma das grandes vantagens de um dominical com várias sessões é a leitura poder ser dividida. Cada pessoa da família escolhe a sua sessão e pode lê-la tranquilamente. A TV, ao contrário, obriga a ver todas as notícias que talvez não interessem, para assim poder ver a que interessa. No jornal, o título é a pista que atrai, ou não, a sua leitura. Na TV, há que manter-se atento, pois no momento menos esperado pode aparecer o que interessa”. (PIEDRAHITA, 1993, p.182)

As principais características da televisão, o atributo das cores e do movimento, era visto pelos jornais como uma grande vantagem sobre os outros meios, principalmente sobre a imprensa escrita. Buscando se atualizar e se adequar à nova situação, os jornais se informatizaram, mudaram o gerenciamento, iniciando assim um processo de

racionalização que, segundo Stella Senra, inauguraria uma nova concepção de jornalismo e da função de jornalista.

“À visão anterior do jornalismo como uma missão, em virtude da qual o profissional estava imbuído de um importante papel político e social, que o engajava no próprio processo de transformação da sociedade, veio se substituir uma figura de atuação diferente, inserida numa cadeia de produção, contemplada com tarefas fragmentadas e em parte já desenraizadas da chamada realidade. O jornalista se tornou, assim, perfeitamente substituível” (SENRA, 1997, p.22)

A mudança no perfil do jornalista não era um caso isolado no Brasil. Paralelamente, os jornais norte-americanos também passavam por um processo de informatização na mesma época e os jornalistas americanos também sofriam mudanças. O trabalho, que antes era feito por apenas um indivíduo, passa a depender de mais pessoas, ocorrendo uma tendência para o desaparecimento da figura do autor na imprensa dos Estados Unidos. O texto jornalístico e a própria função da escrita deixam de pertencer a apenas um jornalista e passam a fazer parte de todo um sistema. Ao jornalista resta apenas alguns traços de individualidade e não mais o total mérito e reconhecimento do trabalho.

As mudanças ocorridas nas funções dos jornalistas, tanto no Brasil, quanto nos EUA, foram fruto de uma transformação na imprensa iniciada na década de 80. A informatização, a mudança no gerenciamento e a própria concorrência modificaram os procedimentos e tornaram as relações mais hierarquizadas, aumentando o anonimato do profissional. Porém, nos Estados Unidos, o autor Anthony Smith afirma que o anonimato não foi uma novidade desta época. Desde o século XIX essa questão já fazia parte do código jornalístico. O anonimato era um ingrediente que afirmava a validade coletiva do jornal e, além disso, o tornava um mecanismo íntegro de informação. Na imprensa dos EUA, a informatização modificou o papel do profissional em dois fatores: na concepção do jornalista como um autor, sendo que sua identidade validava o conteúdo do jornal, e na originalidade decrescente do empreendimento. O

profissional dos anos 80 escalado para integrar o anonimato não é mais aquele da década passada que inclusive fazia uso de artimanhas literárias. Quem fará parte dos anônimos é uma figura muito mais inspirada na sociedade de consumo e no mundo do espetáculo. Em meio a esta crise, a escrita serve muito mais para distribuir traços ou características pessoais, diferenciando o jornalista, do que para afirmar uma expressão. Ocorreu que os profissionais de imprensa dos anos 80 não se sentiram satisfeitos com esse anonimato que figurava o ambiente. Conseqüentemente, houve uma maior auto-exposição do jornalista e a busca por um outro tipo de reconhecimento. A perda de foco de sua antiga figura seria compensada não mais pela afirmação de uma identidade, mas pela necessidade de concretização de uma imagem que o destacasse em meio à redação. “No novo jornalismo, submetido à pressão da concorrência – que afinal resume todos os outros tipos de pressão – os jornalistas também são submetidos a regras mais explícitas, destinadas a aumentar a eficiência do processo coletivo de trabalho. Seria esse, e não mais o ‘talento individual’, o grande trunfo do jornalismo moderno”. (ABREU 2002, p.37)

Já nos anos 90, o jornalismo particulariza ainda mais a relação entre exigências do mercado, papel político do jornalista e inovação técnica. Agora é a informática e a eletrônica que vão modificar a atuação do jornalista. O *boom* destes dois setores atingiu não só a natureza da empresa jornalística quanto a da própria informação. A maior facilidade no acesso fez deste um bem mais variado. Com a internet, a produção da informação se multiplica, tirando-a das mãos exclusivas dos jornalistas. O público se torna bem maior e mais diferenciado, aumentando também a má qualidade das notícias. No que diz respeito ao desempenho do jornalista, sua reclusão na redação, devido a facilidade no acesso às informações, e a burocratização de grande parte de suas tarefas podem ser responsáveis por uma queda na qualidade do jornalismo, transformando profundamente sua atividade. Luís Nassif em ‘O jornalismo dos anos 90’ reafirma o período perigoso que foi esta década para o jornalismo. “Abusou-se do chamado ‘esquentamento’ da notícia, método que levou o jornalismo aos limites da ficção. Em nome do espetáculo atropelaram-se princípios básicos de direitos

individuais, deixou-se de lado a objetividade e a insenção, abriu-se espaço para chantagistas, para dossiês falsos”, relata Nassif. (2003, p.3)

Stella Senra observa que o surgimento de várias produções hollywoodianas que tinham como tema o jornalismo ou os próprios jornalistas se deu por conta de uma percepção do cinema em relação a questões sobre as transformações ocorridas na área jornalística. Porém, continua a autora, a crítica recorrente nestes filmes sobre a atuação do jornalista tem outras bases e deve muito ao clima de competição predominante entre o próprio cinema e a televisão, enquanto veículos de comunicação. Este fato também foi constatado por Asa Briggs.

“Uma audiência realmente de massa começava a crescer explosivamente a cada semana, enquanto o público de cinema diminuía, apesar da popularidade descrita no epíteto ‘era do cinema’ e do difundido slogan de Hollywood: ‘os filmes estão melhores do que nunca’. Em 1953, o presidente Eisenhower escreveu no diário o seguinte: ‘Se um cidadão vai se entediar ao máximo, é mais barato e mais confortável ficar em casa e ver televisão do que sair e pagar um dólar por um ingresso’. (BRIGGS, 2004, p.238)

O autor de “Uma História Social da Mídia” constatou o declínio da popularidade do cinema devido à ascensão da televisão.

“A ida média semanal do cinema caiu de 90 milhões em 1948 para 47 milhões em 1956. O número de salas de cinema chegou ao auge em 1945, com 20 mil casas, e depois caiu para 17.575 em 1948 e 14.509 em 1956. De Hollywood, algumas tentativas de pressão para que a televisão fosse paga não obtiveram sucesso graças ao poder das redes de rádio, embora essa tentativa demorasse a se definir. Em 1948, a Twentieth Century Fox tentou comprar a ABC. Uma das saídas, a venda de filmes para empresas de televisão, só foi concretizada em meados da década de 1950”. (BRIGGS, 2004, p. 239)

Apesar da visível queda do número de visitantes da chamada sétima arte, este meio não se tornou menos prestigiado pela sociedade. O cinema pode ser considerado um mecanismo consagrado perante a população, transmitindo ao longo do tempo as transformações que ocorrem no mundo.

3 - LINGUAGEM

A popularidade do cinema é indiscutível. Com pouco mais de 100 anos, a chamada “sétima arte” já reproduziu os mais variados tipos de personagens ou histórias. Sendo uma das principais fontes de informação do mundo, este meio tem a capacidade de nos transportar ao passado, especular o futuro, recriar vidas, além de nos mostrar idéias novas, debater questões sociais e muitas vezes criticar a sociedade. Como disse Isabel Travancas, a indústria cultural e o cinema particularmente são um campo privilegiado de produções simbólicas e mitos modernos. “O cinema, com seu enorme poder de penetração nos mais diversos grupos sociais ajudou a construir mitos, a divulgar saberes novos, como a psicanálise e a popularizar atividades e profissionais, como foi o caso da imprensa e dos jornalistas. A linguagem cinematográfica transmitiu o impacto das transformações sofridas neste século”, relata a autora. O mundo imaginário do cinema não só nos revela familiaridades e aspectos completamente comuns aos nossos olhos, como também cenas de total estranheza do cotidiano. O cinema é uma mídia muito poderosa e cria uma outra forma de vida, “que nos espelha, ao mesmo tempo em que nos espelhamos nela”, segundo Cláudio Cardoso de Paiva, possuindo muito mais credibilidade do que outros meios que também reproduzem a realidade e existem há muito mais tempo, como a pintura ou a fotografia. Edgar Morin discute sobre algumas prerrogativas do cinema: “Esse fenômeno pode ser explicado, ao que parece por uma característica própria à imagem animada e, por outro lado pelo lugar relativamente preponderante ocupado pelo espetáculo cinematográfico em nossa sociedade. O realismo da imagem animada leva a que se tome como verdade tudo o que ela coloca diante de nossos olhos”. (1972, p.91) O efeito de realidade pode ser considerado a maior riqueza da linguagem cinematográfica, fazendo-a se sobressair perante outros meios de comunicação.

