

## A REPRESENTAÇÃO DO JORNALISTA EM PRODUTOS AUDIOVISUAIS

Milanna Carvalho Ambrósio<sup>1</sup>  
Vitor Franco Gavirati<sup>2</sup>  
Graciene Silva de Siqueira<sup>3</sup>

### RESUMO

Este trabalho faz uma explanação de como os jornalistas e a prática jornalística são representados em três formatos de produtos audiovisuais, a saber: cinema, telenovelas e séries de TV. O objetivo é investigar como os profissionais da imprensa são concebidos nos diferentes produtos, observando se existe diferença entre as representações. Reunimos obras que versam sobre o tema e destacamos os principais tópicos, como estereótipos atribuídos aos jornalistas. Alguns dos resultados aqui apresentados são oriundos de projetos de iniciação científica desenvolvidos na Universidade Federal do Amazonas, campus Parintins e fomentados pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas. Em nossas avaliações, notamos que as representações oscilam entre a imagem do jornalista herói e vilão.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Representações Sociais; Produtos audiovisuais; Releitura bibliográfica.

### ABSTRACT

This work is an explanation of how journalists and journalistic practice are represented in three formats of audiovisual products. They are: movies, soap operas and TV series. The aim is to investigate how media professionals are designed in different products, noting whether there are differences between the representations. We've put together works that deal with the topic and highlight key topics such as stereotypes attributed to journalists. Some of the results presented here are from undergraduate research projects developed at the Universidade Federal do Amazonas, Parintins campus and fostered by the Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas. In our assessment, we note that the representations oscillate between the image of the hero and villain journalist.

**KEYWORDS:** Journalism; Social representations; Audiovisual products; Bibliographic rereading.

---

<sup>1</sup> Graduanda do 6º período do curso de Comunicação Social-Jornalismo, da Universidade Federal do Amazonas, campus Parintins. Pesquisadora de iniciação científica da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas.

<sup>2</sup> Graduando do 6º período do curso de Comunicação Social-Jornalismo, da Universidade Federal do Amazonas, campus Parintins. Pesquisador de iniciação científica da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas.

<sup>3</sup> Professora do curso de Comunicação Social-Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas. Graduada em Comunicação Social (Jornalismo) e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas.

## INTRODUÇÃO

O profissional jornalista é concebido pela sociedade não apenas pelo seu trabalho, mas também pela maneira como os próprios produtos audiovisuais os representam, especialmente, a TV e o cinema (KRAETZIG, 2012). Diante disso, surgem estudos acerca destas representações, com o objetivo de analisar se há verossimilhança na forma como elas são feitas.

Portanto, apresentamos aqui uma releitura bibliográfica das representações mais comuns de jornalista feitas pelo cinema, pelas telenovelas e séries televisivas. Para isso, pesquisamos e selecionamos algumas das obras que encontramos sobre o assunto e reunimos de forma resumida neste trabalho.

Para entendermos como são construídas as representações sociais, a princípio, fazemos uma breve explanação acerca deste conceito. Em um segundo momento, apresentamos a releitura bibliográfica em si, dividida em três partes, tratando das representações em cada produto audiovisual: primeiro no cinema, segundo nas telenovelas, e, por fim, em séries televisivas.

## REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

No cotidiano da vida em sociedade, temos contato com pessoas que possuem diferentes visões de mundo. Experiências pessoais somadas ao compartilhamento de informações e pelo senso comum acabam influenciando determinados pensamentos que formulamos e reformulamos. Desta forma, surgem conceitos, explicações e preposições de determinados grupos ou coisas (MOSCOVICI, 1981). O conjunto destas teorias é conhecido no campo da Psicologia como Representação Social (RS).

Um dos principais estudiosos do tema, Serge Moscovici (1981) pondera que as representações sociais podem ser comparadas aos mitos nas sociedades tradicionais e que estas também podem ser vistas como a versão atual do senso comum. Isto porque os mitos são narrativas compartilhadas socialmente. Já o senso comum é formado por ideias, pensamentos sobre determinado tema. Ambos são adquiridos no convívio social, tal como as representações.

