

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**



**A IMAGEM DO JORNALISTA: UM ESTUDO DA REPRESENTAÇÃO  
CINEMATOGRÁFICA**

Igor Waltz

Rio de Janeiro/ RJ  
2009

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**A IMAGEM DO JORNALISTA: UM ESTUDO DA REPRESENTAÇÃO  
CINEMATOGRAFICA**

Igor Waltz

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Alvares Salis

Rio de Janeiro/ RJ  
2009

# **A IMAGEM DO JORNALISTA: UM ESTUDO DA REPRESENTAÇÃO CINEMATOGRÁFICA**

Igor Waltz

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo.

Aprovado por

---

Prof. Dr. Fernando Alvares Salis

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Isabel Siqueira Travancas

---

Prof. Ms. Augusto Henrique Gazir Martins Soares

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro/ RJ  
2009

WALTZ, Igor.

A imagem do jornalista: um estudo da representação cinematográfica/ Igor Waltz – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2009.

67 f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2009.

Orientação: Fernando Alvares Salis

1. Cinema. 2. Jornalismo. 3. Representação. I. SALIS, Fernando A. II. ECO/UFRJ III. Jornalismo IV. Título

## **AGRADECIMENTOS**

A minha mãe, Sandra, pelo apoio conferido e pelo sacrifício para que um dia eu pudesse ter a oportunidade de apresentar este trabalho.

A meu pai, José Carlos, por me ensinar que a paixão pelo conhecimento é o maior bem que podemos deixar de herança aos nossos filhos.

A meus avós, que sempre me incentivaram e acreditaram em mim, como pais em dobro.

Ao meu orientador, Fernando Salis, pelos valiosos conhecimentos repassados, pelo apoio e, acima de tudo, pela paciência.

A colega Juliana Alvim, cujas sugestões bibliográficas e o incentivo foram essenciais para o enriquecimento deste trabalho.

Aos amigos da Escola de Comunicação da UFRJ, em especial, Mariana (diretamente de Paris, via internet), Rachel e Tatiane, que não me deixaram a opção de desanimar ou desistir.

Heróis e rebeldes, nas trincheiras de guerra, como correspondentes ou como repórteres investigativos nos bastidores do poder (...). Mais do que o exercício de uma profissão, a imagem do jornalista foi historicamente construída calcada sobre os ideais nobres da democracia, da justiça e da liberdade. Mas a realidade do século XXI é outra. Nem herói nem vilão, os jornalistas, como os guerrilheiros, estão apenas cansados.

(ZÉLIA LEAL ADGHIRNI, in *O Jornalista: do mito ao mercado.*)

WALTZ, Igor. **A imagem do jornalista: um estudo da representação cinematográfica**. Orientador: Fernando Alvares Salis. Rio de Janeiro, 2009. Monografia (Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 67 f.

## RESUMO

Este trabalho se propõe a analisar a relação histórica entre o cinema e o jornalismo, considerando as características empregadas na construção da imagem dos profissionais de imprensa na grande tela. O estudo busca ponderar quais as marcas mais comuns na solidificação de um estereótipo dos jornalistas nas obras cinematográficas e até que ponto o cinema alimenta ou é alimentado pela mítica que envolve essa profissão. Para tal fim, o projeto examina produções de diferentes épocas, ficções e documentários, para avaliar como essa imagem é construída. O considerável número de obras que retratam os profissionais de mídia, o cotidiano das redações e a prática da atividade jornalística nos despertou o interesse pelas diferentes formas como esses profissionais são representados. A imprensa tem sido um tema recorrente ao cinema, em especial norte-americano, desde 1909, com o filme *The Power of the Press* (de Van Dyke Brook), considerado a primeira produção do subgênero *newspaper movie*. Desde então, as formas de representação não se mantiveram inalteradas ao longo dos anos, oscilando entre as vertentes maniqueístas do profissional engajado pelo bem da sociedade e o inescrupuloso com ambições de poder e fama. Dessa forma, a análise estabelece uma contraposição entre as representações negativas e positivas, entre as imagens de herói e vilão, do jornalista.

**Palavras-chave:** Cinema. Jornalismo. Representação.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	01
<b>2. A IMAGEM DO JORNALISTA NA FICÇÃO</b> .....	06
2.1 MISSÃO E VOCAÇÃO .....	07
2.2 CARACTERÍSTICAS DO PERSONAGEM .....	09
2.3 A CIDADE E O TEMPO .....	13
2.4 AS ROTINAS DE TRABALHO .....	14
2.5 O CINEMA E A VISÃO CRÍTICA .....	16
<b>3. MOCINHO OU BANDIDO: AS DUAS FACES DO JORNALISTA</b> .....	18
3.1 O JORNALISTA-HERÓI .....	19
3.1.1 Os heróis da notícia .....	20
3.1.2 O poder dos conglomerados de mídia .....	24
3.2 O JORNALISTA-VILÃO .....	27
3.2.1 A fantástica fábrica de notícias .....	28
3.2.2 O poder inebriante .....	35
<b>4. A IMAGEM DO JORNALISTA NO DOCUMENTÁRIO</b> .....	40
4.1 OS BASTIDORES DA IMPRENSA .....	44
4.2 NOTÍCIAS DA GUERRA.....	47
<b>5. CONCLUSÃO</b> .....	52
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	
<b>7 FILMOGRAFIA</b>	



## 1 INTRODUÇÃO

O cinema nasceu com os primeiros raias do século XX, e desde então, ele registrou de várias formas a maneira como se viveu e se pensou ao longo desses mais de cem anos. A princípio, a nova forma de arte tratava-se de pequenas exibições públicas, em *caffès* e feiras de variedades na França, com filmes curtos que mostravam cenas banais do cotidiano, com destaque para *A saída dos operários da Fábrica Lumière* e *A chegada do trem à Estação Ciotat*.

As exibições das películas dividiam espaço com números circenses, animais exóticos e toda a sorte de aberrações. Sua função era atrair a atenção do público, e as distrações eram a melhor forma de fazê-lo. Tudo poderia ser uma atração, desde a chegada de um trem à estação até um fisiculturista exibindo seu corpo diante da câmera. Aos poucos, o cinema foi conquistando espaço e, por volta de 1908, cerca de quinze anos após a sua criação, surgiram as primeiras salas de exibição, conhecidas como *nickelodeons*.

O cinema surgiu em um período de acentuado processo de industrialização e urbanização, e com a ascensão de uma nova forma de percepção da realidade. Junto a ele, se inaugura uma nova sociedade e uma nova experiência estética, marcadas pelo hiperestímulo dos novos meios de comunicação e de transporte e pela ascensão da cultura de consumo em massa.

Nessa virada de século, surgem novas formas de organização do olhar, correspondentes às transformações que definem a modernidade. Como lembra Travancas, a linguagem cinematográfica transmitiu o impacto das transformações do período. “O cinema com seu enorme poder de penetração nos mais diversos grupos sociais ajudou a construir mitos, a divulgar saberes novos e a popularizar atividades, como foi o caso da imprensa”. (TRAVANCAS, 2001).<sup>1</sup>

Dessa forma, a indústria cultural e, de forma excepcional, o cinema são uma poderosa ferramenta de produção de significado. As imagens que o cinema produz podem influenciar a visão das pessoas sobre o mundo. Ou seja, assim como a nossa dita “realidade” serve de subsídio para a produção do cinema, ele ajuda a constituí-la. Nas palavras de Paiva, o

---

<sup>1</sup> Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>. Acesso em 23 set. 2009.

cinema nos apresenta uma “outra forma de vida, que nos espelha ao mesmo tempo em que nos espelhamos nela.” (PAIVA, 2007, p. 89).<sup>2</sup>

O cinema não é o único a produzir representações a respeito de elementos do mundo histórico, mas o poder das suas representações é muito mais perdurável do que de outras práticas, como literatura e teatro. A “Sétima Arte” é capaz de gerar imagens visuais dotadas de uma certa autonomia, uma vez que elas não apenas podem ser registradas e reproduzidas, mas também conservadas. “O cinema tem o poder inusitado de gerar e manter vivas todas as suas construções, até mesmo aquelas cuja correspondência com as figuras da prática cotidiana o tempo já se encarregou de anular”. (SENRA, 1997, p. 13).

A imagem visual é uma forma de ícone, isto é, um signo que substitui a realidade. Mas ela, em especial nos filmes documentários, é apresentada com uma conotação de veracidade. Essas imagens são interpretadas como representação fiel do real, mesmo sendo culturalmente estruturadas. Toda a produção artística visual está condicionada a padrões culturais de fundo inconsciente, entre eles os estereótipos, que são representações de uma realidade social e histórica, tomadas como verdadeiras, mas que constituem em alegorias ou produtos da imaginação.

Os estereótipos cinematográficos, portanto, influenciam a perspectiva da realidade das pessoas, e da mesma forma que ajudam a constituir imagens mentais, também geram expectativa no público espectador. Um determinado aspecto do mundo cotidiano é representado da forma como a plateia espera vê-lo, para considerar crível, acreditável, realista. Não à toa, ao longo de mais de cem anos de história, o cinema aproveitou-se da imagem de glamour da mídia, consolidada muito antes pelos próprios jornalistas, para representá-la.

O jornalismo sempre foi tema recorrente ao cinema, e os repórteres figuram ao lado de personagens clássicos, como o *cowboy*, o policial, o soldado, e diversos outros. Em um levantamento realizado pela jornalista e professora Christa Berger, da UFRGS, sobre uma filmografia jornalística, foram catalogados 785 títulos, dos quais 536 foram produzidos pela indústria cinematográfica norte-americana. Os cinemas do Brasil, Inglaterra, Itália e França também se destacam pela quantidade de obras que abordaram esse tipo de personagem. As primeiras produções, inclusive, remetem ainda à fase do cinema mudo, nas primeiras décadas do século XX.

---

<sup>2</sup> Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewArticle/1978>. Acessado em 17 out. 2009.

O profissional de imprensa tem sido constantemente retratado pelo cinema, mas a sua imagem não permaneceu a mesma ao longo de mais de cem anos de representação. A visão do público sobre a mídia sofreu várias mudanças ao longo da história do século passado, e o cinema soube explorar isso na tela, além de ajudar a promover essas alterações. Como lembra Dines, “o cinema foi responsável pela dupla e contraditória imagem do jornalismo como o último ofício romântico e, ao mesmo tempo, muito próximo da profissão mais velha do mundo”. (DINES, 2000, p.2).

A considerável extensão da filmografia que aborda a prática do jornalismo e a figura dos repórteres nos despertou o interesse pela forma como essa profissão é representada pelo cinema. Diante do grande número de filmes e da importância que as indústrias cinematográficas, em especial Hollywood, conferem a essas produções, algumas questões foram levantadas. Quais as razões que tornam os jornalistas um tipo tão atraente de personagem? Quais são os motivos que tornam o universo jornalístico interessante aos cineastas? Até que ponto a imagem cinematográfica se aproxima ou se afasta do *locus* ocupado pelo jornalista na sociedade? Quais são os estereótipos empregados na construção dessa imagem?

A partir dessas questões, este trabalho se propõe analisar de que forma o cinema constrói essa imagem, corroborando ou negando com a mítica que envolve o jornalismo e com os preceitos considerados fundamentais para a prática, tais como objetividade, imparcialidade e neutralidade. O estudo busca ponderar quais as marcas mais comuns na consolidação de um estereótipo dos jornalistas nas obras cinematográficas e até que ponto o cinema alimenta ou é alimentado pelo romantismo relacionado à profissão.

Nossa pesquisa se concentrou principalmente em produções norte-americanas, não apenas pela supremacia do número de obras originadas naquela indústria, mas pelo seu poder de influência e penetração em todo o mundo. Em entrevista, o cineasta brasileiro Zelito Viana uma vez proferiu: “Em todos os países do mundo, o mercado de cinema é dividido entre nacional e norte-americano. Aqui [no Brasil], os filmes do último grupo representam por volta de 95% do nosso mercado”.<sup>3</sup>

Mesmo a partir desse foco, em um universo tão extenso de obras sobre essa temática, infelizmente não seria possível reunir em um único trabalho uma grande quantidade de filmes a serem analisados. Por isso, decidimos selecionar algumas produções que nos proporcionem diferentes perspectivas a respeito da mídia, seu poder e sua atuação.

---

<sup>3</sup> Matéria publicada na página da Associação Brasileira de Imprensa. Disponível em <http://www.abi.org.br/primeirapagina.asp?id=2227>. Acessada em 06 ago. 2009.

O trabalho buscará contrapor diferentes imagens dos jornalistas, a partir de filmes como *Boa Noite, e Boa Sorte* (de George Clooney, 2005), *O Informante* (de Michael Mann, 1999) e *Todos os Homens do Presidente* (de Alan J. Pakula, 1976), que glorificam o jornalista como um defensor do bem-estar da sociedade e dos valores liberais de democracia e liberdade; e *Embriaguez de Sucesso* (de Alexander Mackendrick, 1957), *A Montanha dos Sete Abutres* (de Billy Wilder, 1951) e *O Quarto Poder* (de Konstantinos Costa-Gravas, 1997), que denotam um caráter cínico da mídia.

O projeto leva em consideração ainda a representação nos filmes documentários, que são produções construídas a partir de imagens audiovisuais registradas do mundo histórico. Até que ponto essas imagens documentais são empregadas para reforçar ou negar estereótipos? Para elucidarmos essa questão, as obras *Reporters* (de Raymond Depardon, 1981) e *Central Al Jazeera* (de Jehane Noujaim, 2004) serão somadas à filmografia analisada.

No primeiro capítulo, dissertaremos a respeito dos filmes classificados como pertencentes ao subgênero *newspaper movies* — ou filmes de temática jornalística —, suas principais semelhanças e diferentes visões. Esta primeira divisão procura entender porque o jornalista se encaixa tão bem às pretensões dos roteiristas cinematográficos e como o seu perfil é construído na grande tela.

Abordaremos ainda os principais padrões físicos e psicológicos utilizados na construção dessa imagem na ficção. Logo, discutiremos também como ocorre a relação destes personagens com o espaço que o cerca e o tempo — dois aspectos fundamentais na prática do jornalismo — e a representação das rotinas de produção e da relação com as fontes como forma de “contextualização” do personagem. Para a confecção deste capítulo, os apontamentos e questões levantadas por Christa Berger em seu livro *Jornalismo no cinema: filmografia e comentários* e por Stella Senra<sup>4</sup> em *O Último Jornalista – imagens de cinema* foram de primordial importância.

A partir do segundo capítulo, dissertaremos mais especificamente como essas características aparecem em obras de ficção selecionadas para a análise. Durante esta seção, cada filme será examinado para entendermos como ocorrem comumente os processos para a construção dessa imagem e, se possível, quais são as inovações introduzidas por cada um deles. O capítulo se divide em dois tópicos principais: as representações positivas e negativas a respeito da figura desse profissional. Quais são as peculiaridades que diferenciam as duas visões e quais características permanecem inalteradas em ambas.

---

<sup>4</sup> Stella Senra foi jornalista e professora da Faculdade de Comunicação e Filosofia da PUC de São Paulo.

Para embasar a composição deste capítulo, foi de grande valia a leitura do livro *O Herói das Mil Faces*, do antropólogo cultural norte-americano Joseph Campbell, que baseado no conceito de inconsciente coletivo de Carl G. Jung, traçou o perfil do herói como um arquétipo comum às mais distintas culturas da Humanidade. As análises do professor Felipe Pena<sup>5</sup> sobre o papel do herói na cultura contemporânea também foram de valiosa ajuda.

No terceiro capítulo, o estudo volta-se para os filmes documentários e para as suas especificidades de linguagem. A pesquisa procura ponderar as diferenças desses filmes em relação aos da ficção, e como isso de alguma forma interfere na edificação do perfil dos “homens de mídia”. Também questionaremos quais os estereótipos que se repetem neste tipo de cinema. Aqui empregaremos vários conceitos estabelecidos pelo pesquisador americano do campo dos documentários e dos filmes etnográficos Bill Nichols<sup>6</sup> em seu livro *Introdução ao documentário*.

De maneira geral, este projeto tem como objetivo promover uma análise sobre a figura do jornalista como elemento da construção cinematográfica, assim como os elementos da cultura, dos valores e dos códigos dessa profissão surgem na grande tela. Buscamos entender como é construída a representação desses profissionais pela “fábrica de sonhos”, como se auto-proclama o cinema.

---

<sup>5</sup> Felipe Pena é jornalista e professor de Telejornalismo e Sub-reitor da Universidade Estácio de Sá do Rio de Janeiro.

<sup>6</sup> Bill Nichols é professor de Cinema e diretor do programa de pós-graduação em Estudos Cinematográficos na *San Francisco State University*.

## 2 A IMAGEM DO JORNALISTA NA FICÇÃO

Ao longo de mais de cem anos de história do cinema, uma série de profissões foram representadas na grande tela. Algumas se consagraram pela imagem de herói, como policiais, detetives, médicos. Outras receberam destaque por serem ocupações de personagens caracterizados como sem caráter e antiéticos, tais como políticos e advogados. O cinema lançou luz sobre trabalhadores anônimos das grandes cidades, como taxistas e, muitas vezes, romantizou ocupações tidas como pouco aceitas socialmente, como as prostitutas.

Mas foram poucas as profissões que tiveram sua imagem tão explorada pelo cinema a ponto do desenvolvimento de um gênero próprio. As representações do jornalista tornaram-se tão comuns ainda nos primórdios da “Sétima Arte” que as produções que abordaram essa temática ficaram conhecidas como *newspaper movies*, ou filmes de jornalista. A mídia é abordada desde 1909, com o filme *The Power of the Press* (de Van Dyke Brook), quando o cinema ainda tinha pouco mais de dez anos de existência, mas é a partir da década de 1920 que ocorre a consolidação da linguagem dos filmes de jornalista.

A consagração do jornalista como personagem não ocorreu aleatoriamente. Por sua atuação em investigar e apurar problemas, descobrir fatos e encontrar soluções, esta profissão adequa-se com perfeição à função de personagem cinematográfico, que precisa, por meio de suas ações, interferir e solucionar questões do filme.

Mas o cinema consagrou uma dupla imagem do profissional de imprensa, ora apresentado como herói, com apurado senso de justiça, que luta por ideais maiores de democracia, verdade e bem-comum; ora como um bandido inescrupuloso e com caráter duvidoso, atento a todas as oportunidades de saída do anonimato e autopromoção, capaz de colocar sua carreira a frente de qualquer coisa.