Foi dessa mesma sensação transmitida pelo cinema que Christian Metz (1972) falou em sua obra. O cinema possui um forte mecanismo de credibilidade perante o público e nos propõe de imediato uma interação que nos faz constatar de modo subconsciente a legitimidade daquilo que está sendo transmitido.

“De todos estes problemas de teoria do filme, um dos mais importantes é o da *impressão de realidade* vivida pelo espectador diante do filme. Mais do que o romance, mais do que a peça de teatro, mais do que o quadro do pintor figurativo, o filme nos dá o sentimento de estarmos assistindo diretamente a um espetáculo quase real, como o percebeu Albert Laffay. Desencadeia no espectador um processo ao mesmo tempo perceptivo e afetivo de ‘*participação*’ (não nos entediamos quase nunca no cinema), conquista de imediato uma espécie de credibilidade – não total, é claro, mas mais forte do que em outras áreas, às vezes muito viva no absoluto – encontra o meio de se dirigir à gente no tom da evidência, como que usando o convincente ‘É assim’, alcança sem dificuldade um tipo de enunciado que o lingüista classificaria de plenamente afirmativo e que, além do mais, consegue ser levado em geral a sério”. (METZ, 1972, p.16 e 17)

Segundo Metz, a impressão de realidade é um fenômeno que possui muitas conseqüências estéticas, mas sobretudo psicológicas. Esse sentimento tão direto de credibilidade vale para os mais variados gêneros cinematográficos. Um exemplo que pode ilustrar essa situação são os próprios filmes com jornalistas. Se ao acaso um espectador que não tem maiores conhecimentos em jornalismo ver alguma das obras que serão aqui analisadas, ele conseqüentemente usará o filme como fonte de informação sobre este tema o qual ele não tem domínio. O resultado pode se dar numa concepção de que a vida dos profissionais de imprensa se resume em estrelismo e falta de ética.

No mesmo sentido, Jean-Claude Bernardet salienta que “essa ilusão de verdade, que se chama impressão de realidade, foi provavelmente a base do grande sucesso do cinema. O cinema dá a impressão de que é a própria vida que vemos na tela, brigas verdadeiras, amores reais”. Além disso, “no cinema, fantasia ou não, a realidade se impõe com toda força”. (1980, p. 12 e 13)

As obras hollywoodianas souberam muito bem transmitir o real. Todas elas em geral seguem uma mesma tendência. A narrativa de Hollywood enfatiza o indivíduo e a ação que este deve desempenhar. Segundo o crítico David Bordwell, o filme hollywoodiano apresenta indivíduos psicologicamente definidos, buscando resolverem um problema ou atingirem um objetivo específico na trama. O fim da história se dá com

a vitória ou o fracasso, a solução do problema e consecução ou não dos fins. A personagem é o principal agente causal no filme, sublinhada por seus traços, qualidades e modos de proceder. No filme de jornalista, a forma dominante consiste, de modo geral, no destaque da personagem e no acompanhamento da sua ação no desvendar da notícia. O desfecho coincide geralmente com a revelação da verdade.

O cinema realmente foi e é um benefício para a sociedade. Ao longo de sua existência, ele não só serviu para ser um mero transmissor de histórias, que logo seriam esquecidas pelo telespectador, como também ajudou na formação da veia crítica da sociedade. Os grandes acontecimentos nunca passam despercebidos. Por intermédio do cinema nós fomos capazes de conhecer mais a fundo histórias das civilizações e as transformações da humanidade, além de nos levar a lugares inimagináveis e desconhecidos aos nossos olhos. Jean Claude Bernardet (1980) sabe da importância do cinema não só como fonte de entretenimento, mas também como forma de conhecimento.

“Em princípio não há tema que seja vedado ao cinema, que deixou de ser um meio exclusivo de contar histórias para se tornar também um meio de reflexão política, estética, ética, religiosa, sociológica, etc. Os filmes não são concebidos como mero divertimento, mas procuram levar ao público uma informação, quer seja a respeito do assunto de que tratam, quer seja pela linguagem a que recorrem, que tende a se diferenciar nitidamente do espetáculo tradicional”. (BERNARDET, 1980, p.104 e 105)

Mas até que ponto a mensagem transmitida pelo cinema merece tamanha credibilidade? Algumas das premissas básicas de elaboração de um filme diz que o protagonista é criado segundo a história, e não o contrário. O caso contrário existe, é verdade, mas é pouco freqüente. São pressupostas no protagonista determinadas características que geram uma interação máxima com a história e tem sua razão de ser em função do drama passado. Essas características são importantes para causar confiabilidade e muitas vezes são fatores de extrema relevância para o desencadeamento da trama ou o entendimento dos personagens.

Isabel Travancas nota que o cigarro e a bebida são componentes bastante comuns em filmes de jornalistas. Segundo a autora, “o cigarro compõe um personagem intensamente identificado com seu trabalho e com o estresse que lhe é característico. O bar e a bebida compõem o cenário de relaxamento e sociabilidade”. Estas e outras características foram muito comuns em filmes da década de 90 que traziam o jornalista no enredo. Nesses filmes é percebida a intensa conexão entre as características principais das personagens e a história a qual estavam envolvidas.

Para ficar mais íntimo ao tema também é necessário compreender de que maneiras o cinema se relaciona com o jornalismo.

4 - RELAÇÃO

A relação um tanto quanto próxima do cinema e do jornalismo definitivamente não é uma peculiaridade da década de 90, assim como já fora brevemente exposto no segundo capítulo deste estudo. Para Stella Senra (1997, p.30), o aparecimento do jornalista na grande tela se deu também por conta do clima de competição existente entre a televisão e o cinema. Já Letícia Pimenta Dávila percebeu outros fatores pelo qual o cinema tanto usou o jornalismo em seus enredos. “Já que o leitor acredita no jornal, o mesmo pode acontecer se este personagem for levado para as telas”, revela a autora. Desde o início, o cinema esteve associado ao jornal, divulgando atualidades. “E, como reflexo da realidade social, apropriou-se do jornalismo e sua importância para a sociedade como tema de muitos filmes de ficção” (2003, p.15)

A crítica da mídia começou no cinema. Com pouco mais de uma década de existência, a linguagem cinematográfica já tratava do assunto em *The Power of the Press*, de Van Dyke Brook, 1909. O tempo passou e por todo o mundo já foram estrelados filmes cujo tema envolvia o jornalista ou o jornalismo. Percebe-se, porém, uma grande concentração dessas películas em terreno americano. “Ainda que grandes filmes de jornalista foram, também, produzidos na Itália, no Brasil, na França e na Alemanha, ninguém soube traduzir tão bem o imaginário coletivo que associa a profissão à investigação, à aventura, à independência, ao arrojo, e, igualmente, ao cinismo, à falta de escrúpulos, à arrogância, como o cinema americano”. (BERGER, 2002, p.17) Como também observou Cláudio Cardoso de Paiva em ‘Os jornalistas, os jornais e outras mídias no cinema’ sobre este lado negativo, quase sempre as atitudes dos jornalistas, da imprensa e da televisão exibidos na tela depõem contra a sua dignidade.

O cinema está atento aos acontecimentos do mundo servindo como um tipo de espelho da realidade, expressão esta que já fora usada no capítulo anterior. Enquadrando no contexto, o cinema revelou, à sua maneira, o cotidiano dos jornalistas, a busca e apuração de notícias, o contato com as fontes e, principalmente, o seu

aspecto preferido: a relação do profissional com a ética, tema este que será tratado logo mais neste estudo. É percebido que os filmes que trabalham o jornalismo têm a ética como um eixo importante no desenrolar da história e no desfecho dela. Esta questão, porém, é conhecida apenas por quem convive diariamente com a produção da informação.