Oliveira e Werba conceituam as RS como “teorias sobre saberes populares e do senso comum, elaboradas e partilhadas coletivamente, com a finalidade de construir e interpretar o real” (1998, p. 5). Quando indivíduos criam ideias sobre determinado grupo profissional ou a prática destes, surge a representação social de uma profissão (BORGES, 2007). Com a evolução da tecnologia e a disseminação dos meios audiovisuais,

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

Tendo em vista a afirmativa do autor, percebemos nos meios audiovisuais que muitos são os profissionais representados. E as produções estão carregadas de estereótipos de forma implícita e explícita. Muitas das imagens criadas pelos meios de comunicação de massa são absorvidas e interpretadas como representações fiéis à realidade por parte do público. Deste modo, a reprodução das representações acaba influenciando na construção da imagem do profissional. As representações que envolvem o sentido da visão são, na maioria das vezes, responsáveis pelo fato de a expressão ‘vi na TV’ ter sido adotada como critério de verdade para a sociedade contemporânea (DEBRAY, 1993 apud SOARES, 2007).

## COMO A SÉTIMA ARTE TEM REPRESENTADO O CINEMA?

O profissional jornalista é representado constantemente em produtos audiovisuais, histórias em quadrinhos e até na literatura. Um dos meios que mais apresenta, ao longo dos anos, o profissional como personagem em suas produções é o cinema.

No que tange ao estudo da imagem do jornalista na ‘Sétima Arte’, Stella Senra foi uma das pioneiras. Autora de *O último jornalista: imagens de cinema*, Senra (1997) aponta várias características que o cinema atribuiu ao jornalista, aborda as transformações no âmbito jornalístico e expõe como as produções cinematográficas acompanharam tais modificações.

Outra autora que versa sobre o tema é Christa Berger, que organizou, em 2002, o livro *Jornalismo no Cinema*. A obra é resultado da pesquisa *O Ofício do Jornalista: da sala de redação à tela de cinema*, realizada entre 1998 e 2000, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

O livro reúne artigos de Berger e outros pesquisadores, que fizeram um levantamento de filmes que continham na sinopse alguma palavra-chave relacionada à atividade jornalística – configurando-se, assim, em um *newspaper movie* (filme de jornalista), de acordo com a autora. Eles chegaram a um número de 668 produções com títulos traduzidos no Brasil, mais 117 que não foram distribuídos no país, resultando em 785 obras que continham o jornalista e/ou o ofício jornalístico representados.

Stella Senra busca identificar os estereótipos que se tinham dos jornalistas. Para conceituar estereótipo, tomamos como base Rosa (2006). Ela indica que o jornalista americano Walter Lippman foi um dos primeiros a definir o termo. O autor o define como:

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

Esta imagem pode ser construída de modo positivo ou negativo, mas o sentido negativo se destaca mais que o positivo, porque estes são menos frequentes (LIMA, 1997). Segundo Senra (1997), um dos primeiros estereótipos que o cinema atribuiu ao jornalista foi o mercenarismo. Isto é, o profissional era representado como alguém que só trabalhava por dinheiro (SCHUDSON, 1978, *apud* SENRA, 1997). A autora explica que esta característica estava ligada à forma como o jornalista era remunerado no início da atividade profissional. Entretanto, tais condições atribuíram ao jornalista um estereótipo bem explorado pelo cinema: a imagem de um profissional idealista e romântico que, embora não fosse bem recompensado, dedicava-se ao trabalho pelo bem coletivo (SENRA, 1997).