Essa representação contraditória foi consolidada especialmente pelo cinema estadunidense, pois é o mais consumido mundialmente, sendo o mais bem-sucedido em materializar estereótipos na mentalidade das plateias ao redor do globo. Como afirma Maria Rita Kehl, “o cinema está para os Estados Unidos como a igreja católica está para a Itália”. (KEHL, apud BERGER, 2002, p.16).

Em diversas obras, de diferentes épocas, o cinema enalteceu e criticou a imprensa e a atuação de seus profissionais. Se em momentos ele exaltou o caráter da mídia de defensora da sociedade, como nos filmes *Todos os Homens do Presidente* (de Alan J. Pakula, 1976) e *O Informante* (de Michael Mann, 1999), em outros ele se propôs a denunciar seus abusos, como em *A Montanha dos Sete Abutres* (de Billy Wilder, 1951) e *O Quarto Poder* (de Konstantinos

Costa-Gravas, 1997). Contudo a crítica, por mais ferrenha que seja em relação ao jornalismo e aos jornalistas,

não questiona a instituição imprensa, em uma clara manifestação de concordância com a premissa segundo a qual só a liberdade de imprensa permite tais denúncias. É quando jornalismo e cinema encontram-se associados para além de suas imagens — para dizer em uníssono que a liberdade de expressão é parte da democracia americana. (BERGER, 2002, p. 28).

É importante destacar a correlação entre o desenvolvimento da linguagem jornalística e cinematográfica que, cada uma a seu modo, buscaram atingir um determinado nível de transparência em seus registros. Enquanto o jornalismo, influenciado principalmente pelo modelo surgido nos Estados Unidos nos anos 1950, tomou o conceito de objetividade — questionado atualmente por muitos estudiosos — como fundamento para sua prática, o cinema insistiu na busca por uma verossimilhança de suas imagens, assegurando como padrão cinematográfico tradicional a estética gerada por Hollywood.

## 2.1 MISSÃO E VOCAÇÃO

Ainda que o personagem tenha sua origem fora do mundo da ficção, os filmes de jornalista, como todos os outros, não são um mero reflexo da “vida real”. Uma história contada no cinema está moldada em uma fórmula, determinada pelas especificidades da narrativa cinematográfica. Esses filmes estão baseados menos na realidade cotidiana dos veículos de imprensa do que em sua lógica interna.

Nos primeiros *newspaper movies*, o personagem-jornalista presta-se principalmente para desempenhar sua função na trama, sem grande consistência psicológica. Assim como outros personagens do ambiente urbano, tais como o detetive e o gângster, o jornalista é representado com poucas características notáveis para diferenciá-lo de outras figuras dramáticas.

Em geral, esses personagens serão construídos sem uma história pessoal, e não são explicitados seus gostos e interesses pessoais. O jornalista é tido como um suporte de sua função e será visto pelo público enquanto trabalha, seja na redação ou no local dos acontecimentos. Mas apesar desse estereótipo um tanto simplificado, percebe-se uma tendência para a heroização desses personagens.

De acordo com Berger (2002), o personagem-jornalista desenvolve-se como uma variação de dois outros personagens clássicos do cinema: o *cowboy* e o *policia*. Em um primeiro momento, essa definição de herói serviu em um contexto de exaltação da imprensa, mas com o decorrer dos anos essa imagem vai servir “tanto para o bem quanto para o mal”. Seja apurando fatos ou os manipulando, o jornalista no cinema sempre deixa sua marca. Mais do que simplesmente exercer sua profissão, ele é o portador de uma missão a cumprir, e isso o aproxima dos dois outros arquétipos já consagrados.

Desde o início do desenvolvimento do jornalismo diário, os profissionais não eram bem remunerados, o que ajudou na construção da imagem do “jornalista romântico, idealista, dedicado ao trabalho em benefício da coletividade, apesar da pouca compensação econômica”. (SENRA, 1997, p. 47). Essa característica contribuiu para reforçar a natureza missionária da profissão. Contudo, apesar do papel primordial dos filmes, a imagem do profissional calcada nos ideais nobres de liberdade e democracia vem sendo construída desde os primórdios do jornalismo.

A glamorização do jornalista vista nos longas-metragens, faz parte de um processo anterior ao cinema e é corroborada pelos próprios jornalistas ainda nos dias de hoje, apesar de atualmente haver pouco espaço ao profissional “boêmio e anárquico” dentro das rotinas de produção. “Os repórteres encorajavam ativamente a imagem pública de sua profissão com uma profissão romântica, envolvida em arrojo e perigo, à vontade nos recantos mais obscuros da vida na cidade”. (FISHKIN, apud SENRA, 1997, p. 50).

No processo de idealização do jornalista, o cinema consagrou a figura da vocação como uma marca de diferenciação desse profissional. Ela serviria para um enquadramento mais humano do jornalista, enobrecendo suas características e qualidades pessoais. Muitas vezes, pelo fato do personagem não ter sua origem especificada dentro do roteiro dos filmes — ao contrário dos heróis mitológicos tradicionais —, essa vocação serve para manter a aura de “mito” sobre o jornalista. Figuras como Capote (filme homônimo, 2005), Walter Winchell (*O Poder da Notícia*, 1998), Carl Bernstein e Bob Woodward (*Todos os Homens do Presidente*) se diferenciam dos demais, pois seriam “personagens únicos”, inigualáveis.

A vocação confere aos personagens uma “natureza jornalística”, um dom inato, do qual eles não podem se desvencilhar, fazendo com que se sintam interpelados permanentemente pelo mundo. Ou seja, um “faro” que os orienta a possíveis fenômenos noticiáveis.

Senra (1997) cita o filme *Jejum de Amor* (de Howard Hawkes, 1940), baseado na peça *The Front Page*, dos jornalistas Ben Hecht e Charles McArthur, para exemplificar a questão



da vocação. Na obra, a personagem Hildy Johnson pretende largar a carreira de jornalista para casar-se, mas acontecimentos, como um julgamento e a posterior fuga de um criminoso, fazem com que ela adie momentaneamente seu objetivo inicial. A cada desdobramento, sua “natureza de jornalista” fala mais alto. A vocação seria algo tão forte que apenas a força da vontade é capaz de combatê-la.

## 2.2 CARACTERÍSTICAS DO PERSONAGEM

Não é possível definir um padrão único para a forma como o jornalista é representado pelo cinema, mas há uma série de atributos que são comumente empregados na construção dos personagens. Essas características se repetem nos filmes talvez por sua consolidação no imaginário do público espectador, em parte produzida pelo próprio cinema. O repórter — a vertente do jornalista mais explorada nos filmes — em geral aparece como um solitário, beberão, cético e pessimista, como o personagem Charles “Chuck” Tatum, de *A Montanha dos Sete Abutres* (de Billy Wilder, 1957) ou Dutton Peabody, de *O Homem que Matou o Facínora* (de John Ford, 1962).

O cigarro e a bebida são marcas constantemente empregadas na construção de um estilo pessoal dos personagens. O cigarro remete a uma rotina de trabalho extenuante e não é de se estranhar que em quase todos os *newspaper movies* da primeira metade do século XX as redações são apresentadas como ambientes esfumaçados.

Mas o cigarro não era um objeto restrito aos *newspapers movies* produzidos nessa época ou ambientados nesse período. O hábito de fumar era muito mais difundido na sociedade entre os anos 1920 e 1960 do que nos dias atuais, quando as campanhas antitabagismo passaram a alertar as pessoas a respeito dos males do fumo, transformando o fumante, muitas vezes, em *persona non grata* em certos ambientes. O cigarro transmitia uma imagem de glamour e sofisticação, e era comum grandes estrelas aparecerem fumando elegantemente nas produções cinematográficas.

Contudo, o cigarro tornou-se uma marca tão enraizada na imagem cinematográfica do jornalista que até mesmo produções posteriores à primeira metade do século passado ainda recorrem a esse artifício na composição do personagem. Por exemplo, Carl Bernstein (de *Todos os Homens do Presidente*, produzido e ambientado nos anos 1970) fuma compulsivamente em todos os lugares — na redação, na casa das fontes, no elevador — a ponto de ter sua atenção chamada pelo seu companheiro de trabalho, Bob Woodward: “Há algum lugar onde você não fume?” (*Todos os Homens do Presidente*, 1976: 1h 1min 23seg).

Ao contrário do cigarro, relacionado à tensão do trabalho, a bebida remete a um momento de relaxamento e sociabilidade. Travancas, em sua pesquisa realizada em 1993, constata a relação entre jornalistas e o álcool, a partir da “ênfase dada por grande parte dos entrevistados ao ‘sonho’ de possuir um bar, e de outro lado, a questão do alcoolismo como uma das doenças mais frequentes entre esses profissionais”. (TRAVANCAS, 2001).<sup>1</sup> Em muitas produções o álcool está ainda associada a uma fraqueza de caráter, como em *A Montanha dos Sete Abutres*, em que o jornalista, demitido de um jornal de Detroit por beber em serviço, reincide no vício em seu novo emprego no jornalzinho da pequena cidade de Albuquerque.

De acordo com Senra (1997) o álcool é uma herança do contexto boêmio em que viviam os primeiros profissionais de imprensa. Mas ele também serve para evidenciar a característica fortemente masculina do universo dos jornalistas. Ainda que as redações sempre tenham sido frequentadas por profissionais do sexo feminino — e o cinema mostrou isso, como em *Jejum de Amor* — o ambiente do jornalismo sempre foi considerado como eminentemente masculino.

O jornalista precisava enfrentar a dura jornada de sua profissão, deparar-se com a sordidez dos fatos, movimentar-se pelo “submundo” da cidade, lidar com “tipos perigosos”, em especial à noite, o que não seria adequado a uma mulher. O álcool — em alguns casos, o jogo — serve como uma forma de confraternização, conectando o jornalista a esse universo dos homens.

Essa imagem masculina do profissional entra em consonância com o estereótipo do profissional anárquico, sem rédeas, que não pode ser tolhido. Ou seja, o bom rebelde, que não se amedronta com as ameaças que surgem durante a busca pela veracidade dos fatos. Essa figura, em geral, tem dificuldade de se enquadrar dentro da hierarquia do veículo de mídia. Essa situação fica caracterizada pela oposição entre jornalista e “editor” ou “dono do jornal”, em geral, um profissional com muitos anos de carreira que perdeu a visão romântica do jornalismo e/ou deixou-se inebriar pelas possibilidades de lucro.

Dessa forma, os donos de jornal são apresentados muitas vezes como obstáculos à divulgação da notícia, tida nos filmes como a elucidação da verdade dos fatos. O poder da imprensa torna os proprietários figuras arrogantes, sendo o magnata de *Cidadão Kane* (de Orson Welles, 1941), inspirado em William R. Hearst, o exemplo mais significativo.

---

<sup>1</sup> Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>. Acesso em 23 set. 2009.

A imagem física do jornalista, em geral, remete a um certo desleixo pessoal, como forma de acentuar sua quase total dedicação ao trabalho, com sua rotina cansativa e estressante. A exceção seria a dos jornalistas íntimos dos grandes círculos de poder ou frequentadores da *high society*, que são apresentados sempre elegantemente trajados. Truman Capote surge em vários momentos do filme à vontade nos círculos sociais aparentemente mais refinados — sendo o centro das atenções dos outros convidados — e o poderoso JJ Hunsecker (*A Embriaguez do Sucesso*, de Alexander Mackendrick, 1957) é mostrado em restaurantes ao lado de autoridades políticas.

A consagrada imagem romântica do profissional boêmio e sem vaidade, contudo, começou a ceder espaço a uma outra, a partir dos anos 1970 e 1980, quando o cinema passou a contemplar a televisão como temática de algumas obras.

O repórter e o apresentador televisivo do cinema mantêm algumas características do jornalista dos veículos impressos, como a dedicação exaustiva ao trabalho, mas inauguram um conjunto novo de caracteres. Agora, o jornalista passa a ser visto como um esnobe, excessivamente preocupado com sua aparência física e com sua imagem frente a seus telespectadores. O profissional é apresentado como sem caráter, egocêntrico e, por vezes, medíocre.

Este é um exemplo de uma inversão de um estereótipo comum de Hollywood, onde a beleza e a juventude são associadas à virtude. Neste caso, a falta de zelo com a aparência do profissional de imprensa relaciona-se a um caráter ético, compromissado com os valores da sociedade liberal e empenhado na busca pela verdade. E o jornalista preocupado com sua imagem diante das câmeras “salienta a falta de caráter acrescida de mediocridade e vaidade sem limites. Fica acentuada a divisão entre vida pessoal e profissional, quanto mais esta vai bem, aquela se deteriora.” (BERGER, 2002, p. 32).

Essa preocupação com a autoimagem serve tão bem à construção de uma crítica ao jornalismo, que produções que buscam exaltar os jornalistas da TV optam por construir personagens mais próximos da imagem do jornalista-herói dos veículos impressos. É o caso de filmes como *Boa Noite e Boa Sorte* (de George Clooney, 2005), que conta a história de Edward R. Morrow, um âncora de TV que, em plena era do macarthismo, luta para mostrar em seu programa os dois lados da questão. Para tanto, ele revela as táticas e mentiras usadas pelo senador Joseph McCarthy em sua caça aos supostos comunistas.

Nesse filme, os profissionais de imprensa retratados são tidos como heróis na luta contra a “caça às bruxas” de McCarthy e sua imagem se aproxima mais da ideia romântica dos profissionais da imprensa escrita da primeira metade do século XX. Em várias cenas eles

aparecem à vontade, com gravatas afrouxadas, em salas de reunião ou em mesas de restaurantes.

De acordo com Senra, a mudança de postura — que de laudatória em relação ao jornalismo impresso passou a ser fortemente crítica ao jornalismo televisivo —, se deveu ao “clima de competição então predominante entre o próprio cinema e a televisão enquanto veículos de comunicação” (SENRA, 1997, p. 32) nos anos 1980. Não sem razão, portanto, os novos personagens foram retratados como mais frios e mais distantes de seu público do que os heróis anteriores.

De fato, o jornalista da televisão é apresentado como sendo mais “sofisticado, mais ‘limpo’, mais urbano e mais bem pago” (BERGER, 2002, p. 31) que seus antecessores. Sua imagem é pensada como uma forma de passar credibilidade e familiaridade às pessoas que o assiste. As redações escuras e esfumaçadas de outrora são substituídas por ambientes mais calmos, limpos, iluminados e arejados, com uma presença de mulheres muito mais expressiva. Apesar disso, os bastidores da TV são tidos com um ambiente mais ferozmente competitivo.

O afastamento em relação ao público seria em razão de um maior grau de instrução do jornalista, mais bem remunerado e educado que a maioria dos telespectadores. Se antes era apresentado como um sujeito de pouca instrução, pois teria aprendido tudo o que sabe na vivência prática de seu trabalho, esse jornalista passa a ser considerado uma celebridade, em destaque em relação ao restante da sociedade a qual pertence.

O profissional de imprensa como um membro da comunidade (que a defendia, mas não se distinguiu dos demais membros), ganha outra roupagem com o advento dos meios eletrônicos, pois “os muros da cidade já não contêm mais a propagação de sua mensagem, que se difunde para muito além deles e atrai o grande público da emergente cultura das massas”. (SENRA, 1997, p. 110).

Assim como a notícia, o profissional de imprensa também passou por um processo de espetacularização, e sua figura foi transformada em imagem de consumo. Alguns jornalistas passaram a ser encarados como “astros e estrelas” da informação, o que se tornou uma grande fonte de inspiração para os produtores e roteiristas da indústria cinematográfica.

Um exemplo notório dessa nova imagem aparece no filme *Frost-Nixon* (de Ron Howard, 2008), em que o personagem de David Frost é definido pelo seu produtor como um “artista (*performer*) de alto calibre, preparado para lidar com a pressão” de uma entrevista com o ex-presidente americano Richard Nixon, em vez de ser definido como “jornalista” ou “entrevistador”.

### 2.3 A CIDADE E O TEMPO

O jornalista é antes de tudo um habitante do meio urbano, em especial, das grandes metrópoles. E ao retratar a cidade como cenário a ação do jornalista, os *newspaper movies* privilegiaram a imagem desordenada e dinâmica das ruas. Travancas (2001) afirma que muitas características do ambiente urbano se confundem com as do jornalismo, como as relações transitórias, a superficialidade e a racionalidade. Ainda que não confirmem características exclusivas do jornalismo, elas são expressas com bastante intensidade nessa atividade profissional.

A cidade, no cinema americano, muitas vezes aparece como um lugar de perdição moral, em oposição à vida simples, bucólica e íntegra do interior. No entanto, ao mesmo tempo em que aponta para a corrupção presente nesse ambiente de sucesso material, mas de fraqueza espiritual, as produções cinematográficas não deixaram de “reiterar a glorificação do sucesso social, econômico e ideológico que ostentam as cidades”. (SENRA, 1997, p. 106). E é a esse ambiente caótico, marcado pela cultura de massa, sofisticação e decadência, que o jornalista encontra-se conectado pelo exercício de sua profissão.

Outra questão importante a ser levantada pela forma como o cinema aborda a cidade é a ênfase com que é dada a heterogeneidade de ambientes e personagens desse espaço, o que ajuda a caracterizar o jornalista, pois ele tem livre acesso a todas essas esferas. De acordo com Travancas (2001), ele seria como um “cidadão do mundo”, pois ele atravessa todas as fronteiras dentro da cidade, alternando-se entre os meios oficiais aos marginais e perigosos.

Mesmo em *newspaper movies* não ambientados propriamente na cidade grande, é explícita a profunda relação entre ela e a profissão de jornalista. Em *A Montanha dos Sete Abutres* (de Billy Wilder, 1951), o repórter Charles Tatum é demitido de um grande veículo nova-iorquino, mas encontra no soterramento de um homem em uma velha mina a possibilidade de “voltar ao jogo”. Trabalhando em um pequeno jornal no interior do estado americano do Novo México, ele faz de tudo para atrasar o resgate e aumentar a repercussão nacional do acontecimento. O jornalista “exilado” de Nova York almeja por meio de sua ação retornar à cidade.

O crescimento das grandes metrópoles, a partir do pós-guerra, foi uma das consequências da ascensão de uma nova fase do capitalismo, marcado também pela consolidação da sociedade de consumo de massa. Essas mudanças foram essenciais para determinar um novo estilo de vida, que passa a ser marcado pela intensidade, o que trouxe mudanças para a atividade de jornalista.

