

A Representação do Jornalista na Série *A Vida Alheia*¹

Milanna Carvalho AMBRÓSIO²
Graciene Silva de SIQUEIRA³

Resumo

Segundo Nathale Kraetzig (2012), o jornalista é percebido socialmente não apenas pelo seu trabalho, mas também através da forma como ele é representado em produtos audiovisuais feitos no âmbito do entretenimento. Analisamos a série *A Vida Alheia*, exibida em 2010 na Rede Globo. Tomamos como base estudos que analisaram a representação do jornalista em diversos produtos audiovisuais. Averiguamos se existem semelhanças entre as características observadas, bem como buscamos identificar novos estereótipos atribuídos à imagem do profissional. Para isto, utilizamos como metodologia a análise fílmica proposta por André França (2002). Os resultados apresentados aqui são derivados de pesquisa de iniciação científica fomentado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam).

Palavras-chave: Jornalismo; Jornalista; Representação Social; Série Televisiva.

INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos e o avanço das tecnologias, os meios de entretenimento apresentam várias tramas para conquistar o público. Notamos que a figura do jornalista é presença constante em diversos produtos audiovisuais, como novelas, séries de TV e filmes. De modo que, por serem meios que atingem uma grande audiência, por vezes, são recebidos pela sociedade como representações fiéis à realidade, embora em muitos casos não apresentem verossimilhança. Há poucos estudos que busca analisar tal representação em produtos audiovisuais. Neste trabalho apresentamos uma análise de série televisiva.

Escolhemos a série *A Vida Alheia* como objeto de análise, tendo em vista que estudos que analisam a representação de jornalista em produções brasileiras são escassos. A série já foi objeto de estudo de outras duas análises: um artigo que avalia a vinheta de abertura do programa e uma pesquisa que o estuda como produto da indústria cultural. Portanto, tal estudo configura-se como um dos pioneiros na área, haja vista que não encontramos análises de representações do jornalista em seriados nacionais.

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 6 a 8 de julho de 2016.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social-Jornalismo, da Universidade Federal do Amazonas, campus Parintins. Atualmente em período de mobilidade na Universidade do Porto, Portugal. E-mail: milannaambrosio@gmail.com.

³ Doutoranda da Universidade Prebisteriana Mackenzie (SP), com estudo sobre adaptação de Livro-Reportagem para o cinema. Docente do Curso de Comunicação Social-Jornalismo, da Universidade Federal do Amazonas, campus Parintins, atualmente afastada para o doutorado. E-mail: graciennesiqueira@gmail.com.

A *Vida Alheia* foi exibida em 2010 pela Rede Globo e narra a rotina da redação de uma revista semanal de fofoca de mesmo nome. Entre as personagens, destaca-se a editora-chefe Alberta Peçanha (interpretada por Cláudia Jimenez), apelidada no mercado editorial de “Peçonha”. Alberta também é professora universitária de Jornalismo. Ela se preocupa em aumentar a venda e circulação da revista e faz de tudo para conseguir um furo. Para isto, incentiva seus repórteres a descobrirem uma informação a qualquer custo. O advogado da revista, Duran (Sandro Christopher), sempre tenta convencer a dona da empresa, Catarina Faissol (Marília Pêra), e Peçanha a não publicarem matérias que possam levar a revista a ser processada, mas elas geralmente o ignoram. A produção também exhibe problemas pessoais e afetivos que envolvem os funcionários da revista⁴.

Dirigida por Cininha de Paula e Marco Rodrigo, a produção conta com o roteiro de Miguel Falabella – criador da obra –, Flávio Marinho e Antônia Pellegrino. A série era exibida uma vez por semana: todas as quintas, no período de 08 de abril a 26 de agosto de 2010. Ao todo, teve 20 episódios. Entretanto, a análise feita nesta pesquisa tomará como objeto de estudo 10 capítulos, que compõem DVD comercializado pela Globo Marcas Digital.