Desde o início do século o jornalista figura as telas de cinema. Porém, não é por mero acaso que este personagem é trabalhado a tanto tempo pela indústria cinematográfica. De acordo com a observação de Stella Senra (1997), “a sobrevivência de um mesmo herói ao longo de tantos anos é significativa tanto do interesse do público pela personagem, quanto da sua adequação ao tratamento cinematográfico”. E mais:

“O sucesso do jornalista no cinema pode ser explicado de vários pontos de vista, mas a razão desta preferência por temas ligados à imprensa tem seu fundamento inicial – para ficarmos apenas nas relações entre os dois meios – de um lado no contexto fortemente afetivo que une o leitor ao jornal, e de outro nas afinidades internas que aproximam o registro e a narração cinematográficos e jornalísticos”. (SENRA, 1997, p.38)

Há uma semelhança histórica entre esses dois meios de comunicação. Não só o jornal como também o cinema gozavam de uma “naturalidade” ou transparência no registro dos fatos. Ao longo dos anos, este atributo no cinema foi-se diluindo, diferentemente do que acontecia no jornalismo, que, mesmo em menores proporções, ainda possui esse crédito. Conseqüentemente, a simples presença do personagem jornalista no enredo do filme contaminava as imagens que o acompanhavam, conferindo-lhes uma veracidade a qual o cinema procurava restaurar. Mas o prestígio do jornalismo atualmente não vai bem. Uma pesquisa feita pelo Instituto Gallup nos EUA, divulgada em junho de 2005, mostrou que a confiança do público no jornalismo apresentou nova baixa, com apenas 28% dos pesquisados afirmando confiar no que lhes é passado pela televisão e pelos jornais. Já a semelhança narrativa entre esses dois meios se dá nas suas origens. “Tanto o jornal quanto o cinema americanos

beberam no mesmo modelo narrativo romanesco que consagrou, no cinema, o padrão narrativo hollywoodiano, e no jornalismo, o modelo americano dominante da apresentação da notícia”. (SENRA, 1997, p. 39)

Nos anos 80 e 90 foram produzidos muitos filmes sobre jornalismo, particularmente no cinema norte-americano. Isabel Travancas aponta para um fato peculiar. “Se fosse possível fazer uma análise quantitativa com as profissões mais presentes no cinema, perceberíamos que os jornalistas, e mais recentemente os advogados são os preferidos”, relata a autora de ‘Jornalista como personagem de cinema’. Christa Berger (2002) contabilizou um universo de 25 mil filmes que tratam do jornalismo, não necessariamente como contexto principal na trama.

O fato é que o cinema aderiu a função de vigia da mídia. Reinaldo Maximiano Pereira, em seu estudo ‘O trabalho jornalístico como elemento de composição ficcional no cinema americano’ cita uma questão colocada pelo jornalista Alberto Dines, que fala do cinema, como sendo a primeira arte das massas, é também o mais persistente observador da imprensa, sempre acompanhando os fatos de destaque na mídia e também alguns abusos, transportando-os inevitavelmente para as telas. Este fato também foi constatado no Observatório da Imprensa. O artigo intitulado ‘Jornalistas não prestam no cinema’, de julho de 2005, fala que a expansão dos meios e a variação dos padrões fez o respeito do público pela mídia declinar. Sites de fofocas na internet e histórias como a do repórter-plagiador do *New York Times* Jayson Blair e dos documentos forjados na matéria sobre o histórico militar do presidente Bush, no 60 minutos, foram alguns dos casos que ajudaram a causar os danos. “Quanto mais a confiança cai, mais o cinema tende a mostrar repórteres de maneira desfavorável e, num efeito cascata, quanto mais repórteres de má reputação aparecem na tela, mais esta imagem se firma”, discorre o artigo. Outro exemplo da vigilância da imprensa pelo cinema podemos ver em ‘Quiz Show – A Verdade nos Bastidores’(1994). Este filme, de Robert Redford, lembrou um caso escandaloso da TV americana passado na década de 50, quando se desvendou a grande armação de programas do tipo perguntas e respostas. Como se vê, o jogo da mídia sempre foi um prato cheio que o

cinema adorou e adora refletir. Um caso recente é o filme ‘O Preço de uma Verdade’ (2003). O filme é baseado em fatos reais e conta a história do jornalista Stephen Glass, que inventou parcialmente ou totalmente 27 dos seus 41 artigos publicados no jornal *New Republic*.

Em seu estudo, Isabel Travancas trata do jornalista hora como sendo o herói e também o bandido na linguagem cinematográfica. Em sua pesquisa realizada em 1993 sobre o envolvimento do jornalista com a profissão, a idéia de jornalista herói pelo cinema, cuja profissão vem em primeiro lugar, lutando em prol da sociedade e algumas vezes se colocando acima da lei, quando a justiça ou a polícia não são capazes, encontra refúgio, visto que os jornalistas entrevistados na pesquisa diziam-se “viciados” em jornalismo, como se o trabalho fosse uma “cachaça” e não conseguiam se imaginar trabalhando em outro ramo.

Aqui, porém, será tratado apenas de um dos estereótipos do jornalista, o que se apresenta como um profissional que não mede esforços para o reconhecimento de uma reportagem ou de uma imagem, manipulando informações, desvirtuando e até modificando o rumo da notícia. Fato este, que quando transmitido pela linguagem cinematográfica, é absorvido sem maiores filtros pelo telespectador, já que o cinema é causador de uma impressão da realidade, assim como já fora visto no terceiro capítulo.

Assim como a vários filmes que evocam um certo tipo de personagem, os filmes sobre jornalista têm sua origem na realidade, com características em comum que marcam o cenário. Como qualquer outro, o filme de jornalista não constitui por sua vez um mero reflexo da realidade cotidiana dos jornais. Senra cita o crítico Thomas Shatz para falar sobre este assunto. “Uma vez que uma história se repete no cinema e se refina até chegar a uma fórmula, sua base de experiência vivida dá lugar a uma lógica interna que não diz mais respeito ao seu mundo de origem, mas é definida pelas normas específicas de cada narrativa cinematográfica”. (1997, p.45) No mesmo sentido, a autora também cita Howard Good que fala que “a vida dos jornais tem de ser estilizada e simplificada de modo a atender às expectativas do público e às regras do

gênero”. (SENRA, 1997, p.45) Em conseqüência, o jornalista do cinema foi concebido sob uma única face, a que leva em conta o desempenho de uma função, de onde são extraídas as poucas características e qualidades capazes de assegurar o seu reconhecimento como mais um habitante do mundo ficcional, resultando no surgimento do estereótipo.

5 - ESTEREÓTIPOS

O jornalista americano Walter Lippman (1922) foi precursor no tratamento dos estereótipos. Deve-se a ele uma das primeiras conceituações do termo, considerado, então, de acordo com seu texto, como uma imagem simplificada do mundo, formada a partir de generalizações nem sempre corretas, sobre grupos ou categorias de pessoas, com o objetivo de satisfazer a necessidade de se ver o mundo de modo mais compreensível do que ele realmente o é. É exatamente esse método que o cinema utiliza. O filme com jornalistas, por exemplo, como também qualquer outro, não constitui um mero reflexo da realidade cotidiana dos jornais, assim como fora observado no capítulo anterior. Stella Senra cita o crítico Thomaz Shatz para falar sobre o modo como opera a dinâmica entre a chamada “realidade” e a forma ficcional. Na elaboração de uma história para o cinema, ao ser refinada até chegar na fórmula final, a base de experiência vivida é substituída por uma lógica interna que não diz mais respeito ao mundo de origem, mas às normas específicas de cada narrativa cinematográfica. Há uma simplificação e uma estilização da vida, para se atender às expectativas do público e às regras dos gêneros. (SENRA, 1997, p. 45)

Segundo Senra, a exigência da simplificação ocasionou no cinema a criação de personagens pouco individualizadas e sem profundidade.

“Concebido segundo esta mesma concisão que nos deu, igualmente no contexto urbano, o policial, o gângster e o detetive, o jornalista criado no cinema também foi desprovido de consistência psicológica e de história de vida, sendo apresentado, como estes companheiros, sob uma única face: aquela que leva em conta o desempenho de uma função, de onde são extraídas as poucas características e qualidades capazes de assegurar o seu reconhecimento como mais um habitante do mundo ficcional”. (1997, p.45 e 46)

Já a conotação negativa é reconhecida muito mais facilmente na narrativa, não só em personagens como o gângster ou o jornalista. Para Lima (1997, p.51), os estereótipos “podem ter conotação positiva. Mas estes, porque são menos freqüentes e dão origem a uma menor controvérsia social, têm sido muito menos investigados”.