Os novos meios de comunicação e de transporte aumentaram a velocidade; o tempo passa a correr mais rápido. E a notícia, por sua vez, parece mais rápido. Dessa forma o jornalista passa a ter que correr contra esse tempo acelerado da cidade, contra o *deadline*, como na cena clássica de *Nos Bastidores da Notícia* (James L. Brooks, 1987), em que a funcionária da emissora corre pela redação com a fita editada, esbarrando em outras pessoas, para que a matéria possa ir ao ar a tempo.

Essa relação com o tempo vai “influir na adesão deste profissional com o seu trabalho, dividindo sua vida em tempo do trabalho e do não-trabalho e gerando uma visão de mundo e de vida particulares” (TRAVANCAS, 2001)<sup>2</sup>. A autora lembra que os filmes costumam representar o jornalista como um profissional em tempo integral, extremamente envolvido com sua carreira. Dessa forma, dificuldades na vida pessoal e afetiva são quase uma constante nas produções.

## 2.4 AS ROTINAS DE TRABALHO

A redação onde trabalha o jornalista aparece nas obras cinematográficas para contextualizar o personagem dentro do seu ambiente profissional. A rotina agitada e complexa dos bastidores de um veículo de mídia, na maioria das situações, é substituída por um ambiente calmo e sem as pressões do tempo. Essa representação idealizada das redações serve para manter o foco da atenção dos espectadores na ação principal.

Como afirma Pereira (2003), as questões relativas à rotina de produção e ao local de trabalho do jornalista apenas passam pela trama e são apresentados para situar o personagem.

Os cenários são ideais, apesar de convincentes e verossímeis, mas servem para que quando o câmara dê o seu *traveling* ilustre o local de trabalho, a redação, que está muitas vezes vazia, ordeira, limpa e extremamente iluminada. A sensação é a de que as pessoas da redação não têm pressa. (PEREIRA, 2003, p. 10)<sup>3</sup>

Outro recurso de verossimilhança é a reconstituição do processo de produção da notícia, em especial, das reportagens investigativas. Filmes como *Todos os Homens do*

---

<sup>2</sup> Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>. Acesso em 23 set. 2009.

<sup>3</sup> Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_temas\\_pereira.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_temas_pereira.pdf). Acesso em 23 set. 2009.

*Presidente e Capote* expressam a ideia de que o trabalho jornalístico é penoso e difícil, e exige a dedicação e o esforço total do personagem.

A rotina de produção é apresentada em geral com um tom policialesco e as diferentes fases da produção de uma matéria são apresentadas de forma quase didática ao espectador, como a pesquisa e coleta das informações, entrevista, seleção e edição de fragmentos — que contempla e exclui de acordo com sua relevância — até a apresentação da notícia, em geral ao final do filme.

A relação com as fontes também tem recebido merecido destaque nos filmes de jornalista. Os veículos de mídia dependem muito das fontes, que segundo Mauro Wolf são “fator determinante para a qualidade da informação produzida pelos *mass media*.” (WOLF, apud PEREIRA, 2003, p. 9).<sup>4</sup> Mas o cinema costuma privilegiar relações entre jornalistas e fontes que enfatizam o tom de perigo da situação em que se encontram os dois personagens.

O exemplo mais clássico dessa relação está presente no filme *Todos os Homens do Presidente*. Durante as investigações do escândalo de Watergate, o repórter Woodward tem encontros às escondidas com um alto funcionário da Casa Branca, conhecido pela alcunha de *Deep Throat* (em referência a um famoso filme pornográfico lançado nos EUA nos anos 1970, mesma época das investigações). A fonte confirmava as informações obtidas pelo dois repórteres do *Washington Post* e apontava o rumo das investigações.

A relação jornalista-fonte presente no filme remete aos romances policiais, com encontros marcados com bandeiras vermelhas em vasos de planta na sacada e conversas em estacionamentos à noite.

Outro exemplo considerável é o proporcionado pelo filme *Capote*. A obra retrata o trabalho de Truman Capote, repórter da revista *The New Yorker* durante a produção do seu livro *A Sangue Frio*, em que relata o brutal assassinato de uma família em uma pequena cidade no interior do estado do Kansas (EUA). Durante todo o filme é evidente a proximidade do jornalista com os assassinos, em especial com um deles, Perry Smith. Graças à atuação de Capote, a execução dos dois homens é adiada por diversas vezes. O livro, o principal da carreira do jornalista, mais tarde seria considerado um marco, inaugurando o chamado *New Journalism*.

---

<sup>4</sup> Ibidem

## 2.5 O CINEMA E A VISÃO CRÍTICA

A figura do jornalista foi modificando-se ao longo do século XX. No imaginário do público, nota-se uma clara erosão da imagem do profissional e da imprensa com o passar das décadas.

O lugar ocupado pelo jornalismo e pelo jornalista, como herói, romântico, revolucionário, derrubador de políticos corruptos já não existe. (...) A ideia de o jornalismo romântico e boêmio, que marcou os primórdios da imprensa no Brasil, passando pelo jornalismo militante e libertário, estão definitivamente mortos e enterrados. (ADGHIRNI, 2005, p. 45-46).

A imagem da mídia deteriorou-se, e o cinema não deixou de abordar isso. Com mais frequência observa-se uma crítica relacionada à avidez de lucro por parte dos proprietários de veículos, às relações promíscuas como o poder político, ao sensacionalismo no tratamento das notícias e a concorrência desenfreada entre os profissionais. Mas vale ressaltar que o cinema também é uma forma de mídia, e mesmo quando se propõe a denunciar os abusos e a parcialidade da imprensa, não está destituído de uma visão ideológica.

A mídia vem passando por uma crise de credibilidade, devidamente explorada pelo cinema. A confiança da sociedade no jornalismo caiu, em parte, pela disseminação de programas sensacionalistas e de fofocas e escândalos envolvendo fraudes na produção de notícias<sup>5</sup>.

Essa negativização da mídia foi tema de filmes como *O Quarto Poder* e *A Montanha dos Sete Abutres*, ambos explorando as trágicas consequências que as ações irresponsáveis e antiéticas dos profissionais da imprensa acarretam na vida daqueles que são atingidos. Mas ao mesmo tempo em que o cinema se alimenta dessa crise, ele também corrobora com ela, uma vez que ele consolida a imagem de perversidade da imprensa no imaginário das pessoas.

O jornalismo é assunto para os roteiristas desde quando o cinema ainda engatinhava, mas a forma como ele aparece nas telas mudou bastante. Foram várias as máscaras assumidas

---

<sup>5</sup> Um dos casos mais notórios nos EUA foi o do jornalista Jayson Blair, do *The New York Times*, que assumiu ter forjado uma série de notícias durante seus quatro anos de trabalho no jornal. Outros casos podem ser citados, como o de Dan Rather, âncora do programa *60 Minutes*, da rede americana CBS, que admitiu a autenticidade duvidosa de documentos que supostamente comprovariam o tratamento diferenciado recebido pelo ex-presidente George W. Bush durante o período que serviu ao exército dos EUA, na década de 1970. No Brasil, em agosto de 2009, o deputado estadual Wallace Souza, o mais votado do Amazonas, foi acusado de encomendar mortes de rivais para, mais tarde, exibi-las em seu programa de TV, ao estilo mundo-cão.



pelos jornalistas nas produções da grande tela, mas a tendência por retratá-los como herói foi arrefecendo durante o século e são menos comuns hoje em dia. O cinema — desde os anos 1930, mas com mais intensidade a partir dos anos 1980 — tem preferido salientar o mundo pré-fabricado da mídia e a falta de imparcialidade e ética na atitude dos profissionais, alardeadas pelos próprios como condições *sine qua non* para sua atividade profissional.

### 3 MOCINHO OU BANDIDO: AS DUAS FACES DO JORNALISTA

A representação dos jornalistas nas produções cinematográficas costuma alternar-se entre as vertentes maniqueístas do herói defensor do povo e do profissional inescrupuloso em busca de um furo de reportagem e de sucesso. Essa separação é semelhante à realizada por Ronaldo Helal, ao diferenciar o ‘herói’ da ‘celebridade’: “enquanto o primeiro vive para ‘redimir a sociedade de seus pecados’, vive para os outros, o segundo vive somente para si” (HELAL, 2001, apud PENA, 2002, p. 148).

Nos primórdios do cinema, a preferência pelo jornalista como o mocinho da trama é respaldada pela imagem da mídia como defensora dos valores liberais, crítica imparcial e independente da atuação do Estado e das instituições sociais. Essa visão, propagada pelos próprios meios de comunicação e por muitos profissionais de imprensa, difunde a ideia de que o jornalismo seria um reflexo dos acontecimentos do cotidiano.

De acordo com esse ponto de vista, o único interesse do jornalista é observar a realidade que o cerca e emitir um relato equilibrado e honesto das suas observações, livre de suas opiniões. Ele precisa entrar em contato com todos os envolvidos no fenômeno a ser investigado, a fim de fornecer todas as visões possíveis, pois apenas por meio desse caminho ele poderá chegar à “verdade” dos fatos. Mas para isso, ele precisa ser objetivo, manter uma separação entre fatos ocorridos e ideias pessoais.

Mas como lembra Pena (2005) essa visão tão amplamente difundida entre os profissionais de imprensa, pois ela lhes confere legitimidade e credibilidade, é amplamente refutada. Com base na crítica em relação à *teoria do espelho*<sup>1</sup>, diversos filmes buscaram revelar a “verdadeira face” da mídia, os bastidores do Quarto Poder. De formas diferentes, muitas obras mostram ora que o jornalista não é um ser desinteressado, afinal está em busca de um furo, de informações que outros jornalistas não têm; ora que a objetividade não é um dado alcançável, uma vez que as técnicas de apuração e de edição contemplam ou ignoram fragmentos da dita realidade.

Contudo, mesmo entre as produções que se propõem a apresentar o “outro lado” dos meios de comunicação, vale ressaltar que há representações idealizadas do jornalista

---

<sup>1</sup> De acordo com Pena (2005), essa teoria surgiu na segunda metade do século XIX, nos EUA, devido a mudanças ocorridas na imprensa daquele país. Com a valorização dos fatos, em detrimento dos comentários que imperavam nos meios de comunicação até então, os defensores dessa teoria acreditavam que a palavra poderia refletir os acontecimentos. As regras de narração e procedimentos profissionais, que emergiam na época, aproximariam o jornalismo do rigor do método científico, o que evitaria a subjetividade.

romântico, que mesmo em meio ao circo da mídia, age de forma ética — ou apresenta ao público como um “bom jornalista” deveria agir. E vale destacar ainda que mesmo quando o cinema se apresenta como um agente revelador da forma como age mídia — ou seja, o espelho da mídia — também não atua de forma desinteressada e objetiva, pois também está sujeito a deturpações e exageros.

### 3.1 O JORNALISTA-HERÓI

No cinema, o jornalista que assume o posto de herói é aquele que atua como um defensor dos cidadãos e da sociedade como um todo contra os desmandos e excessos de entidades poderosas, seja a figura do Estado corrupto, sejam a de grandes corporações empresariais. Ele seria um guardião da democracia, do bem comum, da verdade, pois é engajado e bom caráter.

Como já foi comentado anteriormente, essa representação do jornalista nos apresenta um personagem que toma sua atividade profissional como uma missão, um dever. De acordo com Campbell, “o herói é um homem de submissão autoconquistada” (CAMPBELL, 2007, p. 11), ou seja, é alguém disposto a passar pelos mais diversos sacrifícios em nome de um bem maior, do bem de todos. O jornalista-herói seria aquele que esquece de si, de seus problemas, de sua vida pessoal, para dedicar-se a sua causa mais nobre.

O arquétipo do herói está presente nas mais diferentes e distantes culturas. O conceito de “imagem arquetípica” foi introduzido pelo psicanalista suíço Carl Gustav Jung (1875 - 1961). Em 1934, ele escreveu que o inconsciente não seria formado apenas de elementos pessoais, mas também de componentes de uma “herança psicológica” comum a todos os seres humanos — os arquétipos —, que se expressam por meio de mitos das tradições culturais. O mito do herói seria o mais famoso deles.

O norte-americano Joseph Campbell (1904 - 1987), com base nos estudos de Jung, lançou em 1949 seu livro “O herói das mil faces”, onde afirma que mesmo que o herói adquira diferentes roupagens de cada cultura específica, sua jornada seria sempre a mesma. Desde os contos de fada até a mitologia grega, todos os heróis vivem o mesmo mito, composto de *partida* (chamado à aventura), *iniciação* (provações a serem superadas) e *retorno*.

Essa partida para um “mundo desconhecido”, esse chamado, é a missão a ser cumprida. O herói deve

domar o cotidiano e viver na esfera do extraordinário. Deve entregar-se ao seu propósito maior e ao seu destino glorificado, que será construído única e exclusivamente por ele mesmo, já que ele é senhor de seus atos, pois tem um senso interior de certeza de que (...) é possível superar os maiores perigos e infortúnios, e de que é capaz de fazer seu próprio destino. (PENA, 2002, p. 148)

Esse senso de controle do próprio destino reforça a ideia do herói como sendo um sujeito único, insubstituível, movido por um propósito superior.

### 3.1.1 Os heróis da notícia

Um dos melhores exemplos que o cinema já nos ofereceu a respeito do jornalismo engajado foi *Todos os Homens do Presidente* (1976). O filme reconstitui o processo de investigação jornalística que elucidou o caso Watergate. Em junho de 1972, a sede do Comitê Nacional do Partido Democrata norte-americano, em Washington, havia sido invadida por cinco homens bem vestidos, portando quantias altas em dinheiro e *walkie-talkies*. Todos foram detidos pela polícia. Uma situação que a princípio não seria muito diferente de outros acontecimentos policiais, noticiados diariamente pelo *Washington Post*, graças à ação perspicaz dos jornalistas designados para o caso, Bob Woodward (Robert Redford) e Carl Bernstein (Dustin Hoffman), acaba se revelando um dos maiores escândalos políticos da história, culminando na renúncia do então presidente, Richard Nixon.

Esse filme ajuda a reforçar a imagem da mídia como uma observadora privilegiada da sociedade, a qual nada escapa de sua fiscalização — nem mesmo o presidente da nação mais poderosa do mundo. Ou seja, o jornalismo heróico como aquele não-solidário ao poder, capaz de mudar o rumo dos acontecimentos.

A partir do arrombamento, os repórteres investigaram causas, desdobramentos e ramificações, passando por longos processos de investigação, dificuldades em relação às fontes, pistas falsas e mentiras contadas, até formarem o quebra-cabeça que culminou com a publicação de uma série de reportagens, que renderam ao *Post* o Prêmio Pulitzer.

O diretor, Alan J. Pakula, procura mostrar em sua obra o quão penoso e árduo é o trabalho do jornalista, sujeito o tempo todo a revezes. “Bob e Carl levam até às últimas consequências o trabalho investigativo, transformando a aventura da reportagem investigativa no ideal do jornalismo” (PEDROSO, 2002, p. 124). Todos os dados adquiridos pelos

jornalistas são checados e verificados e, no mínimo, duas pessoas deveriam confirmar determinada informação antes que ela fosse publicada.

Para a Pedroso, os dois repórteres representam o ideal do jornalismo informativo diário, pois o que prevalece não é o estilo do texto ou do repórter, e sim, as informações. Seria o jornalismo em busca da palavra total, sem ambigüidade, o ideal da objetividade. Segundo a Pedroso, o filme seria “uma homenagem à prática da reportagem, à prática da investigação jornalística e à independência do jornalismo” (PEDROSO, 2002, p. 126).

O filme afirma a transparência e independência do jornalismo como um ideal a ser seguido, transformando a dupla “Woodstein” em referência para toda uma geração de jornalistas, mas é preciso considerar que a objetividade total é algo inatingível. O texto jornalístico é um discurso, e como tal, expõe a visão de mundo de um determinado sujeito. A ação do repórter está vinculada a critérios subjetivos para a eleição das informações que merecem mais destaque dentro de uma notícia e aquelas que podem ser suprimidas.

Além da objetividade, outro elemento da mítica que envolve o jornalista e está presente na obra é o processo de investigação. A ideia da reportagem investigativa ajuda a construir uma identidade profissional do repórter como não aquele que apenas conta os fatos, mas também revela o que está escondido da maioria do público. Bernstein e Woodward, os jornalistas que inspiraram o filme, consolidaram a prática do jornalismo investigativo nos Estados Unidos e redefiniram “a imagem da profissão de repórter, a ela atribuindo até um certo *sex appeal*”. (KOVACH & ROSENSTIEL, apud CASTILHO, 2008, p. 2)<sup>2</sup>.

Por estar sempre no enalço de um furo, de uma informação exclusiva, procurando denunciar ou evidenciar problemas sociais, o jornalista investigativo adquire um status de guardião da sociedade, o que convenientemente o aproxima do herói cinematográfico. Ao lado dos jornalistas de guerra, os repórteres investigativos são figuras recorrentes nas produções hollywoodianas.

*Todos os Homens do Presidente* apresenta várias cenas que se desenrolam à noite — clichê recorrente dos filmes *noir* dos anos 1940 — para ressaltar o clima soturno em que se desenrolava o processo de investigação dos dois repórteres. O perigo que os espreita, sempre evidenciado com a recusa das fontes temerosas em falar o nome dos envolvidos, ajuda a compor a aura heróica dos protagonistas.

O tom de heroísmo semelhante é desenvolvido pelo filme *Boa Noite e Boa Sorte* (2005), dirigido pelo ator George Clooney. A obra narra a história do jornalista Edward R. Murrow

---

<sup>2</sup> Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0467-1.pdf>. Acesso em 02 out. 2009.

(David Strathairn), que deu início, em 1953, a um confronto com o senador norte-americano Joseph McCarthy, responsável por uma onda de perseguição a suspeitos de ligações com países do bloco comunista. Em seu programa de televisão, Murrow realiza uma forte crítica a atuação do político, que passa por cima de direitos constitucionais e realiza verdadeiras devassas nas vidas dos acusados. O próprio jornalista passa a ser alvo de perseguição, mas não recua em denunciar a ação de McCarthy.

O filme reconstitui um período marcante da história do jornalismo americano e mundial. Assim como *Todos os Homens...*, esta produção apresenta um homem que não teme em denunciar os excessos do poder político, ainda que nesta obra a ameaça contra o jornalista apareça de forma mais evidente.

O caráter heróico do personagem é reforçado pela referência ao passado de Murrow como correspondente da Segunda Guerra Mundial, quando apresentava de Londres boletins sobre os conflitos. Foi nesse período que o jornalista cunhou a expressão “boa noite e boa sorte”, que se transformou em seu bordão para toda a vida e dá título ao filme. O jornalista desejava sorte aos membros da comunidade diante de difíceis tempos do confronto, e continua desejando aos telespectadores durante o período igualmente sombrio do maccarthismo.