Considerando a escassez de metodologias que analisem representações em séries televisivas, optamos pela utilização da Análise Fílmica proposta por André França (2002), seguindo algumas das etapas metodológicas que julgamos atender aos objetivos deste estudo. Os resultados apresentados aqui são fruto da pesquisa *A imagem do jornalista na TV: uma análise da representação do jornalista na série “A Vida Alheia”*. No estudo, discutimos como o jornalismo e os profissionais da área são representados na série, além de analisarmos questões éticas presentes na produção. Todavia, neste trabalho apresentamos apenas a análise de estereótipos que são atribuídos ao jornalista no objeto estudado. O trabalho contém, no primeiro momento, a apresentação do conceito de representação social, bem como uma breve explanação sobre o que já existe acerca do estudo da representação do jornalista em produtos audiovisuais. Em seguida, explicamos a metodologia e depois entramos na análise em si.

REPRESENTAÇÕES DO JORNALISTA EM PRODUTOS AUDIOVISUAIS

Segundo Serge Moscovici (1981), um dos principais estudiosos do tema, representações sociais são conceitos, explicações e preposições de determinados grupos ou coisas. Oliveira e Werba (1998, p. 5) conceituam as RS como “teorias sobre saberes

⁴ Informações disponíveis no endereço <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/seriados/a-vida-alheia.htm>

populares e do senso comum, elaboradas e partilhadas coletivamente, com a finalidade de construir e interpretar o real”. 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. Destacamos a figura do jornalista, constantemente representado 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 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*. 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.

Já Stella Senra busca identificar os estereótipos que se tinham dos jornalistas. Conforme Rosa (2006), o jornalista americano Walter Lippman foi um dos primeiros a conceituar estereótipo. 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 segundo se destaca, pois são mais frequentes (LIMA, 1997). Segundo Senra (1997), características

como o mercenarismo, a idealização e romantização da profissão, ignorância, bem como a presença de álcool, cigarro e cinismo. Ela aponta que, destes, 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 à ausência de formação acadêmica dos primeiros profissionais da imprensa, ao jornalista também se associou a ignorância. 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.

Em pesquisas de iniciação científica recentes, feitas em 2013 e 2014, detectamos 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).

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. Quando buscamos estudos sobre a presença do profissional em telenovelas, encontramos 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*. 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 pesquisadora escolheu três novelas⁵ para analisar. 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. 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. 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’.

Além das telenovelas, o personagem jornalista está presente nas séries televisivas. Neste sentido, encontramos a monografia de Nathale Kraetzig (2012), no qual é analisada a série *Lois & Clark – As novas aventuras do Superman*, além de três (das quais só citaremos

⁵ A Favorita (2008), Paraíso (2009) e Insensato Coração (2011).

duas aqui, por se encaixarem melhor nos objetivos deste trabalho) análises da série *The Newsroom*, que estreou em 2012, no canal HBO. Kraetzig percebeu que na série jornalista é representado como um profissional que não mede esforços para obter informações. “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). 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 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 analisada por Kraetzig. Outro aspecto apontado pela autora que merece ser destacado é o fato de a série apresentar contrastes quanto à vida pessoal e relacionamento familiar dos jornalistas. De acordo com ela, estão presentes tanto a figura do profissional que se sente solitário e precisa renunciar da 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 seus gostos pessoais.

No que tange à representação do jornalismo na série televisiva *The Newsroom*, Sinaldo Barbosa (2013) destaca que a série exhibe o tipo de jornalismo ideal, proposto por Eugênio Bucci (2000)⁶. Barbosa ponderou que o jornalismo representado pela série é utópico e divergente da realidade vivida nas redações.

⁶ Eugênio Bucci (2000), em *Sobre Ética e Imprensa*, embasa-se em Walter Lipmann (1922) para dizer que o jornalismo ideal é aquele que transmite assuntos de interesse público. Em outras palavras, o jornalismo deve trabalhar para o público.