Lippman (1922, p.157), no seu estudo sobre estereótipos, observa que em toda a experiência da raça não houve ajuda à visualização comparável a proporcionada pelo cinema. “Não pode haver dúvida de que o cinema esteja construindo constantemente imagens, que são, depois, evocadas”, declara o jornalista. Conseqüentemente, a linguagem cinematográfica contribui maciçamente para a perpetuação dos estereótipos por todo o globo terrestre.

Um exemplo de estereótipo que pode ser aqui citado, pelo fato de ser constatado nos filmes que serão aqui analisados, é o de gênero. Maria Cristina Ferreira explica melhor as características atribuídas ao estereótipo homem e ao estereótipo mulher:

“A análise dos diferentes estudos empíricos realizados com o intuito de se caracterizar o conteúdo dos estereótipos de gênero demonstra que, apesar das diferenças existentes entre eles (...) os seus resultados convergem para a tendência de apontarem, como mais característicos do homem, traços que refletem uma orientação para a ação e a realização e, como mais característicos da mulher, traços que refletem uma orientação para o contato com os outros”. (1993, p.45)

Já Stella Senra procura o estereótipo inaugural do jornalista e o acha em meados do século anterior, com a *penny press*, meio de comunicação que não só vendia jornais a um preço acessível, como também trazia temas que os jornais partidários ignoravam e que refletiam os problemas das classes populares nesta era de desigualdade social. O crítico de cinema o descreveu principalmente de “forma negativa como um mercenário, que só trabalha por dinheiro, sem instrução mas orgulhoso da sua ignorância, em geral bêbado e orgulhoso do seu alcoolismo – e, além de tudo, cínico”. (1997, p.46) Rastreado o lastro histórico dessa construção, Senra encontra as bases do primeiro estereótipo do jornalista, que garante consistência e adesão do público. O mercenarismo do jornalista, por exemplo, tem sua origem na remuneração inicial deste profissional, que sempre o levava a negociar com o editor. Esse fato também conferiu uma imagem de jornalista romântico, idealista e dedicado ao trabalho, apesar da pouca compensação econômica. Já a ignorância associada ao jornalista pode ser explicada inicialmente por conta da baixa extração social dos primeiros profissionais da área e da

ausência de exigência de um diploma para exercer a atividade. O alcoolismo tão comum entre esse tipo de personagem é uma herança do contexto boêmio em que viviam os profissionais da imprensa. O álcool também atuava para sensibilizar os jornalistas frente à aspereza do trabalho. O cinismo, que de acordo com Senra talvez seja esta a característica mais atribuída aos jornalistas através dos tempos, permitia um olhar oblíquo sobre o mundo, além de revelar uma obstinação e apego em relação à concretude dos fatos. (1997, p.47- 49)

“Uma das características do suposto cinismo do jornalista, que viria de resto a facilitar o processo da sua transformação em personagem, se deve igualmente ao fato de que esta qualidade implica um certo recuo da pessoa em relação a si mesma, um deslocamento que facilita a auto-consciência do jornalista, colocando-o em condições de se ver ‘de fora’ e, portanto, desde já como ‘imagem’ ”. (1997, p.50)

Como salientou Walter Lippman, “o que importa é o caráter dos estereótipos e a ingenuidade com que os empregamos”. (1922, p.157) É impossível para qualquer ser humano não fazer parte dessa codificação a qual o mundo está inserido. O problema não é esse. O problema está em como esses códigos se apresentam.

“Se nessa filosofia, admitimos que o mundo é codificado segundo o código que possuímos, tenderemos a fazer que nossos relatórios do que está acontecendo descrevam um mundo dirigido pelo nosso código. Mas se nossa filosofia nos diz que cada homem é apenas uma pequena parte do mundo, que sua inteligência capta, na melhor das hipóteses, simples fases e aspectos numa rede grosseira de idéias, ao utilizarmos nossos estereótipos, tendemos a saber que são apenas estereótipos, a tratá-los despreocupadamente, a modificá-los prazenteiramente”. (1922, p.157)

Num estudo elaborado por Marcos Emanuel Pereira sobre o tema tratado neste capítulo, o autor aponta quatro fatores mais significativos para a caracterização dos estereótipos: consenso, homogeneidade, distintividade e os fatores descritivos e avaliativos. A natureza consensual se dá na consideração dos estereótipos como produtos compartilhados amplamente no interior de um grupo social, apesar do

processo de ativação e aplicação dos estereótipos ser completamente individual. A admissão de uma certa homogeneidade é atribuída devido a um certo grupo ser portador de uma série de traços comuns, capazes de servirem como critérios para a atribuição do estereótipo. A característica da distintividade pode ser encarada como uma consequência da homogeneidade, já que, se um grupo possui traços suficientes para que possa ser visto como homogêneo, diferenciá-lo de outros grupos não deve ser uma tarefa difícil. (2002, p.51)

“Enfim, a caracterização dos estereótipos exige que sejam feitas referências aos seus elementos descritivos e avaliativos, uma vez que eles têm sido amplamente utilizados não apenas para descrever o comportamento e os traços de um determinado grupo social, como também para se referir aos atributos positivos ou negativos de determinadas categorias sociais (por exemplo, o paulista trabalhador e o baiano festeiro ou então o paulista arrogante e o baiano preguiçoso). Desta forma, embora não seja possível igualar os estereótipos aos preconceitos, podemos dizer que eles carregam um forte componente avaliativo impossível de ser desprezado”. (PEREIRA, 2002, p.51)

É sabido que os estereótipos influenciam os processos atencionais, especialmente porque eles afetam a atenção seletiva de quem está percebendo e a dirige para aspectos particulares da informação e ignora outros elementos considerados irrelevantes à situação. O resultado disso é a redução da complexidade informacional, evitando assim a necessidade de um processamento mais profundo da informação. Como se não bastasse, os estereótipos também influenciam as interpretações e as conclusões realizadas a respeito dos diversos estímulos existentes no ambiente social. “Além disso, os estereótipos também afetam a maneira pela qual a informação é organizada e representada na memória, sobretudo ao permitir uma melhor memorização dos conteúdos que confirmam os estereótipos, dado que eles podem ser mais facilmente assimilados dentro dos esquemas mentais disponíveis.” (PEREIRA, 2002, p.115- 116)

Este material previamente codificado e armazenado na memória desempenha um papel decisivo no controle da atenção. De acordo com Pereira (2002, p. 128), um

aspecto significativo quando se discute a codificação e os estereótipos envolve o denominado princípio do menor esforço. As pessoas tendem a resistir às tentativas de modificação da maneira através da qual percebem o mundo externo, dando preferência às informações que são consistentes com as suas visões de mundo. Além do mais, as pessoas parecem ter uma tendência a utilizar a informação que se encontra mais facilmente disponível. Lippman também percebeu esta economia de esforço no que diz respeito ao cinema. O autor descreve sobre como a linguagem cinematográfica nos poupa de um trabalho de interpretação que outros tipos de arte, como a fotografia por exemplo, nos propõe, o que ocasiona, inclusive, na diluição da nossa veia crítica. Conseqüentemente, tenderemos cada vez mais a assimilar o que nos é transmitido como a mais pura realidade.

“Qualquer descrição verbal ou mesmo qualquer imagem inerte requer um esforço de memória para que a imagem comece a existir no espírito. Na tela, porém, todo o processo de observar, descrever, relatar e depois imaginar já foi realizado para nós. Sem outro trabalho que o necessário para nos mantermos acordados, o resultado a que nossa imaginação visa sempre se desenrola na tela”. (LIPPMAN, 1922, p.158)

Há uma questão que incita grandes dúvidas entre os estudiosos do assunto. “Seria possível identificar algum indício objetivo de que os traços estereotipados atribuídos aos vários grupos possuiriam algum fundo de verdade?”, pergunta-se Pereira (2002, p.141) A busca por uma resposta concreta foi quase inteiramente substituída por um entendimento de que “o processo de estereotipização levaria necessariamente a uma concepção inaccurada a respeito dos traços atribuídos aos grupos estereotipados”. (2002, p.144) Porém, ressalva o autor, a explicação para altos níveis de compartilhamento em certos grupos pode ser entendida desde que “os estereótipos fossem concebidos como a expressão de crenças e normas culturais que seriam associadas a uma espécie de ‘eu social público’ e que deveriam ser diferenciadas das atitudes privadas, que refletiriam estritamente as experiências pessoais individualizadas”. (2002, p.142)

Dado a base para o entendimento dos estereótipos, é necessário agora se fixar nos princípios jornalísticos para averiguar a possível oposição que o estereótipo do jornalista se coloca perante este profissional na vida real.

