

## Um Estudo de Recepção sobre a Função Social do Jornalismo a partir da Série *The Newsroom*<sup>1</sup>

Tais de MORAES NUNES<sup>2</sup>

Cristiane LINDEMANN<sup>3</sup>

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

### Resumo

Este artigo tem por objetivo compreender como o telespectador interpreta a função social do jornalismo a partir da série norte-americana *The Newsroom*. Inicialmente, o estudo apresenta questões referentes ao processo de construção da notícia, rotinas produtivas e função social do jornalismo. Em seguida, é feita uma contextualização dos estudos de recepção para, então, abordar brevemente o conceito de representação social. Também apresentamos um histórico da série e uma sinopse dos episódios escolhidos para a realização da pesquisa. Finalmente, discorreremos sobre a interpretação dos participantes do grupo focal a respeito dos episódios assistidos, verificando de que forma são percebidos e analisando se contribuem ou não para a compreensão do público acerca da profissão e do profissional jornalista.

### Palavras-chave

Jornalismo; Função Social do Jornalismo; Recepção; *The Newsroom*.

### Introdução

O modo como hoje recebemos as notícias e a forma como os veículos de comunicação abordam determinados assuntos, suscita algumas questões com relação ao comportamento dos jornalistas e à maneira como as notícias são apuradas e veiculadas. Até que ponto o que está na mídia é verdade? Será que as pessoas se contentam com as informações que leem, ouvem e assistem na grande mídia, sem questionamentos? Elas têm ideia do que se passa nos bastidores da produção? Como o público (leitor, telespectador, internauta, ouvinte) enxerga os profissionais da área do jornalismo e a função desempenhada por esta profissão?

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Graduada em Jornalismo pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, email: [demoraestais@gmail.com](mailto:demoraestais@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, email: [clindemann@unisc.br](mailto:clindemann@unisc.br)

Além de informar e retratar a realidade, levando ao público informações capazes de impactá-lo de forma positiva, cabe também ao jornalista a investigação e a apuração dos fatos. A construção do conteúdo noticioso é feita por meio de escolhas. É preciso pensar na pauta, no foco, na angulação, nas fontes, na linha editorial do veículo para o qual trabalha. E, neste caso, o conteúdo, muitas vezes, sofre influências comerciais ou até mesmo da própria relação com as fontes e com instituições. Ao receber o produto pronto, seja no jornal impresso, no rádio, na televisão ou na web, todos esses processos podem passar despercebidos pelos receptores.

Com a finalidade de explicar, analisar e verificar, através da ficção, como se dá o processo produtivo das notícias, como o personagem é representado socialmente na trama e como o público vê a função do jornalismo, o presente estudo<sup>4</sup> tomou como objeto empírico a série norte-americana *The Newsroom* e seu personagem principal William McAvoy. A apresentação dos bastidores de um telejornal, a discussão acerca da escolha das pautas e a forma como elas se concretizam, evidenciando a rotina de uma redação, e também o fato da série ser construída com ênfase no âncora do programa foram alguns dos motivos pelos quais o objeto de estudo foi escolhido.

Com base nessas questões, definimos como objetivo geral compreender como o telespectador interpreta a representação social do jornalismo a partir da série *The Newsroom* e de que forma o personagem principal se aproxima dos preceitos da profissão na vida real. Como objetivos específicos, estipulamos: mapear os preceitos e funções da profissão do jornalista para, posteriormente, detectar como aparecem na série; compreender de que forma a representação social do jornalismo é construída na produção seriada e entender como o telespectador produz sentido acerca do papel do jornalismo apresentado na série.

O referido estudo possui importância no âmbito da pesquisa pelo fato de buscar assimilar o que o telespectador pensa sobre o papel do jornalismo a partir de uma produção seriada – algo pouco recorrente nas pesquisas da área. Por acreditar que cada pessoa possui um olhar, uma perspectiva diferente e uma opinião distinta, nos debruçamos sobre a técnica metodológica da recepção, aplicada a partir da apresentação de três episódios. O primeiro (*I'll Try to Fix You*), exibido em 15 de julho de 2012, traz questões acerca do compromisso do jornalismo com a sociedade e como pauta principal aborda o atentado sofrido pela Deputada do Arizona na cidade de Tucson; o segundo (*Red Team III*) conta a história vivida pela equipe ao divulgar

---

<sup>4</sup> Faz uma compilação do tema abordado na monografia apresentada em dezembro de 2016, ao Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

informações falsas a respeito do caso Genoa exibido em 25 de agosto de 2013; e o terceiro (*Boston*) retrata o atentado à Maratona de Boston e foi exibido em nove de novembro de 2014.