A série é um celeiro de debates sobre a prática jornalística e dá margem a discussões do modelo comunicacional empregado pelas empresas midiáticas, fazendo uma ode ao jornalismo ideal e mostrando possibilidades, por mais que ousadas, de mudar esse atual paradigma informacional pré-moldado nos grilhões econômicos (BARBOSA, 2013, p. 2-3).

Isso porque na série, uma das personagens defende a divulgação de fatos de interesse público, mesmo que isso seja contrário aos interesses da empresa. Ou seja, o jornalismo representado em *The Newsroom* não se deixa levar pelos efeitos dos interesses econômicos e políticos. As análises encontradas da série são mais focadas em reflexões sobre a prática jornalística que em análises de representações do profissional. Questões que envolvem discussões éticas e deontológicas, como a importância das fontes e confidencialidade, bem como o impacto das novas formas de comunicação no jornalismo, além da hierarquia organizacional da redação, o retrato do cotidiano dos jornalistas e toda a pressão que envolve a profissão são exibidos na produção (BARBOSA, 2013).

A figura do jornalista como herói, portanto, é evidenciada na série (OLIVEIRA; SCHNEIDER, 2014), por ser uma representação de profissional que desafia o sistema a fim de produzir um jornalismo de qualidade. Embora estudos mais gerais no tocante à representação do jornalista em produtos audiovisuais como novelas e séries sejam escassos, a partir de tais apontamentos, podemos dar suporte à nossa análise.

METODOLOGIA

Escolhemos a metodologia da Análise Fílmica proposta por André França (2002). O método consiste em seis etapas ou fases. Optamos por usá-la devido à escassez de metodologias na área. Acreditamos que, com ela, podemos atingir nossos objetivos.

Na **primeira** fase da metodologia, o analista somente aprecia a produção sem preocupação alguma, como se fosse um telespectador comum e não precisasse fazer uma análise da obra. Já a **segunda** fase acontece ao mesmo tempo da primeira. Nela, o analista assiste ao produto e se entrega a ele, deixa-se levar pela emoção da trama, permitindo que este o toque. Logo, o indivíduo deverá pensar sobre tema abordado, sobre a vida e o mundo. Terminada a reflexão, deve-se fazer anotações sobre o que se recordar referente a esses assuntos (FRANÇA, 2002).

França propõe que na **terceira** etapa o analista assista a produção novamente e dedique-se a observar os elementos cinematográficos, ou seja, fotografia, montagem, som, direção, interpretação de atores, cenografia, etc. Entretanto, nesta pesquisa, não dirigiremos

atenção a esta etapa, pois o nosso foco não é avaliar a obra por meio de seus elementos técnicos. Na **quarta** etapa, o analista deve elaborar hipóteses sobre a obra, sobre o projeto e acerca da relação estabelecida dele com o mundo. Estas observações nortearão a construção de um sistema para a produção. Nesta fase do trabalho, o analista deverá também estar atento às analogias e correspondências com o mundo que o artista coloca na obra e que o espectador entra em contato quando a ela se submete (FRANÇA, 2002).

França sugere que, na **quinta** fase do estudo, o analista deve assistir a produção mais uma vez para averiguar as hipóteses levantadas por ele sobre aquela obra. Nesta etapa, ele confirma ou corrige seus apontamentos acerca da construção do filme. Por fim, a **sexta** e última fase é designada à redação do trabalho, a análise em si. Nela serão organizadas as anotações feitas nas primeiras etapas e desenvolvidas as ideias esboçadas sobre a obra analisada.