6 - PRINCÍPIOS

Não precisa estar bem informado para saber da estreita relação entre o jornalismo e a verdade. Bill Kovach aponta, para o bem da sociedade, a necessidade do jornalismo e da verdade que o norteia. O que o jornalismo procura é uma forma prática e funcional da verdade. Não se fala aqui daquela verdade no sentido absoluto ou filosófico, mas sim da perseguição da verdade num sentido por meio do qual possamos funcionar no dia-a-dia. Este princípio do jornalismo pode ser apontado, segundo Kovach, como um dos motivos que o faz uma atividade tão particular e crível perante o público.

“Essa ‘verdade jornalística’ é muito mais do que uma simples precisão. É um processo seletivo que se desenvolve entre a matéria inicial e a interação entre o público leitor e os jornalistas, ao longo do tempo. Esse princípio básico do jornalismo – a busca desinteressada da verdade – é , em última instância, o que diferencia a profissão de todas as outras formas de comunicação”. (2003, p.68)

Para Daniel Cornu (1997, p.16), a credibilidade dos meios de comunicação possui íntima ligação com a veracidade das notícias transmitidas, com a honestidade com que são tratadas e com a exatidão do conteúdo. Segundo o autor, o fator verdade é decisivo. Para que a imprensa seja considerada boa, ela deve corresponder às exigências propostas pela verdade: as informações têm de ser exatas e verificadas, transmitidas imparcialmente, com opiniões expostas com honestidade e sem preconceitos e os relatos jornalísticos tem de ser absolutamente verídicos e autênticos.

A questão da verdade está intimamente ligada com a questão da ética. Segundo Cornu (1997, p.22), os códigos deontológicos e os conselhos de imprensa se baseiam em três objetivos gerais. São eles:

- Assegurar à população como um todo a informação exata, honesta e completa à qual ela tem direito, e oferecer proteção contra abusos e desvios;

- Proteger aqueles cuja profissão é informar, contra todas as formas de pressão ou de constrangimento que os impeçam de transmitir à população a informação assim definida, ou que os induzam a agir contra sua consciência;
- Assegurar da melhor maneira possível a circulação da informação dentro da sociedade, de acordo com a missão fundamental da imprensa nos regimes liberais.

Felipe Pena (2005, p.120-121) também cita o código de ética dos jornalistas. Dentre os vários artigos, alguns podem ser aqui apontados. Com relação ao direito à informação, o artigo terceiro do código diz que “a informação divulgada pelos meios de comunicação pública pautar-se-á pela real ocorrência dos fatos e terá por finalidade o interesse social e coletivo”. O artigo sétimo, sobre a conduta profissional do jornalista, fala que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação”. No referido código, é proibido ao jornalista “submeter-se a diretrizes contrárias à divulgação correta da informação” ou “concordar com a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, políticos, religiosos, raciais, de sexo e de orientação sexual”. Já com relação à responsabilidade profissional do jornalista, este profissional deve evitar divulgar fatos “com interesse de favorecimento pessoal ou vantagens econômicas” e “de caráter mórbido e contrários aos valores humanos”.

Cornu alerta ainda para o fato do grande interesse da mídia por questões de ética normativa.

“Ela revela, igualmente, uma tendência utilitarista cujo objetivo final é conciliar a aplicação de regras com práticas e costumes permitindo responder às supostas expectativas do público e de maximizar assim os benefícios da atividade ligada à produção de notícias. Ela indica um recurso à utilização estratégica da ética: pela fixação de normas, transmitir uma boa imagem da profissão ou do meio de comunicação, estimular uma sensação de confiança no público, promover o reconhecimento e maior credibilidade, dissuadir os poderes públicos de intervir na regulamentação do jornalismo”. (1997, p.26)

Uma das responsabilidades essenciais dos jornalistas e da mídia que raramente é mencionada nos códigos de deontologia ou em outros termos normativos consiste numa observação ativamente crítica da realidade: tratar de situações problemáticas ou litigiosas antes que estas se tornem ocorrências explosivas. Esse dever de informação preventiva sem dúvida é causador de várias falhas na mídia moderna. (CORNU, 1997, p.47)

Voltando para o campo da ética, Kovach (2003) afirma que no fim das contas o jornalismo é uma questão de caráter. Isabel Travancas (1993) averigua esta situação, que tem seus fundamentos na ética profissional. A pesquisa feita pela autora constatou que para a grande maioria dos entrevistados, o código é muito subjetivo e varia de pessoa para pessoa, se baseando muito mais na consciência de cada um do que em normas preestabelecidas. Pena também abrange esse contexto e cita o conceito de ética jornalística feita por Cláudio Abramo como a mais criativa das definições: “Sou jornalista, mas gosto mesmo é de fazer móveis, cadeiras, e minha ética como marceneiro é igual a minha ética como jornalista – não tenho duas. Não existe uma ética específica do jornalista: sua ética é a mesma do cidadão”. (2005, p.114) Abramo (1988, p. 26) ainda considera que “o jornalista não tem ética própria (...). A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão, é ruim para o jornalista”.

A ética, portanto, é um assunto intimamente relacionado com a comunicação e não pode ser considerado finito. Bucci chama atenção para um outro aspecto da questão: “A ética não se confunde com as catilinárias moralistas, mas, enraizada que está nos costumes, tem existência social e se altera historicamente. É uma dimensão da convivência humana”. (2000, p.84)

Porém, não são só os profissionais e a ética que fazem um bom jornal. Para Bucci é a credibilidade pública que sustenta as empresas jornalísticas. O cidadão é fator de extrema importância na difusão das informações pelos meios de comunicação. “A razão de ser [do jornalista] não é a empresa que lhe paga o salário, mas a existência do direito à informação, o qual pertence ao cidadão. Este é o destinatário do trabalho

jornalístico. (2000, p.46) Novamente de acordo com o autor, “o jornalismo consiste [freqüentemente] em publicar o que os outros querem esconder mas que o cidadão tem direito a saber. Isto é notícia: a informação que, uma vez revelada, afeta as expectativas do cidadão”. (2000, p.41) Esta ânsia por expectativas pode ser apontada como um dos motivos que levou à criação de um personagem jornalista tão sedento por reconhecimento, na linguagem cinematográfica.

Como se constatou, é impossível a concepção do jornalismo sem a ética como fator crucial para o desenvolvimento da atividade. A questão é a série de filmes produzidos indo no sentido contrário desta afirmação. Por conta disso, serão analisados três obras que ilustram essa situação, abordando personagens jornalistas que diariamente se envolvem com essa distorção no cotidiano do meio profissional.

7 - ANÁLISE

7.1 - 'O Poder da Notícia'

O filme 'O Poder da Notícia' é baseado numa história real e conta a história de um jornalista muito popular nos Estados Unidos nos anos de 20 a 60. O filme começa de maneira clássica em obras hollywoodianas: mostra a infância de Walter Winchell, personagem interpretado pelo ator Stanley Tucci. Apresentando parte da infância e da adolescência de Winchell, o filme está nos transportando ao passado e ambienta o espectador ao ano de 1905 em Nova York. Essa passagem ao passado é importante para compreender a característica principal que o personagem apresentará no futuro.

Logo na primeira cena com o personagem adulto e exercendo a profissão, Winchell usa métodos nada leais para conseguir sua notícia. Em poucos minutos de filme, o personagem mente, engana, chantagia e, desta forma, alcança seu objetivo de entrar numa sala proibida, onde apenas políticos festejando tinham acesso. Esta cena é um bom exemplo para ilustrar aquilo que fora falado no terceiro capítulo sobre “o imaginário coletivo que 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) tão comum no cinema americano sobre jornalistas. Outro aspecto que pode ser visto neste filme, e que é bem comum para Hollywood quando trabalha personagens jornalistas, é a visualização da rotina deste profissional. À sua maneira, o filme revelou o cotidiano do jornalista Walter Winchell, a busca e apuração de notícias, o contato com as fontes e a ética que norteou todos estes processos, sendo este um ponto de extrema importância para se entender o contexto da história e do personagem.

Pode-se perceber na primeira cena no ambiente da redação um traço característico em filmes de jornalista. O cigarro, como sugeriu Isabel Travancas, aparece para mostrar “um personagem intensamente identificado com o seu trabalho e com o estresse que lhe é característico”. A segunda vez que o cigarro aparece coincide

com a segunda cena na redação. Ao longo de todo o filme, nota-se que a presença do cigarro se dá em situações de trabalho, negócios ou momentos de tensão, nunca em cenas de descontração ou relaxamento do personagem. A bebida, outro componente importante apontado por Isabel Travancas, não se afirma aqui. Ao contrário, Walter Winchell vai a uma festa e pede um bule de café para beber. Porém, esta bebida conota um sentido de extrema atenção que o personagem precisa para ouvir as conversas dos convidados da festa. É dessa maneira que ele obtém grande parte de suas notícias.