Para realizar o estudo de recepção, nos apropriamos do grupo focal como técnica, com a presença de seis participantes. O encontro aconteceu no dia 18 de outubro de 2016 e discutiu questões a respeito dos três episódios escolhidos da série *The Newsroom*. Os participantes eram estudantes a partir do segundo semestre dos cursos de Jornalismo e Administração da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), bem como graduados em Psicologia, Biblioteconomia e Técnico em Radiologia. Antes de falarmos sobre a execução do grupo focal e expor a interpretação dos participantes, vamos apresentar o referencial teórico que embasou a pesquisa, com ênfase em abordagens acerca do jornalismo (rotinas produtivas, função social) e estudos de recepção.

### **Jornalismo: Funções e Processualidades**

O jornalismo é uma profissão de grande importância para a sociedade, pois possui a função de informar e formar opinião através da transparência e da objetividade. Traquina (2005, p. 36) caracteriza como uma profissão cheia de cultura, pois “fornece um modo de ser/estar, um modo de agir, um modo de falar, e um modo de ver o mundo”. O autor ainda afirma que há uma ligação direta entre a profissão e a democracia, uma vez que seu papel é informar o público sem censura. O jornalismo está presente na vida das pessoas que, hoje, cada vez mais, querem ampliar conhecimentos e saber o que acontece no mundo.

Ao longo dos séculos, as pessoas (muitas delas, pelo menos) têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (ou uma forma pré-moderna do jornalismo) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, [...] talvez para se sentirem reassseguradas de que através dos vários produtos do jornalismo não estão a perder algo ou para serem fascinadas pelas alegrias ou tragédias da vida. (TRAQUINA, 2005, p. 20).

O autor destaca a temporalidade da profissão como um fator importante, pois “o jornalismo não é uma simples ocupação, um passatempo; é mais que um trabalho porque é uma vida” (TRAQUINA, 2005, p. 53). O profissional jornalista precisa se dedicar por inteiro às suas obrigações, porque não há horário para ser chamado e as coisas não avisam quando irão acontecer, elas simplesmente acontecem, é preciso estar disponível 24 horas por dia. A notícia é definida pelo que é novo e, assim, o tempo transforma o novo em velho, a novidade em

conhecimento. Para Travancas (1992, p. 34), “um repórter não tem hora definida para sair de uma redação ou terminar uma matéria. Não existe jornalismo com cartão de ponto ou horário rígido de saída”.

O jornalista exerce uma profissão que exige muito empenho e dedicação e que conforme pontua Travancas (1992), apesar do desgaste e da correria diária é também uma profissão gratificante devido sua responsabilidade social e relações que possibilita. De acordo com a autora, um repórter lida com pessoas de diferentes níveis sociais e econômicos e, por isso, “ele é colocado literalmente na rua e precisa estar preparado para este choque porque só se é jornalista com a prática. É ela que ensina a resolver os imprevistos e problemas que surgem, é com ela que se aprende e cresce na profissão”. (TRAVANCAS, 1992, p. 83). Mas qual seria essa responsabilidade social mencionada por Travancas? Buscamos a resposta em Rodrigo Alsina (2009, p. 47), para quem os jornalistas “têm um papel socialmente legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante”. É importante destacar que a construção dessa realidade por parte da mídia se forma através dos processos de produção, circulação e reconhecimento.

Os jornalistas não são simples observadores passivos mas participantes activos no processo de construção da realidade. E as notícias acontecem na conjuntura de acontecimentos e textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia (porque as notícias estão centradas no referente), a notícia também cria o acontecimento (porque é um produto elaborado que não pode deixar de reflectir diversos aspectos do próprio processo de produção). (TRAQUINA, 1999, p. 135).

É a política editorial que direciona os veículos de comunicação – tanto em termos de conteúdo, quanto de práticas comerciais e até mesmo de relacionamento com leitores. Ela indica valores, mostra paradigmas e influencia de forma muito direta na construção do produto da empresa. Guia o modo como cada texto será produzido, define os termos a serem utilizados e qual posição cada assunto terá na edição final. Para Molotch e Lester (1999, p. 34), “as notícias são o resultado da necessidade invariante de relatos do inobservado, desta capacidade de informar os outros, e o trabalho de produção daqueles que estão nos *media*”.