Devido à baixa extração social e a ausência de formação acadêmica dos primeiros profissionais da imprensa, ao jornalista também se associou a ignorância. Havia a imagem de alguém que trabalhava sem a formação necessária. Já o contexto boêmio no qual muitos viviam resultou na integração de elementos como álcool e cigarro (SENRA, 1997). A autora destaca que um dos mais insistentes estereótipos

atribuídos ao jornalista no cinema foi o cinismo. Para explicar tal associação, Senra recorre à explicação de Schudson (1978), segundo a qual o cinismo dos jornalistas seria como um desprezo pelas ilusões populares, além disso, os jornalistas sabiam o que estava por trás da realidade.

Além de Senra e Berger, outras autoras que se dedicaram a analisar a imagem do jornalista na Sétima Arte foram Isabel Travancas (2001) e Rachel Rosa (2006). A primeira notou que, ao longo dos anos, o cinema expôs a figura do jornalista ora como herói, ora como vilão. A imagem de vilão se desenha quando os filmes exibem o jornalista sendo um profissional sem caráter, que busca alcançar os objetivos a qualquer custo, não mede esforços para conseguir um furo, e coloca a carreira na frente de tudo e de todos. Por sua vez, o cinema também mostrou o jornalista como o herói, que defende a verdade, a democracia, o bem comum e se identifica com os valores do mundo (TRAVANCAS, 2001). Já a segunda ponderou que o cinema revelou o cotidiano dos jornalistas, a busca e apuração de notícias, o contado com as fontes e, segundo ela, o aspecto preferido: a relação do profissional com a ética (ROSA, 2006). Ainda de acordo com a autora, os filmes que retratam o jornalismo têm as questões éticas como um eixo para o desenvolvimento da história.

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

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

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

Em pesquisas recentes, feitas em 2013 e 2014, detectaram-se ainda outras características, como o poder da mídia evidenciado nas produções e a figura de um profissional ávido por informação e em busca de uma promoção na carreira. Além disso, percebeu-se que algumas Teorias do Jornalismo são ilustradas nos filmes (AMBRÓSIO, *et al.*, 2014). Além disso, devido aos *newspapers movies* abordarem e ilustrarem os fundamentos teóricos do jornalismo ensinados no âmbito acadêmico, estes poderiam ser utilizados como uma ferramenta mais didática nos cursos da área.

## JORNALISMO EM TELENOVELAS

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

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

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

Na dissertação, a autora escolheu três novelas específicas para analisar: *A Favorita* (2008), *Paraíso* (2009) e *Insensato Coração* (2011). De acordo com ela, nas telenovelas, o jornalista aparece explicando de forma didática como o jornalismo pode ajudar a resolver as falhas da sociedade (SILVA, 2012). Nas tramas novelísticas, temos diversas representações de profissionais. Há características que se assemelham àquelas encontradas no cinema: o profissional que é “devotado” à prática jornalística, vai atrás

da informação a qualquer custo e tem relação forte com o meio urbano. Embora não utilize especificamente as Teorias do Jornalismo como base, pela descrição da autora, a prática jornalística representada nas novelas também pode ilustrar as teorias, como propõem estudos citados anteriormente.

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

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

## **UM CAMPO AINDA POUCO EXPLORADO: JORNALISMO EM SÉRIES TELEVISIVAS**

Além das telenovelas, o personagem jornalista está presente nas séries televisivas, como citamos anteriormente. Portanto, buscamos por estudos que analisavam a representação em tais formatos. Encontramos a monografia de Nathale Kraetzig (2012), no qual é analisada a série *Lois & Clark – As novas aventuras do Superman*. Até o ano de 2014, este foi o único trabalho acerca da temática encontrado.

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

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

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

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

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

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

## CONSIDERAÇÕES

Por meio desta breve releitura bibliográfica, podemos observar que os diferentes produtos audiovisuais apresentam semelhanças e diferenças no que tange à representação do jornalista. Vimos, por exemplo, que a figura do profissional ligado ao meio urbano é reforçada em diferentes produtos. Por outro lado, notou-se que não são todas as produções que reproduzem a imagem do jornalista como alguém que abre mão do convívio familiar e da vida pessoal.