COMO O JORNALISTA É REPRESENTADO NA SÉRIE

Jornalista: o cínico

Em nossa análise, notamos que alguns das características apontadas por Senra (1997) também são reproduzidos na produção analisada, a saber: cinismo e má remuneração. Para ilustrar a característica do cinismo⁷, tomamos como exemplo uma cena do episódio *Manchas do Passado*, que acontece a partir dos 11'35", quando Catarina chama Alberta para uma conversa em sua sala. Na ocasião, a dona da revista chama a editora para uma conversa, onde diz que a equipe vai economizar nas publicações sobre determinada atriz (Isa Müller). Catarina tomou a decisão após um pedido da atriz e por esta ter sido amante de seu pai. Ao ser questionada pela editora sobre o motivo da atitude, Catarina diz que são generosas, porém, após Alberta negar a afirmação, ela responde que é pelo fato de a atriz ter sido namorada de seu pai. Para tentar convencer Alberta, a empresária afirma que as matérias podem sair nas páginas da revista, desde que não saiam na capa.

Alberta: Nossa, Catarina! Estamos editando agora?! Estudamos Jornalismo onde? Num cursinho para moças que não têm o que fazer?! (...) se Isa Müller estivesse preocupada com a reputação dela, ela não sairia de casa para se expor como ela faz. E olha aqui, Catarina, desculpe, mas eu tomei a liberdade e pedi ao Duran os últimos gastos da viagem que você fez. Se você acha que a sua pretensa amizade com Isa Miller que paga

⁷ Aqui tomamos como base os significados de 'cínico' do site *Léxico - Dicionário de Português Online*: "1. Diz-se de ou designa o que ou quem menospreza as normas sociais e os pensamentos e opiniões normalmente aceites pela sociedade; sem-vergonha, ousado ou descarado; indivíduo sem pudor ou sem vergonha. 2. Diz-se de ou designa quem atua com hipocrisia ou sarcasmo" (Disponível em www.lexico.pt/cinico).

essas contas, você tá muito enganada. É o contrário. Se nós não publicarmos, as outras revistas vão publicar e a gente fica pra trás. Em um ano, ninguém mais compra essa porcaria. Olha aqui, a sua amizade com Isa Müller não vale nada. O que vale são as informações a que você tem acesso por causa da sua amizade com ela.

Como propôs Senra (1997), ao jornalista é atribuída a característica do cinismo, pois estes profissionais sabem o que existe por trás dos acontecimentos. Acrescentamos ainda que através desta cena, percebemos que Alberta se mostra uma profissional cínica, pois utiliza sarcasmo e ironia para persuadir Catarina a manter a capa e as publicações sobre a atriz em questão. Além disso, toma a liberdade de investigar os gastos da patroa para convencê-la de que a amizade dela com a atriz é vantajosa para a obtenção de informações. Destacamos ainda que tal fato a configura como cínica, pois a atitude citada a configura como descarada e sem pudor ou vergonha de tomar tais atitudes, pois a mesma as faz sem se preocupar com o que Catarina pensaria a respeito das ações.

Outro fato nos permite observar a presença do cinismo ligado ao jornalista na série: em algumas cenas, Manuela e Lírio se mostram preocupados em assumir o romance porque Alberta não era favorável a relacionamentos amorosos entre a equipe. **Manuela:** *“Você sabe que a gente não pode falar disso (namoro) lá dentro da revista. A Alberta volta e meia repete que ela não quer essa coisa de relacionamento lá”*. Contudo, a editora tem um caso com um rapaz e, por conta deste envolvimento, leva-o para trabalhar na revista – o que torna a profissional cínica e hipócrita, uma vez que não permite o namoro entre os subordinados, mas acaba fazendo o que proíbe aos funcionários da redação. A editora da revista ainda mostra seu aspecto cínico em outros episódios, como em *Intimidação*. Na ocasião, a editora daria uma capa sobre o escândalo de uma filha de celebridade que agrediu uma colega da escola. Entretanto, para descobrir mais detalhes sobre o caso, Alberta liga para a famosa, mas acaba falando com a secretária desta.