Continuando com Isabel Travancas, assim como foi analisado em uma pesquisa elaborada pela autora para avaliar o envolvimento do jornalista com a profissão, o personagem Walter Winchell apresenta um alto nível de comprometimento com o seu trabalho, deixando entender que sua profissão tinha muito mais importância do que a própria família, que aparece em apenas três momentos e em espaços consideráveis de tempo. Na primeira vez, os filhos são ainda pequenos e a demonstração da ausência do pai não passa despercebida. Neste momento, Winchell fala com a esposa de um quarto de hotel, o qual ele se refere como sua moradia. No segundo momento, a filha, já adolescente, pede para sair, mas a mãe a proíbe porque é o final de semana que o pai está em casa depois de um mês de ausência. A terceira e última ocasião em que aparece a família reunida mostra o personagem principal numa tentativa de aproximação com os filhos, que agora são adultos, e com a esposa. Nesta cena, pode-se perceber a falta de interação na família e o mau relacionamento que Winchell tem com ela. Em compensação, o comprometimento engajado que ele tinha na sua relação profissional se mostrava muito maior e mais valorizado do que qualquer laço familiar.

Além desse aspecto nada agradável da relação de Winchell com sua família, ao longo de todo o filme é percebida a simplificação e estilização de vida sofrida pelo personagem. O foco principal da obra está no desempenho da função de Walter Winchell. Todas as características atribuídas ao personagem tiveram como função primordial enfatizar esta função. É percebido que as principais características de Winchell têm conotação negativa, conotação esta que é muito comum quando está se

tratando de estereótipos. Além disso, o personagem é do sexo masculino e, de acordo com o estereótipo de gênero citado por Maria Cristina Ferreira (1993), seus traços refletem uma orientação para a ação e realização. A realização a qual Winchell pretende alcançar é a exposição da sua coluna na primeira página do jornal e é isso que ele persegue durante todo o filme, visando sempre suas ações para a execução deste objetivo. Já as características principais desse personagem encontram abrigo nas afirmações de Stella Senra (1998). Winchell possui duas características marcantes que afirmam o estereótipo do jornalista: a ignorância em suas relações e o cinismo tão presente em suas ações. Além disso, Winchell vai contra tudo o que já fora falado nos códigos de ética jornalísticos. Ele em momento algum busca desinteressadamente a verdade, não verifica as informações, não as transmite imparcialmente, com honestidade e sem preconceitos, além de não garantir total veracidade e autenticidade nos relatos. As informações divulgadas tinham primeiramente o interesse do próprio Winchell e depois o interesse social e coletivo. Ele escolhia as notícias que podiam destacá-lo e não as que realmente poderiam acrescentar alguma coisa ao público.

O filme 'O Poder da Notícia' é outro exemplo que pode ser citado sobre a observação da imprensa pelo cinema. Walter Winchell foi precursor num tipo tão comum de jornalismo nos dias de hoje – o sensacionalista. Teve por muitos anos grande destaque na mídia e os abusos cometidos por ele definitivamente não passaram despercebidos e muito menos com pouco destaque neste filme que conta a história de sua vida. O final resume exatamente o que o filme quis mostrar durante todo o desenrolar da história: Winchell era um jornalista extremamente ganancioso e arrogante e, como tal, não alcançou seu objetivo e morreu abandonado por todos.

7.2 - 'A Fogueira das Vaidades'

'A Fogueira das Vaidades' surgiu primeiramente nas páginas de um livro e em 1990 ganhou as telas do cinema. O filme conta a história de um profissional da imprensa na busca por um objetivo. Na primeira cena em que aparece o jornalista, este se encontra indo para um compromisso aparentemente muito importante e, ao sair do

carro que o transportava, segurava uma garrafa de bebida e um copo cheio na mão, aparentando estar embriagado. Esta também é a primeira cena do filme, que logo sugere a imagem de um jornalista bêbado e alcoólatra. Na segunda cena em que ele aparece, não só está bebendo, como fumando também. Aqui, mais uma vez foram identificados estes dois componentes tão comuns em filmes de jornalistas. A diferença é que, desta vez, o cigarro e a bebida o acompanham durante todo o filme e receberam um destaque bem mais significativo na composição do personagem.

Peter Fallow (Bruce Willis) é um jornalista derrotado, desmotivado, irresponsável e constantemente bêbado. Vê uma virada na sua carreira quando supostamente um milionário atropela um negro num dos bairros mais violentos da cidade. Sem provas, nem informações de fontes ou uma apuração mais investigada, Fallow publicou uma matéria de capa do jornal onde trabalhava sobre o tema. Ele sabia que a história não tinha reais fundamentos, mas “sentia” que dali podia sair uma boa matéria. Tinha conhecimento do exagero do caso, mas mesmo assim iria usá-lo para tentar escapar da sua carreira decadente. Ele próprio diz que “alguma coisa era até verdade”. Depois disso, sua reação foi rir ironicamente.

O jornalista descobre que quem dirigia o carro não era Sherman McCoy (Tom Hanks), mas sim sua amante. Porém, seguindo interesses de terceiros e indo no sentido contrário a algumas afirmações impostas pelo código de ética jornalístico, não publicou este fato. A justificativa de Fallow para isto é a seguinte: “Se trabalha num prostíbulo só há uma coisa a fazer. Ser a melhor prostituta da casa”. Vê-se que ele denigre não só a sua pessoa, como todo o ambiente de trabalho. A frase posterior a essa afirmação confirma a falta de profissionalismo e de valores deontológicos envolvendo o personagem: “E começava a ver maiores possibilidades para mim”. Ou seja, estava vendo um futuro promissor na sua carreira fazendo uso de métodos nada leais, mas assim chegaria ao lugar almejado. Na cena seguinte, quando Peter Fallow interroga a pessoa que instalou microfones no quarto alugado pela amante de McCoy, a ganância nada honesta do jornalista novamente se afirma. Ele agora acha que a

história era mais do que uma reportagem: “Isto daria um livro. Um grande livro. Daria até prêmio”.

No final, a cena que aparece é a que começou o filme. Peter Fallow está sendo homenageado, é o homem do momento e ganhador do prêmio *Pulitzer*, do *National Book Award* e de vários outros por conta do livro que escreveu, onde conta esse caso da vida do milionário Sherman McCoy.

Seguindo a tendência das obras hollywoodianas, o filme “A Fogueira das Vaidades” enfatiza um indivíduo e a ação que este deve desempenhar. Pode-se apontar o jornalista Peter Fallow como o indivíduo que busca o sucesso e tenta sair da decadência em que se encontra. E diferente do personagem do filme ‘O Poder da Notícia’, o fim da história deu-se no alcance do objetivo de Fallow, ou pode-se dizer que a verdade não saiu vitoriosa.

Novamente aqui foram identificadas as características apontadas por Berger (2002) acerca do jornalista figurado no cinema. O cinismo, a falta de escrúpulos e a arrogância são traços que podem ser vistos sem dificuldades em Peter Fallow. Seguindo a regra dos estereótipos de gênero, o personagem deste filme também é homem. Outras características estereotipadas que foram percebidas são a ignorância, o cinismo e, sobretudo, o alcoolismo. A questão da ética na obra de Brian de Palma afirmou-se como um eixo importante no desenrolar da história e no desfecho dela. Desviando-se das regras deontológicas, o jornalista alcançou lugar de destaque não só no meio profissional, como também perante a sociedade.

7.3 - ‘O Quarto Poder’

A primeira cena do filme se dá com uma conotação bastante interessante. O jornalista está montando seu microfone, mas o que parece é que ele está equipando uma arma de fogo. Esta cena transmite a idéia do grande poder que o jornalista tem nas mãos por conta de sua ocupação. Essa imagem inicia a trama do filme, que conta

a história de um jornalista que tenta se promover, fazendo uso da influência e da força da sua profissão.