Murrow foi um dos poucos jornalistas a desafiar o populismo cruel de McCarthy e da Comissão de Investigações de Atividades Antiamericanas, numa época em que os *mass media*, em especial a televisão que dava seus primeiros passos na América, se mostravam omissos em relação ao tema. O jornalista assume a figura de defensor dos direitos constitucionais e da nação, pois em determinado momento do filme profere a seguinte frase em seu programa: “As ações do Senador Junior de Wisconsin [McCarthy] causaram preocupação e medo entre os nossos aliados no exterior e deu um conforto considerável aos nossos inimigos”. (*Boa Noite e Boa Sorte*, 2005: 43min 38seg).

Especialmente em momentos de maior repressão, as pessoas tendem a ficar mais temerosas e inibidas, antecipando os efeitos de suas ações em nome de uma maior prudência. O herói, personificado por Murrow, não se deixa abater pelas limitações do contexto histórico em que vive, e age em nome daquilo que acredita ser o mais correto. Sobre isso, Campbell afirma:

O herói é o homem ou mulher que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e alcançou formas normalmente válidas, humanas. As visões, ideias e inspirações dessas pessoas vêm diretamente das fontes primárias da vida e do pensamento humanos. (CAMPBELL, 2007, p. 13).

O filme dá a entender que a ação do jornalista foi essencial para a derrocada do senador, corroborando para a imagem da mídia de “Quarto Poder”, ou “Poder Fiscalizador”. Em uma das falas mais emblemáticas do cinema a respeito do poder do jornalismo, o protagonista diz: “Ele vai apostar que um senador pode vencer um jornalista.”, ao que é respondido pelo seu co-produtor Fred Friendly (George Clooney): “Ele irá perder”. (*Boa Noite e Boa Sorte*, 2005: 54min 51seg).

Edward Murrow contou com o apoio, ainda que inconstante e inseguro, da rede de TV CBS, que buscava manter sua imagem imparcial temendo represálias do Governo e a fuga de patrocinadores. O filme apresenta algumas lições de jornalismo, como a imparcialidade, que impôs ao jornalista ceder direito de resposta ao senador em seu programa. Mas um diálogo entre o chefe executivo da CBS, William S. Paley (Frank Langella), e Murrow é bastante elucidativo a respeito da impossibilidade de uma objetividade absoluta, mesmo no jornalismo.

WILLIAM S. PALEY

Eu nunca censurei um único programa. Eu encaro as afiliadas que querem mais entretenimento de nós. Eu luto para manter a licença com os mesmos políticos que você está derrubando. E eu nunca disse não para você.

EDWARD R. MURROW

Eu afirmaria que nós dois temos feito muito bem um ao outro. Eu argumentaria que essa emissora é definida pelo que o departamento de jornalismo alcançou. E eu argumentaria também que “nunca dizer não” não é o mesmo que “não censurar.”

WILLIAM S. PALEY

Sério? Você deveria ensinar Jornalismo. Você e o Sr. Friendly. Então por que você não corrigiu McCarthy quando ele disse que Alger Hiss foi acusado de traição? Ele foi apenas acusado de perjúrio. Você corrigiu todo o resto. Você não queria aparecer defendendo um conhecido comunista? Eu argumentaria que todos somos censores, incluindo você. (*idem*: 1h 19 min)

Por se tratarem de dois momentos históricos, em que o jornalismo foi essencial pra mudar o rumo dos acontecimentos, tanto *Todos os Homens do Presidente* quando *Boa Noite e Boa Sorte* se valem fortemente do uso de imagens de arquivo para retratar os políticos que foram combatidos pelos jornalistas: o presidente Richard Nixon e o senador Joseph McCarthy, respectivamente. O recurso pode ter sido empregado talvez como um reforço da

mensagem de que esses “algozes” foram reais, tanto quanto pode haver outros ainda atuando na sociedade.

A importância histórica de Edward R. Murrow para o jornalismo é explicitada ainda em outro filme, *O Informante* (1999). Em uma edição do *The New York Times*, que denunciou a não-publicação de uma entrevista bombástica pela rede de televisão *CBS News*, um editorial do impresso afirmou que o canal de TV traiu o legado do jornalista.

### 3.1.2 O poder dos conglomerados de mídia

Mas se na obra de Pakula e de Clooney, os repórteres e os meios de comunicação social são os grandes defensores da sociedade, *O Informante* nos apresenta uma outra vertente: o jornalista engajado contra os desmandos das grandes corporações de mídia. Assim como os dois anteriores, esse filme se baseia em um caso real ocorrido nos bastidores da rede de televisão norte-americana CBS.

Na produção, o bioquímico Jeffrey Wigand (Russel Crowe) é demitido de seu cargo de diretor de pesquisa da empresa fabricante de cigarros B&W por não concordar com a adição de aditivos químicos potencialmente cancerígenos, e é convencido por um produtor, Lowell Bergman (Al Pacino), do programa *60 Minutes*, a revelar toda a verdade na televisão. O jornalista precisa superar a relutância do informante, que está preso a contrato de confidencialidade e enfrenta ameaças a si e a sua família. Além disso, Bergman precisa lutar contra a campanha de difamação criada pela indústria do tabaco contra o cientista para desqualificá-lo como uma fonte confiável.

Mas o grande desafio a ser superado pelo herói Bergman é a resistência da *CBS Corporate*, empresa proprietária da *CBS News*, em transmitir a entrevista de Wingand. A matéria poderia gerar processos da indústria tabagista contra a CBS, afetando o valor de mercado da empresa, que estava prestes a ser vendida. O filme retrata como as decisões corporativas podem afetar a atividade jornalística.

Mas é graças à intervenção rápida do jornalista que o filme chega ao seu *happy end*. O ocorrido nos bastidores do canal de TV acaba estampado na capa do *The New York Times*, com informações passadas pelo personagem de Pacino a um jornalista do impresso. Tal situação obriga a CBS a assumir um *mea-culpa* e a lançar no ar a entrevista na íntegra com Wigand. Com isso, o longa-metragem não nega completamente o glamour da mídia, pois apenas a imprensa seria capaz de denunciar os abusos da própria imprensa.



Este é um filme que não foge de uma certa mítica das obras do gênero [*newspaper movies*]. (...) Quando as ameaças ao exercício da profissão e à liberdade da informação fazem sentir a sua força, nada como o bom e tradicional jornal impresso, com sua credibilidade e seu poder de “agendamento” sobre os demais veículos de mídia. (KURTZ, 2002, p. 275).

Como lembra Dines (2000), desde o caso Watergate, a imprensa estadunidense realiza uma cobertura diária sobre outros veículos de comunicação como um assunto qualquer. Segundo o autor, a mídia perde sua impunidade e a capacidade de cometer abusos quando “denunciada” pela própria mídia<sup>3</sup>.

O filme retrata também a solidariedade de alguns profissionais de imprensa em relação ao poder, marcadamente pela figura do apresentador do programa Mike Wallace (Christopher Plummer). O âncora veterano de um dos mais respeitados programas dos Estados Unidos a princípio apoia a decisão de Bergaman de colocar no ar o depoimento de Wigand, mas depois cede às pressões da empresa.

A matéria é de evidente interesse público e o próprio Wallace vai ressaltar isso: “É uma questão de saúde pública (...). Ele [Wigand] deve falar dessas questões, nós levamos ao ar. Não tem o direito de escondê-lo com um acordo de confidencialidade” (*O Informante*, 1999: 45min 14seg). Mas diante da coação da *CBS Corporate*, o jornalista não se opõe a uma versão alternativa sem a entrevista.

Apenas quando uma terceira alternativa vai ao ar — produzida pelos diretores, no lugar da versão editada por ele, “avisando” aos telespectadores que havia informações que o programa não poderia exibir — Wallace reassume a postura do jornalista que não é afetado por interesses comerciais. O filme não deixa claro se este seria realmente um “lampejo de ética” ou uma expressão de sua vaidade: “Você cortou! Você cortou tudo o que eu disse! Seu laiaio corporativo! Quem disse que seus dedos incompetentes possuem talento para me editar?” (idem: 2h 2min 23seg).

Ironicamente, é Wallace quem profere uma das frases mais significativas a respeito da postura ideal de um jornalista. Quando interpelado por Helen Caperelli, advogada da CBS, que tenta contornar a situação, o apresentador a coloca contra a parede de forma ameaçadora e diz: “Trabalhamos na mesma empresa, mas não na mesma profissão (...). Estou nessa

---

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/aspas/ent05032000a.htm>. Acesso em 21 out. 2009.

profissão há 50 anos! Vocês e seus superiores estão destruindo o programa mais respeitado, mais lucrativo e de maior audiência nesta rede.” (*O Informante*, 1999: 2h 2min 50seg).

Ao contrário de Wallace, o personagem Bergman mantém sua conduta ética inflexível, mesmo quando se vê sem o apoio dos outros profissionais de sua equipe. De acordo com Pereira (2003), o filme reconta a mítica batalha de Davi contra Golias, o “pequeno” herói que não teme em lutar sozinho contra um poderoso gigante (Governo, corporações, etc), e com sua astúcia e coragem inabalável, vence no final. Mas o autor lembra que, ao contrário de *Todos os Homens do Presidente*, em que prevalece a objetividade absoluta, a obra de Michael Mann prioriza os estados emocionais do jornalista e de sua fonte.<sup>4</sup>

Bergman é construído no filme como um personagem com tendências políticas de esquerda, talvez como uma forma de salientar a oposição dele em relação à grande empresa capitalista. O mentor intelectual do personagem teria sido o filósofo alemão frankfurtiniano Herbert Marcuse, exilado nos Estados Unidos com a ascensão do nazismo. Como afirma Kurtz, o filme ajuda a nos assegurar que Bergman “não está na profissão movido pela (...) fogueira das vaidades. Eis o retrato legítimo de um representante da *New Left*, a ‘nova esquerda’ americana, que acredita piamente na força de uma informação” (KURTZ, 2002, p. 269). Não deixa de ser curioso, no entanto, que um produto da indústria cinematográfica americana procure enfatizar a tendência esquerdista de um personagem para “justificar” sua conduta ética frente à ameaça capitalista.

Mas essa é a única “novidade” introduzida por *O Informante* na composição do herói. Como a maioria dos *newspaper movies*, esse filme elege um profissional do sexo masculino para ocupar a função de protagonista da trama. Mas ao contrário de *Todos os Homens do Presidente* e *Boa Noite e Boa Sorte*, onde não há personagens femininos de grande relevo, no filme de Michael Mann, os papéis de mais destaque desempenhados por mulheres são os de antagonista.

Nas reuniões de pauta de *Todos os Homens...* vemos apenas homens conversando à vontade sobre quais os assuntos que deveriam ser publicados na próxima edição, ainda que o livro no qual se baseou o longa-metragem — escrito por Carl Bernstein e Bob Woodward da “vida real” — deixar claro a presença de mulheres em cargos mais altos da hierarquia do *Washington Post*, como Katharine Graham, editora do jornal. As duas jornalistas apresentadas no filme surgem para aproximar Woodward e Bernstein de fontes com as quais ambas tiveram

---

<sup>4</sup> Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_temas\\_pereira.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_temas_pereira.pdf). Acesso em 23 set. 2009.

relacionamentos amorosos. Um ambiente marcadamente masculino também é visto em *Boa Noite e Boa Sorte*.

Mas é em *O Informante* que percebemos a associação entre heroísmo e o universo masculino. Em uma cena Bergaman, por telefone, diz a Wigand: “Estou ficando sem heróis. Homens como você andam em falta”, ao que este responde: “Homens como você também”. (*O Informante*, 1999: 2h 11min 8seg). Já entre os personagens femininos destacam-se Caperelli, o “rosto” da *CBS Corporate* no filme, e a esposa de Wigand, que abandona o marido num dos períodos mais dramáticos do personagem. Kurtz (2002) ressalta que a ex-senhora Wigand sintetiza a percepção sobre o feminino como frágil e arrogante, preocupado exclusivamente com dinheiro. O único contraponto, além da assistente de Bergman, é a esposa do jornalista, que em um momento de crise a respeito de sua profissão, lhe confere alento e apoio. Seria uma espécie de personagem-muleta.

### 3.2 O JORNALISTA-VILÃO

Produções cinematográficas que buscam apresentar uma imagem negativa do jornalista costumam representá-lo, principalmente, sob duas formas. A primeira seria a do profissional movido exclusivamente pelo desejo de ascender à notoriedade e adquirir sucesso e fama. Seria o jornalista que deseja sair do anonimato ou que foi excluído do “jogo” dos poderosos — provavelmente por suas atitudes antiéticas — e deseja um retorno triunfal. A segunda forma de representação é a do profissional com renome já consolidado, mas igualmente sem caráter, que usa o poder que a mídia lhe confere para atender necessidades e desejos pessoais.<sup>5</sup>

Ambos representam uma postura diametralmente contrária à imagem romântica do jornalista, uma vez que seus interesses pessoais vêm acima de tudo, sem compromisso com um distanciamento dos fatos em nome da “verdade”. Ao contrário de uma postura engajada, esses personagens são apresentados com uma postura *blasé* em relação ao resto da sociedade. Eles exploram, e até manipulam, acontecimentos de “interesse humano” para cativar a atenção do público e manter seu nome ou sua imagem constantemente em alta.

---

<sup>5</sup> O cinema brasileiro, até os anos 1960, privilegiou um terceiro viés. Antes do Cinema Novo, o jornalista geralmente era retratado sob um estereótipo sensacionalista que explora pessoas humildes para executar seu trabalho, como em *O Pagador de Promessas* (Anselmo Duarte, 1962) e *Boca de Ouro* (Nelson Pereira dos Santos, 1962).

Mas de acordo com Pereira (2003), os próprios manuais de jornalismo orientam os profissionais a proceder de tal forma a destacar os fatos que possam ser considerados de “interesse humano”. O jornalista Mário Erbolato define muito bem essa orientação.

A frialdade das estatísticas, a descrição de uma obra pública que será inaugurada, bem como o discurso de um Governador ou um debate na ONU, devem ser entremeados com notícias que falem do próprio homem, que participa desses acontecimentos. Dizer que um incêndio provocou prejuízos de 10 milhões de cruzeiros e destruiu o prédio de 20 andares é pouco. O repórter deve contar o drama dos que esperaram ser socorridos pelos bombeiros e as conseqüências para as respectivas famílias dos que não conseguiram ser salvos. (ERBOLATO, 1991, apud PEREIRA, 2003, p. 6) <sup>6</sup>

O furo de reportagem, a possibilidade de uma matéria exclusiva, seria a principal forma de atingir um prestígio dentro da profissão, bem como manter os holofotes voltados para si. Esse seria o “canto da sereia”, que incita esses personagens a passarem por cima da ética jornalística, deturpar, exagerar, e até a controlar os acontecimentos. No cinema, o jornalista-vilão não se contenta em noticiar os fatos; em muitas situações ele também os produz.

A mídia como um espaço de conflito em que o grande prêmio é a fama e o poder, não cede espaço para os heróis. A virtude — que para o jornalismo significaria apego aos valores da objetividade e veracidade — cede espaço para a superexposição. Nesse caso, o jornalista mau-caráter é narcisista, e ressalta como postura positiva a exibição e a visibilidade. Em vez de desmascarar segredos de bastidores do governo ou das grandes empresas, dos quais nem suspeita a sociedade, esse profissional transforma o drama humano, ou até mesmo acontecimentos banais, como a vida das celebridades, em objeto de consumo. Enquanto o primeiro intercede pela coletividade, o segundo a entretém.

### **3.2.1 A fantástica fábrica de notícias**

A espetacularização de um evento é discutida de forma bastante mordaz por duas produções hollywoodianas, separadas uma da outra por um período de quarenta anos: *A Montanha dos Sete Abutres* (1957), de Billy Wilder, e *O Quarto Poder* (1997), de

---

<sup>6</sup> Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_temas\\_pereira.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_temas_pereira.pdf). Acesso em 23 set. 2009.

Konstantinos Costa-Gravas, o que evidencia que essa questão não é relativamente recente, mas continua sendo bastante atual e recorrente aos roteiros de cinema.

A trama de *A Montanha...* narra a trajetória do repórter Charles “Chuck” Tatum (Kirk Douglas), que após ter sido expulso de jornais de diversas grandes cidades, como Nova York e Chicago, acaba empregado em um pequeno diário da cidade de Albuquerque, no estado do Novo México. A caminho da cobertura de uma pauta absolutamente banal — uma caçada de cobras — o jornalista se depara com a possibilidade de uma pauta mais “interessante”: Leo Minosa (Richard Benedict), o dono de um posto de gasolina da região, fica preso no desabamento de uma mina.

Tatum sente que esse assunto pode lhe trazer de volta ao topo, e passa ele mesmo a organizar a situação. O personagem faz de tudo para atrasar o resgate, para que o assunto possa render o maior tempo possível nos noticiários, pois lhe convém que o homem permaneça preso durante pelo menos uma semana, e não algumas horas. O assunto ganha destaque nacional, atraindo uma enorme gama de curiosos, repórteres de TV e comentaristas de rádio. Para isso, ele manipula a todos: o xerife, o empreiteiro e, inclusive, a esposa, para que esta simule a figura de uma mulher arrasada que o jornalista tanto precisa para construir o “quadro perfeito” a respeito de Minosa.

Mas a morte do soterrado, quando a escavadeira chegava a apenas alguns metros dele, lança por terra os planos do jornalista. Ele não apenas não consegue seu retorno triunfal ao jornal de uma grande cidade, como acaba encontrando seu destino trágico.

O filme realiza uma crítica incisiva à conduta dos meios de comunicação na fabricação de notícias. Na obra, o jornalista não vacila em lançar mãos dos mais diversos artifícios, como trapaças e muita persuasão, para envolver a todos no circo armado em torno do soterrado. O nome da obra em português — *montanha dos sete abutres* — refere-se ao local em que o personagem de Minosa fica preso, e pode ser lido como uma metáfora para o grupo de jornalista que cobre o mesmo caso. Esse tipo de comparação — um grupo de parasitas que voa ao redor da mesma “carniça” — é recorrente no cinema. Em *A Doce Vida* (1960), Fellini cunhou o termo *paparazzi* para designar os fotógrafos caçadores de celebridades. A expressão mais tarde viria a se popularizar.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Os fotógrafos também são objetos de interesse para o cinema. Além de *A Doce Vida*, podemos destacar *Paparazzi* (2004), de Paul Abascal; *Delírios* (2006), de Tom DiCillo; e *Testemunha Ocular* (1992), de Howard Franklin, como exemplos dessa temática. Até mesmo o cinema documentário vai debruçar-se sobre o assunto, como em *Reporters* (1981), de Raymond Depardon, que será objeto de análise no capítulo 4.