Alberta: (...) *É que eu vou dar uma capa, mas eu gostaria primeiro de ouvi-la, eu gosto, eu tenho muita ética. Eu gosto sempre de... entendeu?!... Saber o que a pessoa acha e tal. Que eu tô com vontade de botar no título da capa: ‘um amor de mãe’ e queria saber o que ela acha.* A partir deste episódio, fica claro que Alberta é uma profissional cínica, haja vista que diz ser ética enquanto tem atitudes antiéticas durante toda a série – aspecto que será abordado mais adiante neste trabalho. Na ligação, ela é irônica e fingida ao afirmar que gosta de ouvir as pessoas para saber o que elas têm a dizer, quando, na verdade, ligou para obter mais informações sobre o escândalo. Para ilustrar que o cinismo é uma característica

atribuído a(o) jornalista na série analisada, escolhemos estes três exemplos, mas existem outras cenas nas quais podemos visualizar tal característica. Contudo, deteremo-nos a estas três para assunto não ficar repetitivo.

O profissional mal remunerado

Senra (1997) destacou que o jornalista sempre foi visto como um profissional que é mal remunerado. Este estereótipo também é reproduzido em *A Vida Alheia*. Durante uma conversa na redação, Pardal, o *office-boy* da revista repreende os jornalistas por estarem falando mal da vida alheia. A fala ocorre no episódio *Uma noite na ópera*. **Pardal:** *A língua do povo não tem osso, não é?! É impressionante! Vocês ganham pouco, são explorados... passam a vida tomando chuva em porta de evento e ainda falam mal dos outros?!*

Além disso, como já citamos anteriormente, no episódio *Manchas do passado*, Alberta chega a um evento em que Manuela está cobrindo e fala: “*Vê se justifica o excelente salário que você não ganha*”. A partir destas cenas, podemos observar que a ideia de que o jornalista é um profissional mal remunerado é mantida tanto por alguém que não é da área (Pardal), como também é reconhecida por uma jornalista (Alberta). De acordo com Senra (1997, p. 47), “sabe-se que nos primórdios a atividade jornalística não era bem remunerada, condenando o profissional a um estado de miséria crônica”. A autora fala da remuneração no início da profissão, porém, percebemos que é uma imagem que persiste até os dias atuais, tendo em vista que é uma questão discutida e reclamada pela classe, além de ser reproduzida em muitos produtos audiovisuais. Como exemplo, podemos citar o estudo de Travancas (1993)⁸, onde a autora entrevistou e acompanhou a rotina de vários jornalistas a fim de traçar uma ‘identidade social’ destes profissionais. Nele, Travancas observou que uma das reclamações dos jornalistas sobre o ofício era a questão salarial que, segundo eles, o salário é ruim e não compatível com as exigências feitas a eles.

Na série também notamos que existe essa reclamação dentro da redação. No episódio *A luz que não se apaga*, em cena já citada anteriormente, Lírio conversa com Manuela e critica a remuneração que recebe. **Lírio:** *Ela (Alberta) não quer nada, né! Não quer nem pagar um salário decente pra gente!*. Outra situação que podemos citar acontece no episódio *Abandonos*. Durante uma reunião na redação, Catarina comenta que os jornalistas precisam saber que existe uma fila de jovens querendo trabalhar na revista pela metade do que eles ganham. A partir disso, observamos que existe este aspecto discutível sobre a forma como são remunerados os profissionais da imprensa.

⁸ Isabel Travancas publicou em 1993 o livro *O mundo dos jornalistas*, resultado de sua dissertação de mestrado. No estudo, a autora fez etnografia e entrevistou vários jornalistas a fim de criar uma identidade social da classe profissional.

O aspecto de profissão mal remunerada já é notado desde *The Front Page*⁹, considerado um dos primeiros filmes a ter o jornalista como personagem. Segundo Senra (1997, p. 62), na trama, “ao mesmo tempo que se vangloriam da sua profissão, os jornalistas não cansam de reclamar das suas tarefas extenuantes e do salário ruim”. Portanto, este estereótipo é ligado ao jornalista desde o início de sua representação nos meios audiovisuais e se repete no objeto analisado por nós.