O cinema é um dos meios que mais exploraram e incorporaram o jornalista como personagem. Por isso, é natural que existam mais trabalhos que se dedicam a estudar a representação neste meio. Além disso, devido ao grande número de *newspaper movies*, há mais opções de objetos de estudo. Tendo em vista a capacidade que a Sétima Arte tem de atingir um grande e diversificado público, torna-se necessário que se avalie como o meio tem representado o cinema.

Também é importante a abordagem de como as telenovelas têm construído a imagem no jornalista em suas produções, haja vista a tradição do formato no Brasil. Recentemente, notamos que o número de personagens jornalistas em novelas tem crescido consideravelmente. Além disso, outro aspecto que se observa nas telenovelas é que os profissionais da imprensa aparecem cada vez mais como protagonistas nas tramas.

Entendemos que por serem um fenômeno mais recente que o cinema e as telenovelas, as séries televisivas constituem um universo não muito explorado ainda por quem estuda representação do jornalista. Tendo em vista que só encontramos um estudo que se dedica ao tema, acreditamos que este merece ser mais explorado.

Vale ressaltar que as séries de TV vêm ganhando cada vez mais espaço e audiência. Destacamos duas iniciativas de estudo na área que, por não terem sido concluídas, não foram citadas neste trabalho: *Representações e Jornalismo: Uma análise da representação do jornalista na série televisiva The Newsroom*, elaborada por Vitor Gavirati (2015) e *A imagem do jornalista na TV: uma análise da representação do jornalista na série "A Vida Alheia"*, de Milanna Ambrósio (2015). Ambas são projetos de iniciação científica desenvolvidos na Universidade Federal do Amazonas.

Para a área da Comunicação, faz-se necessário que haja a discussão e análise de como os profissionais jornalistas são representados à sociedade. Este trabalho contribui para o cenário de estudos sobre tais representações, pois reúne características dos três

meios audiovisuais distintos. Além disso, podemos contribuir com futuros trabalhos que podem surgir acerca da temática, servindo como referência aos mesmos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBRÓSIO, Milanna; GAVIRATI, Vitor; SIQUEIRA, Graciene. **Cinema e Jornalismo**: uma análise da representação da prática jornalística em filmes. Disponível em <<<http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2014/resumos/R39-0221-1.pdf>>>. Acesso em 07 de janeiro de 2015, às 16h00.

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

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

DÁVILA, Letícia Pimenta. **A imagem da notícia**: o jornalismo no cinema. Rio de Janeiro: Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, 2003.

GAVIRATI, Vitor Franco. **Cinema e Jornalismo**: a representação da prática jornalística no filme Chicago. Parintins: 2014, 84 p. (Relatório de Pesquisa)

KRAETZIG, Nathale Cadaval. **A Representação do Jornalista na Série Lois & Clark –As Novas Aventuras do Superman**. Monografia de Conclusão do Curso de Jornalismo. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2012.

MOSCOVICI, Serge. **On social representations**. In: J.P. Forgas (org.), Social Cognition - Perspectives on Everyday Understanding. London: Academic Press, 1981.

OLIVEIRA, Fátima O. de; WERBA, Graziela C. **Representações sociais**. In: JACQUES, M. C. Psicologia social contemporânea. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. p. 104-117.

ROSA, Rachel Bezerra Abrantes. **O personagem jornalista na visão cinematográfica da década de 90**. Brasília, 2006. 46p. Monografia (Bacharelado em jornalismo) Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2006.

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

# TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

SILVA, Adaci Aparecida Oliveira Rosa da. **O mundo do trabalho dos jornalistas na realidade e na ficção**: uma análise comparativa do perfil do profissional e dos discursos da telenovela sobre as práticas do jornalista. 2012. 220f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SOARES, Murilo César. **Representações e comunicação**: uma relação em crise. *Libero*. São Paulo, n. 20, p. 47-56, dez. 2007.

TRAVANCAS, Isabel. **Jornalista como personagem de cinema**. Disponível em: <<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>>>. Acesso em 09 janeiro de 2014, às 22h30.