Mas ao contrário de outras obras, *A Montanha...* estende sua crítica para o público, ávido pelo desejo de consumir um grande acontecimento. Afinal, não há espetáculo se não houver quem assista. Após a primeira notícia publicada sobre Minosa, com a chegada dos primeiros curiosos ao local, Tatum comenta com Lorraine (Jan Sterling): “Você pode achar que eles são apenas um par de imbecis, mas eles são apenas o princípio. Para mim, eles são o Sr. e a Sra. América”. (*A Montanha dos Sete Abutres*, 1957: 41min 32seg). Não é de se espantar que a obra de Wilder foi tão mal recebida pela crítica e pelo público norte-americano à época de seu lançamento.

De acordo com Brasil, o conceito de notícia como entretenimento surge ainda nos primórdios do século XIX, e o personagem Tatum vai saber empregar bem todas as suas principais características: “o interesse humano, a apologia do sofrimento, a estrutura seriada e a eventual interferência do repórter na construção da notícia” (BRASIL, 2002, p. 43). A cobertura jornalística seria construída de tal forma a criar uma empatia com seu público, tal como um folhetim, a partir de conceitos da narrativa clássica, com “progressão dramática, algumas viradas, clímax e, se possível, um final feliz”. (Ibidem, p. 44). Para prender a atenção do público, Tatum apela até mesmo a forças místicas: “Antiga maldição indígena enterra homem.”

Uma característica da trama folhetinesca é a individualização dos personagens, recurso emprestado às reportagens sensacionalistas, que suscita reações apaixonadas no público. Enquanto entra pela primeira vez na caverna, Tatum fala para seu assistente: “Um homem preso numa mina é melhor que 84. Você lê sobre 84 pessoas, ou sobre 284, ou sobre um milhão, como na fome da China, e esquece. Mas um homem é diferente: você quer saber tudo sobre ele”. (*A Montanha dos Sete Abutres*, 1957: 20min 39seg). Essa preferência pela individualização acontece porque ela ressalta o interesse humano de uma matéria, uma vez que é possível criar uma empatia com o público. Um grande número é apenas um dado.

Mas é a interferência do repórter a principal característica do “*infotainment*” (termo em inglês para a união de informação e entretenimento) apresentada pelo filme. Ainda no início, Tatum se apresenta para o novo patrão — e para os espectadores — como “um repórter para grandes histórias e para pequenas histórias. E se não houver história nenhuma, eu saio para a rua e mordo um cachorro.” (*A Montanha dos Sete Abutres*, 1957: 04min 59seg). Nas paredes da redação do jornal de Albuquerque, há quadros com os dizeres “Diga a Verdade” [*Tell the Truth*], que mais do que um simples lema, serve para recordar os valores do bom jornalismo aos seus profissionais. Algo que sequer chega a comover Tatum, que não se define como um homem das palavras do quadro.

De acordo com Gabler, a intervenção do jornalista nos acontecimentos era comum no período embrionário da imprensa-entretenimento, tornando-se até um procedimento padrão. “Mais de cem anos atrás, a interferência na notícia era vista como um sinal de modernidade” (GABLER, 1999, apud. BRASIL, 2002, p. 46). Mas ao contrário do que o cinema, com sua opção pelos atos grandiosos, nos apresenta, essa interferência pode acontecer de formas mais sutis, para aumentar a emoção da notícia e atender às expectativas do público.

Para Gabler, essa “ampliação” da notícia para atender aos anseios das massas vai acontecer de forma mais expressiva na televisão. “Se um evento não estivesse à altura, a televisão, em seu frenesi, faria com que estivesse”. (Ibidem, p. 46). Essa visão impera em outro filme, *O Quarto Poder*.

A obra conta a história do repórter de TV Max Brackett (Dustin Hoffman), que tenta retomar a sua carreira após um escândalo na rede onde trabalhava. O repórter discutiu ao vivo e em rede nacional com Kevin Hollander (Alan Alda), o âncora do principal telejornal da emissora, que insistia em uma descrição detalhada e escatológica dos corpos das vítimas de um desastre de avião. “Exilado” em uma afiliada na cidadezinha de Madeline, no interior da Califórnia, Brackett se vê obrigado a realizar cobertura de amenidades, “pautas frias”, e sonha em poder retornar ao pulsante mundo da emissora principal, em Nova York.

Durante uma matéria a respeito do museu da cidade, prestes a fechar as portas, ele se depara com a possibilidade desse retorno. O local é invadido pelo ex-segurança, Sam Baily (John Travolta), que armado com rifle e dinamite, exige seu emprego de volta. A situação sai do controle, e o repórter, a diretora e um grupo de crianças que visitavam o museu acabam tornando-se reféns. Esse erro oferece ao repórter a oportunidade de mostrar ao povo americano diante da televisão que ainda está em plena forma.

O jornalista promove uma expansão do acontecimento, prolongando o seu tempo, para permanecer por mais tempo diante das câmeras. Ele explica como Baily deve agir para a mídia e consegue a proeza de criar uma imagem simpática para o “sequestrador de crianças”. Mas novo entrevero com Hollander, que deseja assumir a cobertura do evento, vai dar um novo rumo aos acontecimentos

Durante todo o período do sequestro, Max, que tem livre caminho para entrar e sair do prédio do museu, guia as atitudes de Sam, para assegurar-lhe o apoio popular. O repórter constrói a imagem de um pobre coitado, desorientado com a perda do emprego, mas um pai de família devotado e de bom coração. O jornalista chega a influenciar a escolha das duas crianças a serem libertadas — uma negra e uma branca — para evidenciar que o ex-segurança

não era racista, já que acidentalmente havia baleado seu colega de trabalho, um homem negro, no momento da invasão.

As entrevistas gravadas por Brackett, com familiares e amigos, buscam construir uma imagem positiva a respeito de Sam como um sujeito pacífico, amante dos animais, e que, portanto, jamais cometeria uma atitude premeditada contra crianças. Obviamente, o repórter orienta o homem para que peça a seus familiares que concedam entrevistas exclusivamente para ele. Mas o jornalista, retratado como inescrupuloso, alcança sua redenção parcial por sua preocupação em garantir a segurança pós-matéria de Sam, e não preocupar-se apenas com retomar seu antigo prestígio.

Todo o evento acaba por fazer os olhos do povo estadunidense voltarem-se para a pequena cidade, atraindo dezenas de jornalistas, que precisam criar subterfúgios para conseguir algum fato exclusivo sobre o acontecimento, uma vez que Brackett “detém” Baily e sua família com exclusividade. Em várias cenas, repórteres entrevistam pessoas que se passam por amigos, sem checarem se de fato o são; invadem o hospital onde está o segurança baleado, vestidos de médico, para “roubar” a entrevista com sua esposa; e até mesmo usam um elevador externo, empregado para limpar vidraças, para fazer imagens dele no quarto. A situação ganha ares de espetáculo.

A avidez por acontecimentos noticiáveis, que impulsiona uma certa postura agressiva por parte dos profissionais de imprensa, fica clara ainda nas cenas iniciais, quando a equipe de Brackett ronda um banco, com o objetivo de entrevistar um gerente acusado de um desfalque na poupança dos investidores. A cena registra a montagem dos equipamentos de gravação como armas, e o posicionamento dos repórteres como se estivessem a ponto de assaltar o banco. De certa forma, a cena trata de um ataque ao funcionário, que até então fugia das entrevistas.

A ideia de ataque se repete na cena da libertação das duas meninas reféns, que após deixarem o prédio, ficam a um passo de recuar de volta para o cativeiro diante da multidão de repórteres que corre furiosamente em sua direção.

Contudo, para além da postura agressiva, o jornalista precisaria ter uma certa sensibilidade para seduzir e convencer. Toda a ação de Brackett teria sido impossível se ele não fosse capaz de entrar e sair do cativeiro. Essa mobilidade foi conquistada pelo repórter convencendo o xerife local de que ele teria muito a ganhar. “As câmeras estão atrás de mim,



sua cara está em todos os canais. Darei os créditos a você no ar.” (*O Quarto Poder*, 1997: 29min 24seg).<sup>8</sup>

A grande virada do filme ocorre com quando Hollander assume a cobertura do caso de Sam. Revoltado, Max leva a entrevista exclusiva de Sam para outro canal. Hollander por sua vez, desconstrói a imagem de “bom moço” do segurança, mostrando-o como um desequilibrado, apenas editando os VTs produzidos por Max com seus parentes e amigos. O âncora afirma ainda que Brackett estaria compactuando com o sequestro. A volátil opinião pública passa a condenar Sam e medidas mais incisivas tornam-se necessárias para saciar a sede de justiça que agora se estabeleceu.

Com essa sequência, Costa-Gravas mostra não só o poder que a mídia teria de moldar a opinião do público (no filme, tal feito acontece num espaço de pouquíssimos dias), mas também a competição desenfreada nos bastidores dos veículos de mídia, que transformaria os atores sociais envolvidos na ocorrência em peças de um jogo. A falta de apoio e a pressão da mídia fazem com que Sam se exploda junto com o museu.

É na cena final que Max finalmente encontra sua redenção e quando o jornalismo — representado aqui pela antiga assistente do repórter que acaba de ser promovida — revela sua total indiferença com aqueles que têm suas vidas estampadas nos noticiários. Logo após a explosão, Laurie (Mia Kirshner) fura a barreira de policiais a fim de entrevistar Max, ainda ferido e desorientado.

LAURIE CALLAHAN

Max. Vai falar com exclusividade para a gente, não?

MAX BRACKETT

Claro. Onde está Sam?

LAURIE CALLAHAN

Sam? Ele virou confete. Não, não limpe o rosto. Como você se sente?

MAX BRACKETT

Onde ele está? O que você disse?

LAURIE CALLAHAN

Ele morreu. A história é maior agora. Não limpe isso. Isso fica bem [na câmera]. Feche um zoom nele.

---

<sup>8</sup> Tanto Brackett quanto Tatum vão persuadir o poder público — personificado pela figura do xerife nas duas produções — para que este forneça um amparo a sua ação, em troca da construção de uma imagem favorável. Enquanto o primeiro oferece notoriedade ao policial, o segundo promete ajuda na sua campanha de reeleição — e chega a mandar escrever “Reeleja Xerife Krutzer” na parede da montanha onde Minosa está soterrado.

MAX BRACKETT

Nós o matamos! Nós o matamos!

(*O Quarto Poder*, 1997: 1h 44min 49 seg).

Os dois filmes aqui abordados apresentam semelhanças a respeito de seu enredo. Tanto *O Quarto Poder* quanto *A Montanha...* apresentam jornalistas que interferem nos fatos, o que invariavelmente tem resultados trágicos. Eles alimentam o drama do “interesse humano”, tornam-se ao mesmo tempo autores e personagens de uma trama sensacionalista, e o seu envolvimento compromete o conteúdo das notícias que veiculam. Os finais, com a morte dos envolvidos, Baily e Minosa, e a derrocada definitiva dos dois profissionais, conferem maior dramaticidade aos filmes, possivelmente lançando uma lente de aumento sobre a atuação dos jornalistas e da mídia.

Outra visão presente nos dois filmes é a postura dos “focas”, os profissionais recém-chegados a atividade jornalística, que ao longo da ação da trama perderão a sua “ingenuidade” para se adaptar às regras da mídia. A oposição entre o bem-intencionado Herbie Cook (Robert Arthur) e Tatum, em *A Montanha...* fica evidente na cena em que os dois se dirigem para a caçada de cobras. Ao contrário do jovem, o experiente jornalista nunca frequentou uma faculdade, mas vendeu jornais durante a mocidade, e sabe que tipo de matéria vende.

É nesta cena que o profissional profere a mais preciosa pérola do “jornalismo canalha”: “A primeira coisa que aprendi foi que as más notícias sempre vendem mais. A boa notícia não é notícia nenhuma”. (*A Montanha dos Sete Abutres*, 1951: 13min 52seg). Ao longo do filme, Chuck dá diversas “lições” de jornalismo a Herbie — e ao público —, pois o jovem parece não ter aprendido nada nos três anos em que frequentou a escola de jornalismo. Aqui vemos a oposição entre o conhecimento teórico e o prático, pois a experiência cotidiana deu a Tatum o *savoir faire* do exercício jornalístico.

Logo Herbie colocará em prática, ao lado de Tatum na cobertura do “caso Minosa”, tudo o que aprendeu. Na obra de Wilder, “o ensinamento de Tatum tem mais sucesso que as teorias da faculdade, já que é o próprio jovem quem vai cobrar de Tatum uma dedicação ao jornal que este não consegue mais assegurar” (SENRA, 1997, p. 131).

Mas se ao final de *A Montanha...* a ação nociva do jornalista tem consequências trágicas sobre a vida de quase todos os personagens, pois vemos a derrocada do jovem Herbie ao lado de seu mentor, de volta ao jornaleco da pequena Albuquerque, em *O Quarto Poder*, a “foca” tem um pouco mais de sorte.

Laurie Callahan inicia o filme com uma personalidade altruísta, deixando de lado a câmera para socorrer o homem baleado. Mas a personagem não precisa de muitas aulas para aprender as regras do espetáculo ao qual ela ajuda a produzir, e não hesita em trocar o seu mentor Max Brackett por um mais poderoso, Kevin Hollander, quando surge a primeira oportunidade. E em seu momento mais apoteótico, quando surge magnificamente produzida para atuar na frente da câmera ela já incorporou o “espírito *blasé*” em relação ao drama alheio (“Sam virou confete”) e adquiriu o faro para captar os elementos sensacionalistas que apimentam uma boa notícia (“Ele morreu. A história é maior agora”).

Ainda nas duas produções, ocorre uma inversão do conflito entre editor e jornalista. Uma vez que os repórteres são aqui apresentados como escroques, os chefes fogem do estereótipo do “profissional rendido ao lucro”. O Sr. Boot (Porter Hall), dono do jornalzinho de *A Montanha dos Sete Abutres*, estranha o tom das matérias enviadas por Tatum sobre Minosa e vai averiguar com os próprios olhos o ocorrido. O editor não está satisfeito com a imagem desenhada do xerife, que para ele é um corrupto e não deveria ser reeleito, e que seu jornal não faz acordos, mesmo com o aumento das vendas em oito mil exemplares. Mesmo sendo o maior beneficiado com o crescimento das vendas, o proprietário tenta em vão deter a ação de Tatum, que já está escrevendo a matéria para um veículo maior de Chicago.

Da mesma forma, o editor da afiliada onde Brackett trabalha, em *O Quarto Poder*, procura podar os exageros do jornalista e tenta, também sem sucesso, convencer Laurie a realizar a cobertura da condenação do gerente do banco acusado de desviar dinheiro das poupanças, essa sim uma matéria sobre algo que afeta a vida das pessoas.

### 3.2.2 O poder inebriante

Se em *A Montanha...* e *O Quarto Poder* o elemento propulsor da trama é o desejo de jornalistas decadentes em retornar ao seu período de glória, em *A Embriaguez de Sucesso* (1957) é o poder quase sem limites do jornalista que movimenta o filme. O longa-metragem, do diretor Alexander Mackendrick, conta a história de Sidney Falco (Tony Curtis), um assessor de imprensa que busca todas as formas de emplacar na carreira, e de JJ Hunsecker (Burt Lancaster), um influente jornalista, capaz de criar e destruir reputações com sua coluna em um jornal de Nova York e com um programa semanal de televisão.

O filme toma como cenário o burburinho noturno da cidade, que apesar do intenso brilho dos letreiros da *Broadway*, abriga sob as suas sombras todo o tipo de escória que alimenta as páginas das publicações diárias. É nesse ambiente que ocorre a interação entre o

sórdido jornalista e o assessor com pretensões de ascensão social. Pressionado por seus clientes, que anseiam pelo prestígio de serem citados na coluna de Hunsecker, Falco precisa sujeitar-se a todo tipo de humilhação do jornalista.

Hunsecker deixa de publicar as notas quando o assessor fracassa em sua tentativa de separar a irmã do jornalista, Susan Hunsecker (Susan Harrison), de um músico de jazz em início de carreira, Steve Dallas (Martin Milner). JJ nutre uma incestuosa obsessão pela irmã, e pressiona Falco a destruir a reputação do músico.

O assessor semeia notas falsas sobre Dallas, acusando-o de comunista e usuário de drogas, em colunas de jornalistas concorrentes, para não levantar suspeitas sobre Hunsecker. Falco chega a colocar drogas entre as coisas do jazzista para incriminá-lo. Se tudo ocorresse como esperado, JJ levaria sua irmã para a Europa, e Falco chegaria aonde sempre sonhou: assumiria, mesmo que temporariamente, o lugar de prestígio do jornalista, escrevendo a sua coluna.

Mas os acontecimentos ganham um novo rumo, com a tentativa de suicídio de Susan. No momento em que é salva por Falco, seu irmão entra apartamento, e ao se deparar com a cena, acredita tratar-se de uma tentativa de estupro. O confronto entre os dois profissionais leva Falco a revelar à moça a trama para destruir a reputação de Dallas. O final é exemplar: Falco acaba agredido pelos policiais aliciados de Hunsecker e Susan vai embora, deixando seu irmão e a vida de luxo que ele a proporcionava para trás.

Mackendrick realiza em seu filme uma crítica contundente aos excessos da mídia, numa época em que o cinema ainda sofria uma forte censura. O filme foi produzido um pouco mais de quinze anos depois do lançamento de *Cidadão Kane* — que sofreu forte oposição dos veículos de imprensa da época. Assim como a obra-prima de Orson Welles, *A Embriaguez...* também é inspirado na vida de uma figura histórica da mídia americana, Walter Winchell, jornalista e colunista de rádio, considerado o inventor do colunismo social moderno e um dos primeiros a falar abertamente da vida íntima das celebridades, entre os anos 1930 e 1950. Winchell foi considerado um dos jornalistas mais poderosos e temidos de todos os tempos.

O diretor cria dois personagens traiçoeiros e antiéticos, marcadamente cínicos e mentirosos. Falco gravita na órbita de JJ, tentando assimilar de vez a aura de poder e sucesso que o jornalista emana. De acordo com Senra (1997), a relação dos dois marca a oposição entre o mundo do jornalismo, tido como uma profissão nobre, respeitável e glamourizada, e o mundo da publicidade e das relações públicas, menos valorizado socialmente, feito por pessoas oportunistas, capazes de trapacear e mentir para “vender” algo ou alguém.