A busca por um furo e uma promoção na carreira

O cinema já havia criado a imagem do jornalista como um profissional que não mede esforços para conseguir um furo. Muitas produções mostraram este profissional como alguém disposto a passar pelos limites da ética por um furo. Este estereótipo ainda se reproduz até os dias atuais, inclusive em *A Vida Alheia*. Na série, a repórter Manuela tem grande preocupação em publicar uma história inédita que a promova na redação – característica esta que será abordada mais adiante.

No episódio *O direito de cada um*, Manuela estava na casa de Lírio, quando recebe uma ligação: um amigo fotógrafo havia acabado de avistar um jogador de futebol com um travesti em um motel. Na hora, a repórter percebe que a história renderia um furo para a revista onde trabalha. “*O jogador entrando com travesti?! Isso é capa! Pega o nome e o endereço do motel, anda!*”, diz Manuela a Lírio. Em seguida, ela liga para Alberta e vai para a entrada do motel tentar flagrar algo. A mesma personagem também mostra tal característica no episódio *Manchas do passado*. Na ocasião, Manuela observava fotos de celebridades com Lírio e Chico quando percebe que o filho de uma famosa atriz casada tem um sinal de nascença idêntico a de um ator, que não é o marido dela. Crente de que descobriu um “pote de ouro” – como diz –, a repórter conta a história a Catarina e Alberta.

Ligada à vontade de descobrir um furo está o desejo de subir na carreira. Em outras palavras, podemos dizer que o que motiva os jornalistas representados a quererem dar um furo a qualquer momento é a ideia de que se publicarem algo inédito conseguirão uma promoção na vida profissional. Tal aspecto pode ser observado através da personagem de Manuela, no mesmo episódio no parágrafo anterior. A jornalista conversa com Lírio e se mostra ansiosa com a história. **Manuela**: “*Se essa história for verdade, eu tenho certeza que a Alberta me promove. E aí, quem sabe, chegou a hora de eu ter a minha coluna, com a minha foto estampada*”. Estas características foram observadas por pesquisas científicas feitas recentemente (AMBRÓSIO, *et al.*, 2014). Os autores identificaram que este

⁹ De acordo com Senra (1997), habitualmente é conhecido como o primeiro filme de jornalista.

estereótipo já foi reproduzido pelo cinema. A personagem de Manuela ainda protagoniza outra cena que mostra o jornalista como alguém que deseja uma promoção na carreira. No episódio *Abandonos*, Manuela fica feliz com a capa que conseguiu na semana e conversa com Lírio sobre uma possível promoção: “É bem possível porque, inclusive, a Alberta vai ter que se afastar por causa desse problema da Paula. E aí, provavelmente, o João vai pro lugar dela e eu assumo como chefe de reportagem”.

Notamos que há uma insistência dos produtos audiovisuais em mostrarem, ao longo dos anos, a imagem do jornalista como alguém que está sempre ávido por um furo e se dispõe a qualquer coisa para subir na carreira. Todavia, Travancas (1993) destacou que, existe um tipo de ‘cadeia da solidariedade’¹⁰, que “pode surpreender os leitores, que muitas vezes imaginam os repórteres sempre ávidos por um “furo”, alguns inescrupulosos, ansiosos por se destacarem no próprio jornal e em seu meio profissional” (TRAVANCAS, 1993, p. 44). Apesar de o estudo da autora ter sido feito na década de 90, julgamos a importância de mencioná-lo, uma vez que não é de hoje que o cinema e outros meios audiovisuais reproduzem uma imagem do jornalista que não condiz com a verificada pela autora.