Logo no início, o personagem Max Brackett (Dustin Hoffman) demonstra sua insatisfação no jornal onde trabalha e seu anseio em voltar a trabalhar em Nova York, num jornal maior e mais reconhecido, onde o destaque da sua pessoa, conseqüentemente, também poderia ser maior. Ele vê uma oportunidade de crescimento quando presencia o início de um seqüestro. Nesse momento, o grande interesse por um furo de reportagem é constatado porque, ao invés de contatar a polícia, ele primeiramente quer entrar ao vivo na televisão. Observa-se que, para o jornalista, a matéria pode ser mais importante do que ajudar as pessoas que foram presas no museu. Quando vai repassar a informação sobre o que estava ocorrendo lá dentro, ele fala que as crianças presentes no local estavam com muito medo e aterrorizadas. Porém, a realidade que acontecia no museu era outra. Max Brackett era o único que tinha acesso ao que estava acontecendo e, sem pensar duas vezes, manipulava a informação.

Não é por mero acaso que aparece um figurante pregando a palavra de Deus em frente a uma loja de televisores, cujos aparelhos estavam transmitindo a notícia sobre o museu. Ele dizia: “Isso não é notícia, irmãos! São só histórias do mundo-cão que acontecem todos os dias!”. Este figurante salienta a proposta do filme, que seria uma crítica à televisão e aos seus mecanismos de funcionamento.

A partir do momento em que Brackett tem contato com Sam Baily (John Travolta), o seqüestrador, que o descobriu dentro do museu, ele começa a dar instruções, sugerindo falas e ações ao homem. “Peça um carro veloz, um jatinho ou um ônibus. Você tem de fazer uma exigência válida ou eles ficarão nervosos” ou “uma coisa que você precisa fazer, antes de se entregar, é dizer a elas o que você sente!”. E ainda: “Se eu botar uma câmera aqui, e te entrevistar, e você disser o que se passa, as pessoas vão querer ouvir”. Nota-se que todas as recomendações de Brackett rumam para uma história que ele mesmo está criando e não o que realmente está acontecendo. O

grande interesse do jornalista se revela quando ele vai sair do museu e Sam Baily pergunta como vai saber se Max Brackett vai voltar. A resposta revela a única preocupação de Brackett: “Porque seu ibope está alto, Sam”.

Depois de algum tempo, toda a imprensa está do lado de fora do museu e esse é o principal assunto de todos os jornais. Brackett conseguiu dar à história a dimensão que queria. Na ilha de edição, o jornalista assiste a uma entrevista dada pelo diretor da escola em que Baily estudou, mas ele não fala bem do ex-segurança do museu. Max então edita a matéria de uma maneira que pareceu que o diretor favoreceu Sam Baily. Percebe-se que o jornalista manipula a informação intensamente.

O filme ‘O Quarto Poder’ coincide sua principal questão com um aspecto que é o preferido no cinema hollywoodiano, quando se trata de filmes com jornalistas: a relação do profissional com a ética. Essa questão norteia o filme desde o início e é um eixo de extrema importância ao longo da história. ‘O Quarto Poder’ transparece o que foi dito no terceiro capítulo deste estudo, sobre a existência de um jornalista que se apresenta como um profissional que não mede esforços para o reconhecimento de uma reportagem ou de uma imagem, manipula informações, desvirtuando e até modificando o rumo da notícia.

Outro aspecto interessante que pode ser citado é o que foi notado por Stella Senra (1998) sobre a ignorância atribuída ao jornalista. Essa questão no filme pode ser vista no filme. Numa conversa com Sam Baily, Brackett revela que não tem curso superior e que só chegou onde está por conta do seu carisma. Nesta mesma conversa, o jornalista revela que já foi casado com três mulheres e que a última foi embora levando seu único filho, sem nem o esperar sair. Max Brackett não fala a razão das separações, mas subtende-se que a sua dedicação à profissão é o motivo pelo qual ele não consegue se dedicar à família. Este é o único momento em que é abordado algum outro assunto que não seja relacionado ao trabalho. Isso porque o personagem desse filme é desprovido de consistência psicológica e de história de vida. Esse filme exemplifica a afirmação de SENRA (1998). Brackett é um personagem pouco

individualizado, sem profundidade e foi concebido de maneira concisa. Houve uma simplificação e estilização de vida, para se atender às expectativas do público e às regras dos gêneros.

Em compensação, a característica de repórter sensacionalista é enfatizada. Em uma conversa com sua ajudante, Max a parabeniza por uma entrevista feita por ela: “Viu? Essa é a campeã! Viu o que você fez? Conseguiu que essa doce velhinha dissesse que Sam ama esse cachorro sarnento ridículo”. Max Brackett conseguiu o que queria. Transformou o acontecimento num show para a televisão. Outra prova disso é quando o presidente da emissora liga para ele combinando um horário para Sam Baily se entregar:

Presidente: Max, estão sugerindo que...

Max: O quê?

Presidente: ...se você puder controlar a situação, e eu disse que não... não seria nada mau se Baily se entregasse à noite.

Max: Horário nobre?

Presidente: A terça-feira anda bem fraca

Nota-se que a última coisa que Brackett busca é uma forma prática e funcional da verdade ou, simplesmente, a busca desinteressada da verdade. O jornalista vai em sentido contrário a essas questões, que são bases para se trabalhar com jornalismo. Enquadrando no contexto de Daniel Cornu (1997) pode-se dizer que a imprensa no filme não é considerada boa. Percebe-se também que Max Brackett vai contra qualquer código de ética ou valor deontológico envolvendo a profissão.

Novamente se enquadrando na tendência de filmes hollywoodianos, ‘O Quarto Poder’ segue a mesma linha. O filme, cujo personagem é do sexo masculino, se baseia principalmente no destaque do personagem e nas suas ações na produção da notícia. A verdade também foi revelada e o final culminou com o fracasso de Max Brackett.

8 - CONCLUSÃO

Após a análise dos filmes, que abrangem o personagem jornalista no enredo principal da história, alguns aspectos em comum puderam ser percebidos. Todos estes personagens possuem um “furo” para transformar notícias não muito interessantes em histórias que despertam e cativam o interesse do público. Eles estão constantemente à procura desse “furo”, que, segundo Isabel Travancas, “nada mais é do que a possibilidade de diferenciação dentro da profissão, de individualização, de conquista de notoriedade e, portanto, de escape do anonimato, o que significará ter seu nome impresso na primeira página do jornal e ser reconhecido pelos colegas e pela sociedade”. A ânsia por esta individualização faz com que os personagens não hesitem em colocar a sua carreira na frente de tudo e de todos e busquem as notícias independente do risco que podem correr. Eles se arriscam em causa própria e estão interessados apenas no alcance de seu próprio sucesso e não no comprometimento da função da empresa onde trabalham, ou simplesmente em informar a população.

Outro ponto identificado é o que diz respeito aos laços afetivos dos personagens. Os jornalistas trabalhados nesses filmes da década de 90 apresentam suas relações afetivas profundamente afetadas pela carreira. Além disso, têm suas rotinas determinadas pelo trabalho, podendo ser este o motivo da insatisfação nas relações. Com relação aos hábitos de consumo, exceto no filme ‘O Quarto Poder’, o cigarro e a bebida aparecem constantemente e são associados à tensão da profissão ou a um suposto alcoolismo atribuído ao profissional jornalista.

Percebe-se que as três obras seguem a tendência de Hollywood. Há um indivíduo enfatizado e a história se desenvolve na ação que este deve desempenhar. Não fugindo à regra dos estereótipos de gênero, explicitada por Maria Cristina Ferreira (1993), os três personagens são do sexo masculino. Além dessas características, o cinismo e a falta de escrúpulos são facilmente percebidos nesses jornalistas incorporados pelo cinema. Porém, o que pode ser apontado como principal no desenrolar dos filmes é a questão da ética. Todas as películas aqui analisadas têm a

ética como fator principal que desencadeou o sucesso ou o fracasso do personagem e norteou todas as suas ações. É importante salientar que os filmes lidaram com essa questão da maneira contrária a que se encontra nos códigos de ética jornalísticos. Tanto Walter Winchell, quanto Peter Fallow e Max Brackett não possuíam qualquer valor deontológico, podendo passar ao espectador que este é um fato comum nas redações ou em qualquer outro ambiente de trabalho dos jornalistas.

‘O poder da notícia’, ‘A Fogueira das Vaidades’ e ‘O Quarto Poder’ revelam a insatisfação do cinema com relação ao cenário jornalístico da década de 90. O filme ‘A Fogueira das Vaidades’ teve seu ano de lançamento em 1990, início da década. Observa-se que em 1997 e 1998, anos das estréias de ‘O Quarto Poder’ e ‘O Poder da Notícia’ respectivamente, quase fim dos anos 90, a concepção de um jornalista sedento por reconhecimento sem se preocupar com valores morais idealizado pela linguagem cinematográfica ainda se confirmou, sem maiores variações. Um detalhe importante é que além de não se modificar muito, pode-se supor que a concepção de um jornalista obstinado, pretensioso e que não se preocupa com questões éticas se afirmou com maior intensidade. Isso porque o personagem Peter Fallow, encenado em 90, alcançou o sucesso apesar da maneira que procedeu para alcançá-lo. Já Max Brackett, de ‘O Quarto Poder’ e Walter Winchell, de ‘O Poder da Notícia’, tiveram seus fins culminando em fracasso.