A imagem do assessor de imprensa fica claro na cena clássica do restaurante, em que JJ senta-se ao lado de um senador, aspirante a concorrer às eleições presidenciais norte-americanas, uma jovem loira com pretensões artísticas e seu agente. JJ descreve Falco da seguinte maneira: “O senhor Falco, a quem não convidei, é um assessor de imprensa ávido, e representa todas as trapaças de seu abominável negócio”. (*A Embriaguez do Sucesso*, 1957: 22min 45seg). Por outro lado, a mesma cena constrói a imagem de poder quase absoluto de um homem de imprensa. Quando o agente ri na hora errada de algo dito por Hunsecker, Falco aponta para ele e diz: “Um homem acabou de ser condenado à morte.” (idem: 21min 13seg).

Várias outras cenas do filme reforçam o poder do jornalista, como a que JJ anda até a sacada de sua cobertura. Nessa sequência, a câmera registra Nova York por cima da cabeça do personagem, como se a cidade estivesse aos seus pés. Outra bastante significativa é a da visita de Dallas ao estúdio onde é gravado o programa de Hunsecker. O músico entra em cena, enquanto o jornalista o observa chegar do palco. A câmera registra Dallas em um plano inferior, para ressaltar sua pequenez, enquanto o ator Burt Lancaster é filmado de baixo para cima, conferindo um ar de grandiosidade ao colunista.

Mas o que legitima todo o império de Hunsecker é o alcance de suas palavras. Em uma conversa com o assessor, o jornalista profere: “Não vê que hoje esse rapaz [Dallas] limpou os pés na escolha, na preferência, de 60 milhões de pessoas do maior país do mundo” (*A Embriaguez do Sucesso*, 1957: 01h 11min 23seg). De acordo com sua própria lógica, Hunsecker seria o jornalista mais poderoso do planeta. Mas o discurso de legitimação com base no tamanho do público está presente mesma nas representações mais positivas da mídia, como ocorre no início do filme *O Informante*, quando Mike Wallace apela para os mais de 30 milhões de telespectadores para convencer o xeique do peso de uma entrevista para o programa *60 Minutes*, “noticiário mais respeitado e de maior audiência da televisão americana”.

A figura dos dois profissionais como a antítese do herói-jornalista é corroborada pelo clima velado de tensão homossexual que aparece constantemente entre os dois.<sup>9</sup> Na cena do restaurante, Hunsecker põe um cigarro na boca e pede: “Sidney, me acenda”. (*A Embriaguez do Sucesso*, 1957: 20min 50seg).<sup>10</sup> Em outra cena, enquanto os dois confabulam contra Dallas e Susan, o colunista vira para Falco com um sorriso malicioso e diz: “Detestaria morder você.

<sup>9</sup> CARREIRO, Rodrigo. *A Embriaguez do Sucesso*. Disponível em <http://www.cinereporter.com.br/dvd/embriaguez-do-sucesso-a/>. Acessado em 01 nov. 2009.

<sup>10</sup> “*Match me, Sidney...*”, no roteiro original em inglês. LEHMAN, Ernest, e ODETS, Clifford. *Working Script For The Sweet Smell of Success*. Disponível em <http://www.awesomefilm.com/script/sweet smell.html>. Acessado em 01 nov. 2009.

É feito de puro arsênico”. (idem: 01h 00min 46seg). Com essa representação, o filme estabelece uma imagem na contramão da projetada pelo cinema para apresentar o jornalista como herói, associando o heroísmo à masculinidade.

Em comparação, as mulheres do filme são representadas como fracas e desprovidas de vontade própria, diferente da representação em *O Informante*. Na produção de Mackendrick, elas se tornam joguetes nas mãos dos personagens Hunsecker e Falco, que as usam de acordo com as suas vontades. O assessor de imprensa desconta o tratamento aviltante que o jornalista lhe confere em sua secretária. Susan Hunsecker é descrita pelo irmão como “mentalmente frágil”. E Falco obriga a moça que vende cigarros no *night club*, Rita (Barbara Nichols), a deitar-se com um jornalista para que ele publique mentiras a respeito de Dallas.

A película retrata ainda o jornalismo como uma profissão marcadamente noturna. Seguindo a influência do cinema *noir*, todo o período da ação se passa durante o espaço de duas noites separadas por um dia, onde a luz natural praticamente não se vê. Dia e noite se opõe, pois é a noite que as tramas espúrias, golpes e armações de JJ e Falco são formuladas e praticadas, mas é com o raiar das primeiras horas da manhã que acontece a queda dos dois personagens e a ruptura de Susan que retorna aos braços do companheiro.

Por essa característica eminentemente noturna, o filme praticamente não aborda as relações de trabalho do jornalista. Há cenas em que Hunsecker aparece escrevendo em seu bloco ou digitando em uma máquina de escrever, mas a redação do jornal aparece apenas de relance — e o jornalista em questão não está na cena. Ações como apuração e entrevista sequer aparecem no filme. A prática do jornalismo aparece pouco na produção.

A obra de Mackendrick concentra-se em abordar a fogueira de vaidades dos bastidores da imprensa, em oposição ao jornalista ideal, que não cultua a si mesmo, apenas a sua profissão. O caráter de moralidade do filme fica bastante evidente em uma cena em que Sidney Falco tenta chantagear um jornalista, ameaçando revelar a sua esposa um caso extraconjugal, para que ele publicasse uma nota mentirosa sobre Dallas. Leo Bartha (Lawrence Dobkin) prefere a humilhação de ter que revelar o ocorrido a sua esposa em um local público a divulgar uma informação caluniosa.

#### LEO BARTHA

Seu amigo Hunsecker — quero que diga isso a ele por mim — é a desgraça da nossa profissão. Não importa se minha vida pessoal é miserável, eu produzo uma coluna respeitável, e ela vai continuar assim. Seu chefe publica tudo! Usa qualquer tempero para apimentar seu lixo diário. Diga isso a ele! E diga que, como você, ele tem a moral de um porquinho

da índia e os escrúpulos de um gângster. (*A Embriaguez do Sucesso*, 1957: 34min 14seg).

*A Embriaguez do Sucesso* consiste em uma verdadeira aula de como não se fazer jornalismo, ou seja, expressa o moralismo relativo à construção do perfil ideal de um jornalista. O campo da política e a prestação de serviço a sociedade cedem lugar aos bastidores da indústria cultural e às fofocas. A película representa muito bem as “tramas que se desenrolam nos bastidores da grande imprensa, mostrando as dobras e fissuras num esquema organizacional poderoso, e exhibe o sistema de vaidades e suscetibilidades que estruturam o dia a dia na vida de um tablóide sensacionalista”. (PAIVA, 2007, p. 92).<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewArticle/1978>. Acessado em 17 out. 2009.

#### 4 A IMAGEM DO JORNALISTA NO DOCUMENTÁRIO

Ao contrário dos filmes de ficção, que representam um universo construído no imaginário do cineasta, o documentário usa subsídios da realidade que ocupamos para a composição de uma obra. Os elementos do mundo são apresentados de maneira distinta da qual o percebemos comumente, por meio da seleção e organização dos registros sonoros e imagéticos realizados pelo documentarista.

No final do século XIX, com a invenção do cinema, as primeiras experiências cinematográficas ocuparam-se de registrar a realidade cotidiana, tais como as obras de Louis Lumière *Saída dos Trabalhadores das Fábricas Lumière* e *A Chegada do Trem à Estação Ciotat*. São planos curtos, com câmera fixa, que procuram nos oferecer uma imagem de mundo histórico, mas não necessariamente se aplicam ao que hoje conhecemos como um filme documentário. De acordo com Nichols (2005), os primeiros filmes, que constituíram o chamado “cinema de atração”<sup>1</sup>, não evoluíram diretamente para o documentário, que surgiu nos anos 1920 com as primeiras experimentações poéticas atreladas às vanguardas modernistas do século XX.

Mas por que os registros de Lumière não podem ser caracterizados como documentários? Ao apresentarem cenas factuais, esses filmes deram início a uma ‘fé na imagem’<sup>2</sup>, uma confiança na veracidade daquilo que é representado. Porém, eles não seriam dotados de uma característica que Nichols vai chamar de “voz”. A voz de um documentário “relaciona-se com a maneira pelas quais as obras falam do mundo que nos cerca, mas de uma perspectiva especial. Quando um documentário defende uma causa ou apresenta um argumento, ‘voz’ é como o faz.” (NICHOLS, 2005, p. 116).

O documentário está profundamente calcado na tradição da retórica, pois frequentemente abordam assuntos que não encontram consenso ou solução na sociedade. Os cineastas recorrem ao modo de representação do documentário para discutir questões do mundo histórico em que vivemos, e não apenas apresentá-lo, como faziam os filmes de Lumière nos primórdios do cinema.

---

<sup>1</sup> O primeiro cinema esteve fortemente ligado às atrações circenses, e era apresentado principalmente nos parques de diversão e nos *caffès* parisienses. Sua função era atrair a atenção do público, e as atrações eram a melhor forma de fazer isso. Logo ele estaria empenhado em mostrar fenômenos incomuns e exóticos ao público, como um fisiculturista exibindo seu corpo diante da câmera.

<sup>2</sup> Expressão empregada pelo crítico de cinema francês André Bazin para referir-se a essas primeiras experimentações de registro do cotidiano conforme ele se apresentava. (NICHOLS, 2005, p. 118).



Souza (2006) lembra que os documentários são um lugar para a discussão de temas pouco ou não abordados pela mídia.

Mesmo com seu alcance ainda em expansão, [o documentário] tem se apresentado como um espaço privilegiado onde o debate sobre os diversos matizes que constituem a sociedade brasileira acontece dissociado das regras da imprensa. (SOUZA, 2006, p. 7).<sup>3</sup>

Diferentemente do cinema de ficção, o documentário ganha uma aura de autenticidade por empregar imagens do “real”, mas esse uso é subordinado à ação do diretor, que edita o material de tal forma a conscientizar — ou persuadir — o espectador dos valores que ele defende. Os documentários não são uma reprodução da realidade, mas uma representação dela, e expressam uma determinada visão de mundo. Para o documentarista John Grierson<sup>4</sup>, “o documentário é o tratamento criativo da realidade”.

Esse tipo de cinema pode apresentar-se como um testemunho de como o mundo realmente é, e isso pode influenciar a orientação e a ação do público nesse mundo. Não é à toa que o documentário foi utilizado como um recurso de mobilização em nome de causas nacionalistas e bélicas, como os filmes americanos *A Batalha de São Pedro* e *Let There Be Fight* (John Huston, 1944 e 1945, respectivamente) e a série *Por que lutamos* (Frank Capra, 1942 a 1945), além da obra máxima de propaganda nazista *O Triunfo da Vontade* (Leni Riefenstahl, 1935).

De acordo com Nichols (2005), a organização de um documentário é avaliada pelo poder de persuasão das representações que a obra realiza. Para convencer os espectadores, é preciso transmitir uma lógica que as imagens não são capazes de transmitir com tanta eficiência quanto as palavras, daí a necessidade de narração em *voz-over* em quase todas as obras do gênero.

Para o autor, as representações no documentário podem ocorrer de três formas distintas. A primeira delas seria uma representação reconhecível do mundo. Seria uma forma de observar a nossa realidade por uma perspectiva distinta da qual estamos acostumados a ver. A segunda seria a representação de interesses de outros. Os documentaristas assumiriam o

---

<sup>3</sup> SOUZA, Gustavo. *Aproximações e divergências entre documentário e jornalismo*. Disponível em [http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Souza.pdf](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Souza.pdf). Acesso em 25 out. 2009.

<sup>4</sup> Apesar das experiências documentais anteriores, como *Nanook, o esquimó* (Robert Flaherty, 1922) e as obras de Dziga Vertov na URSS, foi Grierson que estabeleceu as bases institucionais para o surgimento, no final da década de 1920, do cinema documentário.

papel de representantes do público, falando em nome dos interesses dos representados, de forma semelhante ao trabalho dos jornalistas.

A terceira maneira seria a de colocar diante dos espectadores provas que asseguram um determinado ponto de vista defendido pelo cineasta. Em vez de simplesmente falar por um grupo de forma que ele não poderia falar de si, aqui o documentarista intervém de forma mais ativa para influenciar a opinião de quem assiste.

O cinema de ficção também produz representações para convencer as pessoas de determinados pontos de vista (a representação dos jornalistas em *Todos os Homens do Presidente* procura persuadir o público do caráter heróico da mídia, enquanto *A Montanha dos Sete Abutres* representa o jornalista para convencer os espectadores da promiscuidade nos bastidores da imprensa). Mas é nos documentários que as estratégias de persuasão ficam mais evidentes.

Os documentários mostram aspectos ou representações auditivas e visuais de uma parte do mundo histórico. Eles significam ou representam os pontos de vista de indivíduos, grupos ou instituições. Também fazem representações, elaboram argumentos ou formulam suas próprias estratégias persuasivas, visando convencer-nos a aceitar suas opiniões. Quanto desses aspectos de representação entre em cena varia de filme para filme, mas a ideia de representação é fundamental para o documentário. (NICHOLS, 2005, p. 30).

E mesmo as formas de representação com base em dados documentais podem ser usadas para reforçar estereótipos pré-existentes. Os documentários muitas vezes recorrem à visão romântica do jornalista ou tentam denunciar a falta de honestidade ou o desprezo pela objetividade por parte de alguns profissionais de imprensa. Contudo, mesmo produções que não procuram enaltecer ou denunciar a imprensa recorrem a algumas marcas que constituem os estereótipos.

Esse é o caso do documentário francês *Reporters* (1981), do diretor Raymond Deperdon. O cineasta segue diariamente, durante o mês de outubro de 1980, jornalistas fotográficos e *paparazzi* franceses da agência Gamma. O filme reconstitui passo a passo o trabalho desses profissionais, assim como os seus códigos e regras profissionais, desde as longas esperas por fotos de celebridades assim como os bastidores da vida política francesa do início da década. A rotina agitada, a devoção a profissão e as dificuldades em relação à vida pessoal são elementos presentes no documentário que são comumente empregados na construção dos personagens-jornalistas da ficção.

Durante o filme raramente percebemos a figura do documentarista — salvo raros momentos de exceção, quando o cinegrafista realiza algumas perguntas ao fotógrafo ou quando um profissional acena cumprimentando a câmera. Esse filme segue uma linha conhecida como cinema direto, em que ocorre uma mínima intervenção possível do cineasta na ação. Esse cinema surgiu nos anos 1960 e contou com fortes influências do neorrealismo italiano<sup>5</sup>. Essa nova forma de documentário surgiu graças a novidades técnicas de período, como equipamentos de filmagens mais leves e a possibilidade de gravar som de forma sincrônica à imagem. O cineasta poderia tomar uma atitude mais “objetiva”, mais distanciada, em relação aos acontecimentos.

Em *Reporters*, temos a impressão de que o que vemos teria acontecido mesmo sem a presença da câmera. A obra possui uma montagem linear e não emprega recursos como *voz-over* nem trilha ou efeitos sonoros para complementar a narrativa. Não há reconstituições para a câmera, que se limita a seguir os profissionais pelas ruas de Paris, e as legendas servem apenas para situar os espectadores do local e data dos acontecimentos registrados.

Neste modo de documentário, a sensação do espectador é que assiste “a vida no momento em que ela é vivida. Os atores sociais interagem uns com os outros ignorando os cineastas”. (NICHOLS, 2005, p. 148). O cineasta vive a experiência dos fotógrafos e a representa no filme. Na tela, o que veríamos é a vida dos fotógrafos tal ela acontece diariamente.

Essa forma de atitude mais observativa ajuda a reforçar a ideia de duração do tempo real em que se desenvolveram os acontecimentos. Essa forma de edição se opõe à montagem dos filmes de ficção, que simulam uma temporalidade, e a da maioria dos documentários, que evidenciam imagens que reforcem argumentações, sem necessariamente respeitar uma cronologia.

*Reporters*, contudo, não adota o tempo inteiro postura meramente observativa, e em certos momentos os fotógrafos falam para a câmera sobre situações que enfrentam ou já enfrentaram, ou mesmo ajudam a contextualizar o que está acontecendo. Nesse aspecto, podemos perceber que há uma interação que não ocorreria se não fosse pela câmera. O filme procura enfatizar “a verdade de um encontro em vez da verdade absoluta e não manipulada”. (NICHOLS, 2005, p. 155).

---

<sup>5</sup> O Neorrealismo foi um movimento artístico surgido na Itália do pós-Segunda Guerra. No cinema, essa vertente se caracterizou pelo uso de elementos da realidade, como forma de expressar a realidade sócio-econômica do país durante o período. Pode-se dizer que esse cinema de ficção apresenta um forte diálogo com o cinema documentário.

Porém mesmo em se tratando de uma observação da vida desses profissionais, até que ponto a existência de uma câmera, ou de um observador externo, pode influenciar a ação dos representados? E a relação do diretor com os representados seria realmente neutra e distanciada? Como a visão de mundo dele pode influenciar na seleção daquilo que será contemplado na montagem?

As respostas a essas perguntas não podem ser encontradas no filme, mas é possível imaginar que as pessoas não agem de forma absolutamente natural quando observadas por uma câmera, e seu comportamento pode ser matizado a fim de passar uma determinada impressão aos que vierem assistir. Quando estão sob o foco de outros olhares, é provável que performatem, que “reforcem as cores” de seu comportamento habitual.

Quanto à visão de mundo do diretor, é válido lembrar que Depardon foi um renomado fotógrafo antes de dedicar-se quase que exclusivamente ao cinema documentário, e foi um dos fundadores da agência Gamma, que serve de tema ao filme.<sup>6</sup> Sendo também um homem de imprensa, é provável que o documentarista compartilhe os mesmos códigos e valores com os profissionais representados, e isso de alguma forma pode influenciar na edição e na construção da imagem dos jornalistas no filme.

#### 4.1 OS BASTIDORES DA IMPRENSA

*Reporters* procura estabelecer um posicionamento neutro sobre os jornalistas representados, marcado por sua postura majoritariamente observativa. O filme, por exemplo, não aborda questões como objetividade e imparcialidade da imprensa, e não procura estabelecer juízo de valores. O que assistimos é o dia a dia corrido e frenético desses profissionais.