O tempo e a vida fora da redação

Em *O último jornalista*, Senra (1997) apontou que o jornalista geralmente é representado no cinema como personagem desprovida de vida pessoal. “(...) na maioria dos filmes a ela consagrados não veremos a família da personagem ou sua casa, nem saberemos praticamente nada sobre seus gostos ou interesses pessoais” (SENRA, 1997, p. 53). Em nosso objeto de estudo, notamos que esta característica está parcialmente presente, uma vez que a vida pessoal dos jornalistas mostrada na série é o relacionamento entre funcionários da redação.

Souza (2007, *apud* KRAETZIG, 2012) notou que há também a figura do profissional solitário, angustiado e com dilemas familiares. Em *A Vida Alheia* observamos como é a rotina dos jornalistas na redação e um pouco da vida fora dela. A vida da personagem Alberta é mais explorada pela série. Na trama, ficamos sabendo que a editora mora com a filha adolescente (Paula) e tem problemas de relacionamento por não dar atenção à jovem.

¹⁰ A “cadeia da solidariedade” citada por Travancas diz respeito a uma característica dos jornalistas entrevistados pela autora de se ajudarem, passando certas informações uns aos outros, excluindo a ideia de que todos são egoístas a ponto de estarem dispostos a passar por cima de tudo e todos a fim de conseguir um “furo”.

Para ilustrar o aspecto citado, tomamos como exemplo o episódio *A luz que não se apaga*. Numa tentativa de se aproximar da mãe, Paula, que fazia teatro, convidou Alberta para ver uma apresentação da peça da qual estava participando. A editora fica animada com o convite e a ideia de aproximação. Entretanto, ela acaba não indo ao compromisso, pois estava em busca de uma foto que seria a capa da revista na semana. Segundo Travancas (1993, p. 28): “o ponto de partida para a entrada na profissão é a entrega de seu tempo. É estar ligado à redação o tempo todo. Há uma cobrança implícita, se não explícita, de que ser jornalista significa ser jornalista por 24 horas por dia”. Portando, tendo em vista a ponderação da autora, podemos considerar verossímil a imagem do jornalista que a série *A Vida Alheia* reproduz de um profissional sem tempo para se dedicar à vida pessoal. Ao longo dos episódios, o problema do relacionamento com a filha volta e meia é mostrado. A relação das duas acaba ficando pior quando Paula se envolve com Tom, que também tem um caso com Alberta, como citamos anteriormente. Já nos episódios *Um amor de mãe*, a editora da revista tem maiores problemas com a filha, pois esta revela que está grávida.

Em *Abandonos*, percebemos que o resultado da relação problemática entre a jornalista e a filha, quando Paula mata Tom durante uma briga com ele e Alberta vai visitá-la na cadeia. “*Você deu três tiros no Tom e os três acertaram em mim*”, diz a editora à filha. Além do exemplo de Alberta, podemos citar ainda outros acontecimentos exibidos na série, como no episódio *O sequestro*. Na ocasião, Amadeu, um repórter da revista havia sido designado a fazer a cobertura de um evento. Entretanto, ele precisava comparecer à festa de aniversário da namorada e trocou de lugar com outro colega para cobrir um evento que lhe desse mais tempo de chegar à comemoração. Tal característica do jornalista representado na trama também pode ser explicada por Travancas (1993, p. 34), no que tange à relação dos jornalistas com o tempo. “Não existe jornalismo com cartão de ponto ou horário rígido de saída. Isso me parece ser um traço importante da profissão, e mesmo inerente a ela”. A autora ainda fala que é comum que os jornalistas não sejam donos de seu tempo e de seu espaço e que não raro os chamados de emergência e a produção de matérias em horários incomuns irritam os familiares.

CONSIDERAÇÕES

Como podemos perceber, não é apenas o cinema que tem trazido o jornalista como personagens nos filmes. Embora em menor escala, as telenovelas e séries televisivas também incluem os profissionais da imprensa em suas tramas. Proporcional à presença do personagem, temos os estudos sobre as representações em cada meio audiovisual. Por isso,

faz-se importante uma pesquisa como esta para que se amplie o referencial teórico e as discussões sobre como os produtos da ficção têm representado o jornalista.