Enfim, o jornalista da década de 90 retratado pelo cinema se figura como um profissional profundamente anti-ético, desprovido de vida afetiva ou laços familiares, na maioria das vezes bêbado ou fumante, e sobretudo cínico, que tem a mentira como sua aliada onde o único objetivo é se destacar em meio à multidão.

Outros aspectos também podem ser aqui citados, mas estes não dizem respeito diretamente ao personagem jornalista. Trata-se de elementos comumente encontrados nos filmes que abordam este profissional da imprensa. Os chefes de redação, por exemplo, possuem basicamente as mesmas características. Um senhor de meia-idade, que possui uma relação mais aberta ou íntima com o personagem principal em

questão, sempre discorda de algumas coisas, mas no final acaba apoiando os atos do seu subordinado. O cigarro também aparece constantemente na composição deste personagem. Outro ponto relevante dentro do ambiente de trabalho é a fria concorrência por parte dos outros profissionais do local. Nos filmes com jornalistas aparecem colegas de trabalho batalhando em disputas internas. Fora da redação, outro fator sempre presente é o enorme assédio por parte dos outros jornalistas, incluindo-se aí câmeras, fotógrafos e repórteres, ao tentar fazer uma entrevista externa ou abordar uma pessoa que está tendo destaque na mídia. Essas obras tentam dar um ar de “selva” neste momento. Os jornalistas correm desesperados, se aglomeram em volta do indivíduo, o enchem de perguntas ao mesmo tempo e a imagem na tela fica preenchida por mais o que parece um ‘formigueiro humano’. Também se pode citar uma outra questão relacionada ao local onde sempre acontece a trama. A ambientação em espaço urbano acabou por se tornar uma espécie de padrão para os filmes com jornalistas.

Em suma, ‘O Poder da Notícia’, ‘A Fogueira das Vaidades’ e ‘O Quarto Poder’ representam, a sua maneira, as rotinas de produção das notícias, mas não entram no mérito dessas questões. Nas obras aqui analisadas o fator principal é relação do profissional com a ética, relação esta estereotipada pelo cinema e encontrada em abundância na década de 90. Porém, essas e outras questões se encontram de modo idealizado e não são para serem problematizadas ou debatidas no filme. A linguagem cinematográfica procura atingir o público de maneira abrangente, visto que o retorno financeiro é uma das principais metas deste meio de comunicação. Além disso, os filmes são produtos que buscam o entretenimento do público e, conseqüentemente, não querem discutir questões profundas. Apesar dessa afirmação, pode-se dizer que é inegável que o cinema dá sua contribuição à maneira como a sociedade vê e entende o jornalismo, influenciando na maneira como esta interpretará e julgará os profissionais do meio.

PÓS-CONCLUSÃO

Na busca por esta influência negativa que a linguagem cinematográfica exerce sobre os alunos de hoje, que serão os profissionais de imprensa de amanhã, um fato curioso pode ser percebido. Os universitários do curso de jornalismo têm conhecimento sobre os abusos cometidos pelos jornalistas. O que pode ser visto é que estes profissionais do futuro carregam consigo a concepção que parte da sociedade tem sobre o meio jornalístico e, percebendo este fato, procuram outra forma de reconhecimento perante a população. Pode-se dizer que, apesar da influência negativa que certas obras exercem sobre uma parte considerável da população, uma pequena parte, porém, extremamente relevante porcentagem dela é afetada de maneira positiva. Nesta porcentagem estão incluídos os futuros profissionais que, vendo a descrença e a vulgarização da sua profissão, buscam uma outra posição para serem prestigiados.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Cláudio. *A regra do jogo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988
- ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002
- BERGER, Christa (org). *Jornalismo no cinema: filmografia e comentários*. Porto Alegre: Ed. Universidade / UFRGS, 2002
- BERNARDET, Jean-Claude. *O que é cinema*. São Paulo: Brasiliense, 2000
- BRIGGS, Asa. *Uma história social da mídia – De Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004
- BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Summus, 1993
- CORNU, Daniel. *Ética da Informação*. Bauru-SP: EDUSC, 1998
- DÁVILA, Leticia Pimenta. *A imagem da notícia: o jornalismo no cinema*. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003
- FERREIRA, Maria Cristina. *Estereótipos de gênero: estrutura interna e conteúdo*. Arquivos Brasileiros de Psicologia, v.45, n. 1 - 2, p. 42 - 54, 1993
- KOVACH, Bill. *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2003
- LIMA, Maria Manuel. *Considerações em torno do conceito de estereótipo: uma dupla abordagem*. Revista da Universidade de Aveiro – Letras, Publicação do Departamento de Línguas e Culturas, Universidade de Aveiro, 1997
- LIPPMAN, Walter. *Public opinion*. Versão eletrônica do livro. Disponível em: <<http://xroads.virginia.edu/~Hyper2/CDFinal/Lippman/cover.html>>.
- METZ, Christian. *A significação do cinema*. São Paulo: Perspectiva, 1972
- MORIN, Edgar et alii. *Cultura e Comunicação de Massa*. São Paulo: FGV, 1972
- NASSIF, Luís. *O jornalismo dos anos 90*. São Paulo: Futura, 2003
- PAIVA, Claudio Cardoso de. *Os jornalistas, os jornais e outras mídias no cinema: Um estudo sobre ética e representação na arte cinematográfica*. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/paiva-claudio-jornalistas-no-cinema.pdf>>
- PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005

PEREIRA, Marcos Emanuel. *Psicologia Social dos estereótipos*. São Paulo: E.P.U., 2002

PEREIRA, Reinaldo Maximiano. *O trabalho jornalístico como elemento de composição ficcional no cinema*. In: XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., 2003, Campo Grande. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Mato Grosso: Intercom, 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003_temas_pereira.pdf>

PIEDRAHITA, Manuel. *Jornalismo moderno – história, perspectiva e tendências rumo ao ano 2000*. São Paulo: Plátamo, 1993

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

TRAVANCAS, Isabel. *Jornalista como personagem de cinema*. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Mato Grosso: Intercom, 2002. Disponível em:

<<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4387/1/NP2TRAVANCAS>.
_____ . *O mundo dos Jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993

INTERNET

<http://observatório.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=339MON002>

<http://www.noolhar.com/opovo/jornaldatv/29258.html>

<http://adorocinema.cidadeinternet.com.br/filmes/fogueira-das- vaidades/fogueira-das- vaidades.asp>

<http://adorocinema.cidadeinternet.com.br/filmes/quarto-poder/quarto-poder.htm>

FILMOGRAFIA

O PODER DA NOTÍCIA (*Winchell*), de Paul Mazursky. Com Stanley Tucci, Glenne Headly e Paul Lamatti. EUA, cor, 1998, 112 min. Drama. Considerado o pai do jornalismo popularesco nos Estados Unidos, Winchell ganha notoriedade ao revelar os bastidores da política a partir da metade dos anos 20 até os anos 60. Logo, ele se transformou num dos homens mais polêmicos e temidos dos EUA.

<www.noolhar.com>

A FOGUEIRA DAS VAIDADES (*The Bonfire of the Vanities*), de Brian de Palma. Com Tom Hanks, Bruce Willis, Melanie Griffith e Morgan Freeman. EUA, cor, 1990, 126 min. Comédia. Ao se encaminhar com sua amante para Manhattan, um magnata de Wall Street erra o caminho e acaba indo parar no Bronx. É lá que um acidente e um jornalista que espera sua grande chance mudarão para sempre a vida do milionário.

<www.adorocinema.cidadeinternet.com.br>

O QUARTO PODER (*Mad City*), de Costas-Gravas. Com Dustin Hoffman, John Travolta e Alan Alda. EUA, cor, 1997, 114 min. Drama. Ao realizar uma matéria em um museu, um jornalista se depara com um ex-funcionário que pede seu emprego de volta à diretora do local e, acidentalmente, dispara um tiro. O jornalista decide então aproveitar a chance para conseguir cobertura exclusiva do caso e retornar à fama.

<www.adorocinema.cidadeinternet.com.br>