O filme levanta alguns pontos de discussão a respeito da atuação dos *paparazzi*, como a invasão de privacidade, mas não exatamente de forma crítica. Não há uma tentativa de persuadir o espectador de que essa é uma prática ruim. A obra deixa essa questão aberta para que o público assuma uma postura mais ativa em determinar a importância daquilo que observa. A representação, neste sentido, pode suscitar uma identificação entre os fotógrafos e os espectadores do documentário ou gerar indignação em quem assiste.

Numa das cenas, o fotógrafo Francis Apesteguy comenta com seu companheiro de trabalho um episódio ilustrativo da relação dos *paparazzi* com as celebridades:

---

<sup>6</sup> A biografia do cineasta encontra-se disponível na página <http://www.cinefrance.com.br/cinemateca/documentarios/diretores/?diretor=240>. Acesso em 13 nov. 2009. .

## FRANCIS APESTEGUY

Eu não quero segui-la [Caroline, princesa de Mônaco]. Já fiz isso uma vez, e me causou problemas. Eu a segui até a universidade e ela começou a chorar. Há fotos dela chorando nos meus braços. (...) Também já segui Gracie Kelly aos prantos em estado de choque até em casa. Quando eles viviam no número 36, reuni uns amigos e cercamos o prédio, pois ali havia muitas saídas. Usamos walkie-talkies. Uma vez Rainier [príncipe de Mônaco] avançou para cima de mim, e me chamou de todos os palavrões. Eu lhe disse que era sorte dele ter um guarda-costas. Foi um verdadeiro *western*. Não pretendo começar isso de novo. (*Reporters*, 1981: 48min 35seg).<sup>7</sup>

Outra cena em que a questão da invasão é discutida de forma ainda mais clara é a perseguição de carro ao ator estadunidense Richard Gere, onde é montada uma verdadeira operação de guerra. O filme mostra a preparação dos repórteres, posicionados em diferentes saídas do local de onde se encontrava o ator. Os fotógrafos seguem o astro hollywoodiano em carros e motos pelas ruas de Paris. Porém, mesmo discretamente, essa sequência reforça elementos da mítica jornalística, como a intocabilidade da imprensa. A mídia não pode ter sua ação restringida, mesmo que no caso seja a cobertura de trivialidades como a vida das celebridades. “Danem-se. Somos jornalistas, (...) e temos o direito de segui-los” (*Reporters*, 1981: 57min 22seg), defende-se um *paparazzi*, quando a polícia é envolvida na situação.

Assim como acontece em *A Montanha dos Sete Abutres*, aqui vemos o faro dos jornalistas para aquilo que “vende mais”, que mais desperta a atenção do público. Os repórteres tentam negociar com o ator, mas ele recusa-se a tirar os óculos escuros. Segundo o fotógrafo, uma foto em que o ator aparecia de óculos não seria tão valiosa.

Há outras diversas características que são comumente empregadas na composição da imagem do jornalista na ficção, aparecem neste documentário. O cigarro é um deles. Ele aparece nos intervalos em que nada acontece, como forma de aliviar a tensão cotidiana do trabalho. Outra característica é a constituição do mundo dos jornalistas como sendo majoritariamente masculino. Quase todos os profissionais representados são homens e, em raros momentos, mulheres aparecem exercendo a profissão. Elas aparecem de relance, tirando fotos de uma atriz em um evento ou entrevistando o vencedor do Prêmio Nobel daquele ano, mas não são representadas com maior profundidade psicológica.

---

<sup>7</sup> Livre tradução.

A devoção total à profissão também é marcada pelas dificuldades no que diz respeito aos relacionamentos pessoais. A questão é levantada quando Francis Apesteguy discute com seu chefe a respeito de uma viagem de trabalho, com duração de um mês, para o Marrocos.

FRANCIS APESTEGUY

Minha esposa está com sete meses e meio de gravidez.

JEAN MONTEUX

Então você ainda tem bastante tempo [até que a criança nasça].

FRANCIS APESTEGUY

Ela não vai querer que eu fique fora nem por dez dias. Ela se recusa. Estamos a dois meses [do parto]. Eu não posso dizer a ela para se virar sozinha.

JEAN MONTEUX

Eu precisei fazer uma escolha — uma boa escolha — para estar atrás dessa mesa. Você é um fotógrafo, então aceite as consequências. Não me diga: minha mulher não vai me deixar ir.

FRANCIS APESTEGUY

Você vive a sua vida, eu vivo a minha. Se eu quero ter um filho, ou um cachorro, eu terei.

JEAN MONTEUX

Esse é um direito seu, mas então procure um outro emprego. (*Reporters*, 1981: 41min 23seg).

Pelo diálogo podemos perceber o espaço que a profissão exerce na vida dos repórteres. Trata-se de uma escolha, uma opção, a qual eles precisam abraçar totalmente. Esta sequência elucida uma relação com o jornalismo do tipo “ame-o ou deixe-o”, havendo pouco espaço para meio-termos. Apesar de Apesteguy afirmar não ser prisioneiro de seu trabalho, ele é alertado pelo seu colega de trabalho que após o nascimento de seu filho, a conciliação com o ofício vai se tornar um problema ainda maior.

A cena é esclarecedora também a respeito da oposição jornalista-editor. Não assistimos a um repórter engajado, mas nos identificamos com um profissional preocupado em estar próximo de sua família, em contrapartida ao patrão que incorpora a imagem “clássica”: despótico e preocupado unicamente com os rendimentos da empresa, e não com os padrões jornalísticos ou com o bem-estar de seus funcionários. A oposição fica clara em outra cena, quando Apesteguy retorna com fotos de um evento considerado “pouco noticiável”.

Apesar de o repórter tentar se justificar, afirmando que se tratava da presença de um ministro, ele recebe de volta uma aula de fotojornalismo do secretário de redação, Joël Le Theule: “Você é jornalista, quando for a um trabalho, você deve avaliar se deve cobrir ou não. Você não deve usar três rolos de filme em um evento morto. (...) Pense antes de apertar o botão”.

As relações entre imprensa e política também são registrados pelo documentário, mas de forma marcadamente diferente da ficção. Enquanto as produções hollywoodianas preferem expor ora um embate entre mídia e poder político, ora uma relação corrupta entre eles, *Reporters* apresenta uma proximidade que possibilita um auxílio mútuo entre as duas instituições. Repórteres acompanham políticos que se lançam candidatos a presidência da França em busca de boas fotografias, enquanto os políticos precisam da imprensa para passar uma determinada imagem ao público. Isso fica claro em cena como a do político Coluche, que lança sua campanha em uma entrevista coletiva, ou a de Jacques Chirac caminhando pelas ruas cumprimentando e conversando com os transeuntes, enquanto é cercado pelos fotógrafos.

O filme ainda abre espaço para uma rápida discussão a respeito de jornalismo de guerra. Em uma cena, o fotógrafo Arnaud de Wildenberg comenta sobre sua experiência durante a cobertura da Guerra do Irã-Iraque, os riscos enfrentados e as dificuldades estabelecidas pelo exército iraquiano. Ao final do documentário, um epílogo mostra um prêmio recebido por Wildenberg, como uma espécie de coroação pela bravura e heroísmo do profissional por enfrentar a situação para produzir imagens dos horrores do conflito. *Reporters* não escapa totalmente de um certo glamour que envolve a profissão de jornalista.

## 4.2 NOTÍCIAS DA GUERRA

A guerra vai ser mais profundamente explorada em outra obra do cinema documentário. *Central Al Jazeera* (2004), de Jehane Noujaim, acompanha o canal de notícias em árabe, com sede no Qatar, durante a cobertura da invasão norte-americana ao Iraque em 2003. O filme segue a ação dos profissionais no escritório central da emissora, no local do conflito e no Quartel General do exército dos Estados Unidos, em contraposição a uma mídia norte-americana mais dócil, preocupada apenas em transmitir informações oficiais passadas pelos militares.

A Al Jazeera foi fundada em 1996, e tem destaque no cenário internacional pela sua independência editorial, algo raramente encontrado no mundo árabe, acostumado a uma mídia meramente reprodutora das informações oficiais do governo. A postura levou a emissora a

encontrar fortes opositores não apenas no mundo ocidental, mas também no Oriente Médio, onde é acusada de disseminar valores pró-ocidente.<sup>8</sup>

O que *Central...* nos apresenta seria uma outra forma de mídia. Uma mídia que não se contenta em apresentar a visão hegemônica, que procura acima de tudo a verdade dos acontecimentos. Seria o “verdadeiro jornalismo”, como define o produtor-chefe da emissora Samir Khader. Essa representação é corroborada durante todo o filme por imagens dos repórteres questionando os acontecimentos e não se intimidando em realizar perguntas embaraçosas para os relações públicas do Exército. São jornalistas que não se deixam enganar pelas imagens *clean* passadas pelos militares ou pelos seus relatos lacônicos.

Ao contrário de *Reporters*, *Central...* adota uma postura abertamente retórica a respeito da Guerra do Iraque, pois é evidente que adota “um dos lados”. Assim como a primeira produção, não percebemos a figura do documentarista e não há *voz-over*, mas as legendas não servem apenas para situar o espectador; também funcionam como uma espécie de narração.

O filme não se limita a uma postura observativa. Ele segue uma linha de documentário que promove um reagrupamento de imagens obtidas a partir do mundo histórico para se dirigir diretamente ao espectador. Ele expõe uma perspectiva de maneira a conscientizar quem assiste sobre “guerra de informações” nos bastidores da invasão.

O documentário, como sequência organizada de sons e imagens, constrói metáforas que atribuem, inferem, confirmam ou contestam valores que cercam as práticas sociais sobre as quais nós, como sociedade, continuamos divididos. Usam a retórica (...), entre outras estratégias, para persuadir-nos de sua orientação, de seu julgamento ou de um argumento em particular. (NICHOLS, 2005, p. 107).

As metáforas empregadas pelo documentário, às quais se refere Nichols, dizem respeito a representações específicas que são tomadas pelo cineasta e pelos espectadores como representações de toda uma cultura. Ao assistir o filme, entende-se a mídia americana como sendo submissa e pouco questionadora a partir dos jornalistas aquartelados junto com os soldados; e a Al Jazeera como uma rede de profissionais perspicazes e corajosos a partir das entrevistas com seus jornalistas.

O filme emprega ainda recursos para apoiar sua argumentação, como imagens de arquivo e efeitos sonoros. Durante os primeiros bombardeios a Bagdá, vemos os profissionais

---

<sup>8</sup> É possível ter uma melhor noção sobre a história da emissora na sua página na rede <http://english.aljazeera.net/aboutus/>.



correndo freneticamente pelos corredores da emissora para conseguir lançar as primeiras imagens no ar. A correria é “emoldurada” pelo barulho das explosões, e a impressão que temos é que a Al Jazeera está sendo bombardeada. Ocorre que a sede da emissora está a centenas de quilômetros do local de batalha, e não estava minimamente ameaçada pelas bombas.

A edição do documentário segue a linha que Nichols chama de “montagem de evidência”. Ao contrário do que ocorre tradicionalmente no cinema, nessa forma de organização as imagens adquirem um papel secundário, uma vez que elas ilustram, esclarecem ou contrapõe aquilo que é dito. Há uma ênfase na impressão de objetividade e no argumento bem embasado — o que aproxima esse modelo de documentário ao jornalismo.

No caso de *Central Al Jazeera*, a argumentação é fornecida pelos próprios atores sociais, que discorrem para a câmera quais seriam as verdadeiras motivações da guerra, os seus efeitos e a atuação de como deve ser o jornalismo nesse caso. Duramente acusada pelos políticos da alta cúpula norte-americana de fazer apologia ao regime de Hussein no Iraque, a emissora se defende afirmando que ela sim apresenta um jornalismo imparcial, pois exhibe os dois lados da notícia. Essa postura fica clara em um diálogo entre um analista de mídia da Al Jazeera e um jornalista de uma outra TV árabe, ambos alocados no Quartel General do Exército estadunidense.

ABDALLAH SCHLEIFER

O seu coração pode estar com a gente. Sua alma pode estar com a gente. Mas como jornalista, sua obrigação é obter a informação. Senão seria outra coisa. Um soldado ou um diplomata.

EID AL-SHAMMRE

Percebo, mas como profissional, represento a minha estação, mas também a minha gente.

ABDALLAH SCHLEIFER

Quer ajudá-los? Obtenha a informação. Obtenha notícias para a sua gente. Sim, e o tenente é um pessoa agradável. Vai e diga-lhe: “eu agradeceria se pudesse me conceder uma entrevista”. Ele estará na frente da câmera. Mas não seja combativo. Isso é tudo. Sorria! E seja simpático. (*Central Al Jazeera*, 2004: 24min 32seg).

Apesar da situação de crise, e da frieza necessária para a cobertura de guerra — explicitada pelo diálogo acima — a postura dos profissionais da Al Jazeera não é de indiferença em relação ao povo iraquiano, mas sim de forte engajamento. É preciso ter

sangue-frio para lidar com a situação, mas os profissionais demonstram uma apreensão pelo povo do país. “Queríamos mostrar-lhes que toda guerra tem um custo humano (...). Porque nos preocupamos com os iraquianos. Não somos como Rumsfeld,<sup>9</sup> que diz se importar, mas ele não se importa como nada. Somos árabes, como eles. Somos muçulmanos, como eles” (*Central Al Jazeera*: 23min 43seg), defende-se Khader das acusações do político.

Aqui, o discurso de objetividade ganha uma conotação de “mostrar aquilo que não é revelado pela mídia hegemônica”. A rede de televisão foi acusada de apoiar o regime no Iraque por mostrar imagens de soldados americanos mortos ou feridos, mas ela questiona a mídia americana por ter também tomado uma determinada posição em relação à guerra. A defesa da liberdade de informação, tida como um dos valores da sociedade liberal — leia-se da sociedade ocidental —, dessa vez é defendida por profissionais do mundo árabe, que acusam os jornalistas dos Estados Unidos a não colocarem em prática aquilo que de fato defendem.

A forma como os jornalistas da Al Jazeera são representados em *Central...* se assemelha muito à visão consagrada dos jornalistas da imprensa ocidental. Mais uma vez percebemos as características comuns na representação, como o cigarro e o desleixo pessoal. Em se tratando de um registro do mundo histórico, é evidente que os jornalistas não simulam para a câmera que fumam ou têm pouca preocupação com a forma de se vestir, assim como fazem os atores no cinema de ficção. Mas a questão é: por que a cineasta opta por entrevistar os jornalistas enquanto fumam? Por que não esperar que eles terminem para entrevistá-los? A resposta é simples. O cigarro está ali para ajudar a compor a imagem do jornalista. A imagem que se espera de um jornalista, pois no imaginário do público é assim que um profissional de imprensa é visualizado.

Esses dois estereótipos tornam-se aqui um vetor dramático a mais, pois ajudam a compor o cenário de forte pressão e desesperança da cobertura de guerra. O cigarro aparece como uma forma de alívio do estresse da rotina ainda mais acelerada, que por sua vez, explica uma maior negligência com a imagem pessoal.<sup>10</sup>

Outra característica comumente empregada da representação dos jornalistas, mas que nesta produção ganha mais destaque do que em outras, é a questão do ceticismo, sobretudo na figura do produtor-chefe da emissora, Samir Khader, e do jornalista Hassan Ibrahim.

---

<sup>9</sup> Donald Rumsfeld foi secretário da Defesa dos Estados Unidos de 2001 a 2006, durante o Governo Bush. Foi responsável pelo planejamento militar das invasões ao Afeganistão (2002) e Iraque (2003).

<sup>10</sup> Vale ressaltar que *Central Al Jazeera* representa o cotidiano dos produtores e jornalistas que atuam nos bastidores do canal de TV, e não dos âncoras. Os profissionais que atuam frente às câmeras provavelmente não se enquadrariam na questão do descuido com a própria imagem.

## SAMIR KHADER

A história nos diz que os seres humanos têm pouca memória. Quem hoje nos EUA pensa no que aconteceu na Somália em 1993? Quem pensa no que se passou na Bósnia-Herzegovina? Ninguém pensa nisso. A história é escrita pelos vencedores. Tudo o que restará dessa guerra são apenas relatos e livros de história. E apesar de tudo, a vida continuará, seguirá em frente. Haverá outros problemas. Outras coisas em que se pensar. Apenas uma coisa restará. A vitória, nada mais. As pessoas gostam da vitória, não gostam de justificativas. Não é preciso se justificar. Uma vez que se é vencedor, acabou. (*Central Al Jazeera*, 2004: 1h 23min 27seg).

Apesar da desesperança estampada nas palavras do produtor, os jornalistas da Al Jazeera não recuam frente ao seu dever de buscar a informação em qualquer circunstância, não devendo nada aos heróis-jornalistas hollywoodianos. Numa das cenas mais marcantes, o enterro de um jornalista da emissora, morto durante o bombardeio à sede da Al Jazeera em Bagdá, tem a pompa de um verdadeiro mártir de guerra. Um mártir do jornalismo.

## 5 CONCLUSÃO

O cinema é considerado a primeira arte das massas, desde suas primeiras projeções em feiras de variedades e *caffês* parisienses. Grande parte da formação do público espectador da nova forma de arte aconteceu graças à atuação da imprensa do final do século XIX e início do XX, que cultivou entre os seus leitores o apreço por histórias folhetinescas, envolvendo mortes, crimes e reviravoltas. O sensacionalismo era comum na imprensa da época e ajudou a preparar o público para as novas grandes atrações que viriam, entre elas, o cinema.

A relação entre cinema e jornalismo, portanto, não é recente. Enquanto o primeiro assume a tarefa de transmitir a sociedade o conhecimento sobre o mundo, o segundo procura representá-lo. Enquanto a indústria cinematográfica ainda dava seus primeiros passos, roteiristas e cineastas já haviam percebido o potencial do jornalismo para render bons personagens, afinal um jornalista investiga, apura, pesquisa, e soluciona questões para descobrir a “verdade”.

Os *newspaper movies* — como ficou conhecido o gênero dos filmes de jornalista — abordaram diversas características que compõem a prática jornalística, como a relação com as fontes, a influência da notícia no público, a relação do jornalista com editores e proprietários de veículos, a relação com a política, o processo de produção das notícias nos diferentes veículos, as dificuldades e pressões pela não realização de uma matéria, e a devoção dos profissionais ao seu trabalho.

O cinema soube aproveitar toda a mítica que envolve esses profissionais. Ao mesmo tempo em que apresentou nas telas a ideário de glamour e arrojado do jornalismo, endossado pelos próprios jornalistas, ele ajudou a construir essa imagem. De acordo com Pereira, “o cinema não é o único produtor de significados sobre a realidade. Outras práticas distintas, como a literatura, a pintura e a fotografia possuem os seus poderes de criar imagens, e conceitos a respeito dos profissionais por elas representados”. (PEREIRA, 2003, p. 1).<sup>1</sup> Mas com certeza, o cinema é o principal responsável pela materialização desse retrato no imaginário do grande público. Quantos jovens devem ter tido sua escolha por uma profissão influenciada pela representação do jornalista no cinema?