A partir da observação do nosso objeto de estudos, notamos que estereótipos já percebidos em estudos anteriores se repetem na série. Bem como pudemos identificar novas características atribuídas ao jornalista. Temos a representação do jornalista cínico, da ambição de subir na carreira, da ânsia por um furo, do profissional mal remunerado. Além disso, a produção retrata a relação do jornalista com o tempo e a dificuldade de conciliar o trabalho com a relação familiar, que muitas vezes é prejudicada pela ausência do jornalista em casa. Por outro lado, temos a imagem do profissional ético e não disposto a fazer qualquer coisa na profissão. Todavia, notamos que o jornalismo representado em *A Vida Alheia* se difere ao de outras séries televisivas, como *Lois & Clark – As novas aventuras do Superman* e *The Newsroom* – produtos analisados por estudos citados por nós. Entendemos que se tratam de segmentos distintos do jornalismo. *The Newsroom*, por exemplo, exhibe um jornalismo utópico, pois, segundo seus analisadores, aproxima-se de um tipo ideal da prática jornalística. No tocante à *Lois & Clark – As novas aventuras do Superman*, esta se difere no aspecto familiar, já que o jornalista da série analisada por Kraetzig mantinha uma boa relação com os familiares. Entretanto, como semelhança, podemos apontar o fato de que uma jornalista da obra chegou a usar disfarces na apuração de um fato.

Consideramos muitas das representações reproduzidas em *A Vida Alheia* como verossímeis, baseando-nos em colocações de estudiosos do jornalismo. Por fim, destacamos que as séries televisivas têm ganhado cada vez mais espaço entre os programas de entretenimento do público. Deste modo, as representações sociais ganham mais força ao serem reproduzidas nas telas. Portanto, a partir deste trabalho, recomendamos a elaboração de mais pesquisas acerca da temática, haja vista que os meios têm ficado cada vez mais fortes e atingido um grande número de pessoas.

REFERÊNCIAS

AMBRÓSIO, Milanna; GAVIRATI, Vitor; SIQUEIRA, Graciene. **Cinema e jornalismo: uma análise da representação da prática jornalística em filmes.** In: XIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE, 13, 2014, Belém. Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte. São Paulo: Intercom, 2014.

BARBOSA, Sinaldo de Luna. **Ética jornalística sob uma perspectiva bucciana: The Newsroom e o fantasma da manipulação midiática e o jornalismo ideal.** Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/viewFile/21329/11778>. Acesso em: 17 abril 2015.

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

FRANÇA, André Ramos. **Das teorias do cinema à análise fílmica**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Câmara de Ensino de Pós- Graduação e Pesquisa, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

GAVIRATI, Vitor. **Cinema e jornalismo**: a representação da prática jornalística no filme Chicago. Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação. Universidade Federal do Amazonas. Relatório de Iniciação Científica. Parintins-AM, 2014.

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.

LIMA, Maria Manuel. **Considerações em torno do conceito de estereótipo**: uma dupla abordagem. Revista da Universidade de Aveiro – Letras, Publicação do Departamento de Línguas e Culturas, Universidade de Aveiro, 1997.

MOSCOVICI, Serge. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

OLIVEIRA, Ana Carolina; SCHNEIDER, Greice. **A representação do jornalismo no seriado The Newsroom**. In: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 16, 2014, João Pessoa. Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. São Paulo: Intercom, 2014.

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

ROSA, Rachel Bezerra Abrantes. **O personagem jornalista na visão cinematográfica da década de 90**. Brasília, 2006. Monografia de Conclusão de Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2006.

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

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

SOARES, Murilo Cesar. **Representações e comunicação**: uma relação em crise. Líbero, Ano X, nº 20, Dezembro/2007.

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

_____. **Jornalista como personagem de cinema**. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>. Acesso em: 13 agosto 2014.