Mas ao contrário da maioria dos personagens consagrados pela “Sétima Arte”, a imagem dos profissionais de imprensa na tela sofreu diversas transformações ao longo dos anos, que culminou na solidificação de diferentes estereótipos. O jornalista é apresentado nos

---

<sup>1</sup> Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_temas\\_pereira.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_temas_pereira.pdf). Acesso em 23 set. 2009.

filmes ora como bom-moço, ora como charlatão, a depender da postura do cineasta em defender ou criticar a mídia. Dessa forma, nos filmes, o jornalista pode ser visto como uma metonímia do comportamento da imprensa como um todo.

Essa imagem contraditória foi construída principalmente pelo cinema hollywoodiano, mas também se encontra presente em outras indústrias nacionais, inclusive no cinema brasileiro. A representação dos jornalistas pode tentar legitimar a ação da mídia como uma defensora da sociedade, uma vez que lhe oferece informações que são do seu interesse, ou discutir a espetacularização dos acontecimentos promovida pelos meios de comunicação.

Esses filmes são uma importante ferramenta para pesarmos a respeito da atuação e da importância dos profissionais de imprensa na sociedade. Como afirma Nichols (2005), mesmo os filmes de ficção podem ser considerados uma espécie de documentário da sociedade, uma vez que, apesar da encenação, neles podemos perceber os valores e códigos da sociedade e da época em que eles foram produzidos. Apesar de serem representações de um mundo que foi construído no imaginário do cineasta, os filmes ficcionais “expressam aquilo que desejamos, ou tememos, que a realidade seja ou possa vir a ser.” (NICHOLS, 2005, p. 26).

Ou seja, mesmo as produções de ficção não estão completamente desconectadas do “mundo real”. Portanto, tanto os filmes de ficção quanto os documentários são capazes de fornecer subsídios para uma reflexão sobre os jornalistas e a mídia. Ao enfatizarem práticas positivas e negativas, eles abrem ao público uma possibilidade de discussão sobre a imprensa, que comumente se vende como “neutra”, “imparcial” e “objetiva”.

Como lembra o crítico de cinema português Bérnard da Costa

quando ouvimos Hearst traduzimos Kane, quando pensamos em *Watergate* vemos *Todos os Homens do Presidente* (...) e *A Montanha dos Sete Abutres* e *Ausência de Malícia* são argumentos invariavelmente usados por quem sustenta que ‘eles’ só dizem mentiras ou só querem vender papel, como *A Mulher faz o Homem* e *O Homem que Matou o Facínora* foram utilizados para nos convencer de que o poder da imprensa é o poder da verdade e que a liberdade dela é a nossa liberdade. (COSTA, 1993, apud BERGER, 2002, p. 17).

Mas se os jornalistas se confundem com as imagens que o cinema oferece deles, é importante frisar que o cinema também é mídia e, portanto, não é neutro. Nem mesmo os filmes documentários, produzidos a partir de imagens do mundo real. As produções cinematográficas ajudam a pautar a discussão a respeito do jornalismo, mas não podem servir

de prova contra ou a favor dele, uma vez que essas produções expressam um determinado ponto de vista, e não a realidade como um todo. Cabe a cada pessoa que os assiste avaliar e decidir o quanto uma produção se aproxima ou se afasta da realidade cotidiana do jornalismo.

É preciso ter em mente ainda que para buscar essa impressão de realidade, essa sensação de que aquilo que o filme nos mostra é real, os cineastas empregam vários estereótipos na construção dos personagens, para atender às expectativas do público de como seria um verdadeiro jornalista. Esses estereótipos surgem tanto em filmes de crítica quanto de apologia à imprensa. A bebida e, em especial, o cigarro são algumas das marcas comumente atreladas aos profissionais que ajudam na composição da imagem cinematográfica.

Além disso, os jornalistas são apresentados como pessoas absolutamente devotadas a sua profissão, despreocupadas com sua aparência ou com dificuldades em relação a sua vida pessoal. Nos filmes, o mundo dos repórteres é majoritariamente masculino, onde as jornalistas tornam-se, na maioria das vezes, coadjuvante. Oposições como patrão e empregado, foca e veterano, conhecimento prático e teórico também ajudam a compor esse cenário.

A representação estereotipada disseminada pelo cinema pode passar uma imagem falsa, uma vez que a boemia e o glamour associados à profissão não passam de puro romantismo, da mesma forma que a agressividade e grandes manipulações podem ser um pouco exageradas.

Durante a análise filmográfica deste projeto, houve a preocupação de analisar esses vários aspectos da construção do personagem jornalista em diferentes obras ficcionais e documentárias. Além de estilo e visões diferentes, esses filmes também foram produzidos em diferentes épocas, o que ajuda a compreender a evolução dessa imagem. Até o advento da televisão, o que prevalecia era a figura heróica do jornalista dos veículos impressos em filmes que laureavam a performance desse profissional. Nos anos 1950, mas principalmente nos anos 1970 e 1980, a TV passou a ser vista como uma concorrente do cinema, e este passou a ter outra postura em relação a ela.

Entra em cena a figura do jornalista vaidoso e uma ênfase na espetacularização da notícia. A partir dessa fase o cinema passa principalmente a buscar “inspiração” na vida real para abordar o jornalista como herói, e os filmes baseados em fatos reais tornam-se mais comuns.

O exame dos filmes permitiu que chegássemos a algumas conclusões. As produções que salientam o caráter positivo do jornalista, como *Todos os Homens do Presidente* e *Boa Noite e Boa Sorte* corroboram com a imagem de glamour e ousadia da mídia. Além de reforçarem a ideário da objetividade e imparcialidade, eles defendem que o jornalismo não é

uma atividade para os fracos, para os que temem represálias. Até mesmo *O Informante*, que realiza uma crítica em relação a intervenções de ordem econômica ou política pela não-publicação de uma notícia, não escapa de uma glamourização da mídia, pois apenas a imprensa seria capaz de conter os abusos da própria imprensa.

Já filmes que enfatizam o “lado obscuro” do jornalismo preferem abordar o caráter competitivo da profissão, onde aqueles que detêm o poder o usam de forma irresponsável, e aqueles que foram excluídos do círculo da grande imprensa lançam mão de todos os artifícios para voltar a sua “era de ouro”. Em *A Montanha dos Sete Abutres* e *O Quarto Poder* vemos a ação engenhosa, rápida e inteligente dos jornalistas que, depois do sucesso, foram lançados em direção ao anonimato. Os profissionais manipulam e estendem o tempo da notícia para fazer reverberar seu nome de volta ao *star system* do jornalismo.

*Embriaguez de Sucesso*, por sua vez, mostra a força do jornalismo sendo usado em nome de interesses pessoais. Nessa obra, o jornalista é retratado como sendo quase onipotente. Esse filme não nega a mítica jornalística, mas tem um caráter moralizante, criticando os excessos cometidos por alguns profissionais.

No que diz respeito ao documentário, diferentes posturas podem ser adotadas pelos cineastas, seja uma mais observativa (um testemunho discreto, sem grandes interferências nos acontecimentos) ou uma mais intervencionista (com entrevistas e edição mais persuasiva). Mas muitos estereótipos do jornalista consagrados pela ficção aparecem novamente em filmes como *Central Al Jazeera e Reports*. Enquanto o segundo prefere não reproduzir um tom crítico a respeito da atividade dos paparazzi, mostrando de forma “neutra” o trabalho dos fotógrafos, o primeiro recorre a um tom mais persuasório para denunciar a postura da mídia e dos jornalistas americanos na Guerra do Iraque, em contraposição aos profissionais da Al Jazeera, que buscaram levar todos os lados da guerra aos espectadores.

O que todos esses filmes reforçam, acima de tudo, é o poder da imprensa enquanto uma instituição social, capaz de interferir, de forma positiva ou negativa, na realidade. Visões pró e contra muitas vezes remetem aos mesmos recursos para mostrar isso. Neste quesito, pode-se dizer que o cinema é unânime: a mídia é o Quarto Poder. Dos olhos atentos e da postura enérgica de seus profissionais, nada escapa.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. *O Jornalista: do mito ao mercado*. In: Estudos em Jornalismo e Mídia. Florianópolis: UFSC, 2005, v. 2, p. 45-57.

ANTONIONI, Michelangelo. *O Cinema Direto e a Realidade*. In: Études cinématographiques. Paris: Lettres Modernes, 1964, nº 36-37. Traduzido por Luiz Carlos Oliveira Jr. Disponível em <http://www.contracampo.com.br/88/artantonionicedireto.htm>. Acessado em 25 out. 2009.

BAPTISTA, Valdir. *Relações entre Jornalismo e Cinema no Brasil*. Aracaju: SBPJor, 2007. Disponível em [http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada\\_1\\_-\\_valdir\\_baptista.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada_1_-_valdir_baptista.pdf). Acesso em 25 out. 2009.

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

BRASIL, Giba Assis. *A arte de usar cinto e suspensório*. In: BERGER, Christa (Org.). *Jornalismo no cinema: filmografia e comentários*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2002, p. 41-48.

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. Tradução de Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Pensamento, 2007. 10ª edição.

CASTILHO, Marcio de Souza. *Jornalismo investigativo: tipo de especialização ou síntese da profissão?* Natal: Intercom, 2008. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0467-1.pdf>. Acesso em 02 out. 2009.

CARREIRO, Rodrigo. *A Embriaguez do Sucesso*. Disponível em <http://www.cinereporter.com.br/dvd/embriaguez-do-sucesso-a>. Acessado em 01 nov. 2009.

DINES, Alberto. *A imprensa em questão*. Observatório da Imprensa, São Paulo, ago. 1998. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iqiq050898a.htm>. Acesso em 23 set. 2009.

\_\_\_\_\_. *Quem é o vilão de O Informante?* Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 26 fev. 2000. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/aspas/ent05032000a.htm>. Acesso em: 21 out. 2009.

KURTZ, Adriana Schryver. *O Informante: entre a ética frankfurtiniana e a estética pós-moderna*. In: BERGER, Christa (Org.). *Jornalismo no cinema: filmografia e comentários*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2002, p. 265-282.

LABAKI, Amir. *Do cinema direto ao digital*. São Paulo: É Tudo Verdade, 2003. Disponível em <http://www.itsalltrue.com.br/periodico/coluna/coluna.asp?lng=&id=66>. Acesso: 25 out. 2009.

LANGER, Johnni. Metodologia para análise de estereótipos em filmes históricos. In: Revista História Hoje, São Paulo, n.5, 2004.



LEHMAN, Ernest, e ODETS, Clifford. *Working Script For The Sweet Smell of Success*. Disponível em <http://www.awesomefilm.com/script/sweet smell.html>. Acessado em 01 nov. 2009.

MACIEL, Luis Carlos. *Mitos de Hollywood*. In: Revista Bravo!, São Paulo: n.51, dez. 2001. Disponível em <http://www.scribd.com/doc/7273801/MACIEL-Luis-Carlos-Mitos-de-Hollywood>. Acesso em 23 set. 2009.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. Tradução: Mônica Saddy Martins. Campinas: Papyrus, 2005. 3ª edição.

PAIVA, Cláudio Cardoso. *Os jornalistas, a televisão e outras mídias no cinema: um estudo da ética e representação na arte cinematográfica*. In: Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 32, p. 89-96, abr. 2007. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewArticle/1978>. Acessado em 17 out. 2009.

PEDROSO, Rosa Nívea. *Todos os Homens do Presidente: quando a reportagem muda os rumos da história*. In: BERGER, Christa (Org.). *Jornalismo no cinema: filmografia e comentários*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2002, p. 121-130.

PENA, Felipe. *Celebridades e heróis no espetáculo da mídia*. In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, v. 25, n. 1, p. 146-157, jan/jun. 2002.

\_\_\_\_\_. *Teorias e Críticas*. In: *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005 p. 125-161.

PEREIRA, Reinaldo Maximiliano. *O trabalho jornalístico como elemento de composição ficcional no cinema americano*. Belo Horizonte: Intercom, 2003. Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_temas\\_pereira.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_temas_pereira.pdf). Acesso em 23 set. 2009.

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

SOUZA, Gustavo. *Aproximações e divergências entre documentário e jornalismo*. In: *Unirevista*. São Leopoldo (RS): Unisinos, v. 1, n. 3, julho 2006. Disponível em [http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Souza.pdf](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Souza.pdf). Acesso em 25 out. 2009.

TRAVANCAS, Isabel. *O jornalista como personagem de cinema*. In: BARBOSA, Marialva (Org). *Estudos de Jornalismo (I)*. São Paulo: Intercom, 2001. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>. Acesso em 23 set. 2009.

WELLER, Fernando. *Documentário e Guerra: do cine-jornalismo de propaganda ao cinema direto norte-americano*. Bauru: COMPÓS, 2006. Disponível em [www.faac.unesp.br/compos2006/imprimirGT08.htm](http://www.faac.unesp.br/compos2006/imprimirGT08.htm). Acesso em 25 out. 2009.

## 7 FILMOGRAFIA

BOA NOITE, e Boa Sorte (*Good Night, and Good Luck*) Direção: George Clooney. Produção: Marc Butan, Ben Cosgrove, Mark Cuban, Jennifer Fox e Simon Franks. Roteiro: George Clooney e Grant Heslov. Intérpretes: David Strathairn, George Clooney, Robert Downey, Jr., Patricia Clarkson, Frank Langella, Jeff Daniels, Tate Donovan, Ray Wise, Alex Borstein, Reed Diamond, Matt Ross. Estados Unidos, Inglaterra, França e Japão: Warner Independent Pictures, 2005. DVD, 90min, son., P&B.

CAPOTE (idem). Direção: Bennett Miller. Produção: Caroline Baron, Dan Futterman, Philip Seymour Hoffman, et al. Roteiro: Dan Futterman e Gerald Clarke. Intérpretes: Allie Mickelson, Kelci Stephenson, Philip Seymour Hoffman, Craig Archibald, Bronwen Coleman, Kate Shindle, David Wilson Barnes, Michael J. Berg, Catherine Keener, Kwesi Ameyaw, Andrew Farago, Ken Krotowich, Chris Cooper, R.D. Reid, Robert McLaughlin. Estados Unidos e Canadá: Columbia Pictures, 2005. DVD, 114min, son., color.

CENTRAL Al Jazeera (*Control Room*). Direção: Jehane Noujaim. Produção: Rosadel Varela, Hani Salama, Alan Oxman e Bent-Jorgen Perlmutt. Roteiro: Julia Bacha e Jehane Noujaim. Intérpretes: Samir Khader, Josh Rushing, Hassan Ibrahim, Deema Khatib, Tom Mintier, David Shuster, George W. Bush (imagem de arquivo), Donald Rumsfeld (imagem de arquivo). Estados Unidos: Noujaim Films, 2004. DVD, 84min, son., color.

EMBRIAGUEZ do Sucesso, A (*Sweet Smell of Success*). Direção: Alexander Mackendrick. Produção: James Hill. Roteiro: Clifford Odets e Ernest Lehman. Intérpretes: Burt Lancaster, Tony Curtis, Susan Harrison, Martin Milner, Sam Levene, Chico Hamilton, Emile Meyer, Barbara Nichols, Lawrence Dobkin. Estados Unidos: United Artists, 1957. DVD, 96min, son., P&B.

FROST/Nixon (idem). Direção: Ron Howard. Produção: Tim Bevan, Eric Fellner, Brian Grazer, Ron Howard, et al. Roteiro: Peter Morgan. Intérpretes: Frank Langella, Michael Sheen, Sam Rockwell, Kevin Bacon, Matthew Macfadyen, Oliver Platt, Rebecca Hall, Toby Jones, Andy Milder, Kate Jennings Grant, Gabriel Jarret, Jim Meskimen, Patty McCormack, Geoffrey Blake, Clint Howard. Estados Unidos, Inglaterra e França: Universal Pictures, 2008. DVD, 122min, son., color.

INFORMANTE, O (*The Insider*). Direção: Michael Mann. Produção: Pieter Jan Brugge, Michael Mann. Roteiro: Eric Roth, Michael Mann. Intérpretes: Al Pacino, Russell Crowe, Christopher Plummer, Diane Venora, Lindsay Crouse, Gina Gershon, Rip Torn. Estados Unidos: Touchstone Pictures e Spyglass Entertainment, 1999. DVD, 162min, son., color.

MONTANHA dos Sete Abutres, A (*Ace in the Hole*). Direção: Billy Wilder. Produção: Billy Wilder e William Schorr. Roteiro: Walter Newman, Lesser Samuels, Billy Wilder. Intérpretes: Kirk Douglas, Jan Sterling, Robert Arthur, Porter Hall, Frank Cady, Richard Benedict, Ray Teal, Lewis Martin, John Berkes, Frances Dominguez. Estados Unidos: William Schorr Produtores Associados, 1951. DVD, 111min, son. P&B.

QUARTO Poder, O (*Mad City*). Direção: Konstantinos Costa-Gavras. Produção: Anne Kopelson, Arnold Kopelson. Roteiro: Tom Matthews. Intérpretes: John Travolta, Dustin Hoffman, Mia Kirshner, Alan Alda, Robert Prosky, Blythe Danner, William Atherton, Ted Levine. Estados Unidos: Warner Bros., 1997. DVD, 114min, son., color.

REPORTERS (idem). Direção: Raymond Depardon. Produção: Raymond Depardon.  
Intérpretes: Francis Apesteguy, Raymond Barre, Jean-Gabriel Barthélémy, Joël Le Theule,  
Jean Monteux, Arnaud de Wildenberg, Jean Claude Francolon, Jacques Chirac, Coluche,  
Catherine Deneuve, Richard Gere, Valérie Giscard D'Estaing, François Mitterrand, Christina  
Onassis, Jean-Luc Godard. França: Pari Films, 1981. DVD, 97min, son., color.

TODOS os Homens do Presidente (*All The President's Men*). Direção: Alan Jay Pakula.  
Produção: Jon Boorstin, Walter Coblenz, Robert Redford. Roteiro: William Goldman.  
Intérpretes: Robert Redford, Dustin Hoffman, Jack Warden, Martin Balsam, Hal Holbrook,  
Jason Robbards. Estados Unidos: Warner Bros., 1976. DVD, 138min, son., color.