As notícias resultam, portanto, de uma série de negociações que configuram os chamados processos produtivos – desde a seleção da pauta, a produção, veiculação e circulação do material. Cabe ao jornalista buscar os fatos e ouvir todas as versões de um acontecimento para depois contá-lo de modo isento e livre de qualquer juízo de valor, em conformidade com a linha editorial. Soloski (1999) explica que as decisões da cobertura noticiosa estão sempre em

uma constante mudança. Isso se deve ao fato de que as escolhas precisam ser tomadas rapidamente e com pouco tempo para discussão. Neste contexto, os repórteres e os editores necessitam ter autonomia considerável na seleção e no processamento da notícia.

Há critérios que justificam o porquê de alguns fatos transformarem-se em notícias e outros não, que englobam interesse do público, o fator tempo (o caso deve ser recente, imediato), bem como os interesses do próprio veículo de comunicação. São os chamados critérios de noticiabilidade, que envolvem a percepção, seleção e transformação dos acontecimentos em produto jornalístico. Isso ocorre dentro das redações desde a reunião de pauta, escolha das fontes, apuração das informações, entrevistas, escrita do texto, até a notícia ser publicada ou veiculada. A noticiabilidade, portanto, se constitui através do conjunto de requisitos que são exigidos dos acontecimentos para adquirir a existência pública de notícias.

Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2001, p. 190).

A noticiabilidade, definida por Wolf (2001), é um conjunto de elementos que o órgão informativo controla para selecionar as notícias dentre os acontecimentos disponíveis, avaliando quais são suficientemente interessantes, significativos e relevantes. Para Erbolato (1991, p. 58), “não existe um critério fixo para escolher e selecionar uma notícia que venha ser bem aceita. Os critérios variam, conforme as empresas”. Elas também podem variar no tempo e no espaço geográfico.

Dito isso, podemos elencar os valores-notícia como componentes da noticiabilidade. Esses valores respondem à questão sobre quais acontecimentos são interessantes e relevantes para se transformarem em notícia. Eles fazem parte não só da seleção das notícias, mas também nas operações posteriores (WOLF, 2001). As notícias devem ser escolhidas rapidamente sem muito tempo para decisão. Por isso, diz Gans *apud* Wolf (2001, p. 197), “os critérios devem ser fácil e rapidamente aplicáveis, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão”.

Conforme Wolf (2001), podemos dividir os valores-notícia da seguinte forma: a) características substantivas das notícias (conteúdo): diz respeito ao acontecimento em se transformar em notícia; b) disponibilidade do material e aos critérios relativos (produto informativo): se refere ao conjunto dos processos de produção e realização; c) ao público: faz

referência à imagem que os jornalistas têm sobre os destinatários; d) a concorrência: trata das relações entre os veículos no mercado informativo.

É importante salientar que os valores-notícia são avaliados nas suas relações recíprocas. As notícias não são construídas individualmente, e sim por meio de escolhas e decisões, sendo que todas as etapas deste processo estão conectadas. Para Wolf (2001, p. 217), cada notícia “requer, por conseguinte, uma avaliação da disponibilidade e credibilidade das fontes, da importância ou do interesse do acontecimento e da sua actualidade, para além de uma avaliação dos critérios relativos ao produto, ao meio de comunicação e ao formato”.

Conforme apresentamos até aqui, as notícias são resultado de uma série de escolhas, critérios e acontecimentos. Vimos também que o jornalismo desempenha um importante papel na sociedade ao contribuir para que o telespectador esteja sempre bem informado e, também, seja capaz de definir e emitir opinião própria acerca do que assiste. E para avaliar o modo como o público percebe essas questões, vamos abordar os estudos de recepção – importante aporte teórico-metodológico deste estudo – e também o conceito de representação social, para entendermos como a “imagem” do jornalista é percebida pelo público.

### **A Recepção e a Representação Social**

De maneira geral, podemos afirmar que os estudos de recepção surgem com o propósito de extinguir a visão passiva e conformada mantida pelo receptor com relação aos meios de comunicação, passando a estudá-lo como sujeito ativo e importante no processo. De acordo com Sousa (1995, p. 26), “embora esse sujeito, teoricamente ainda não esteja configurado, sabe-se que ocupa um espaço contraditório, o da negociação e de produções de sentido na vida cotidiana”. Com relação a isso, o autor ressalta que

O receptor deixa de ser visto, mesmo empiricamente, como consumidor necessário de supérfluos culturais ou produto massificado apenas porque consome, mas resgata-se nele também um espaço de produção cultural; é um receptor em situações e condições, e por isso mesmo cada vez mais a comunicação busca na cultura as formas de compreendê-lo, empírica e teoricamente. Esse receptor é melhor percebido no mundo da cultura em produção, mais popular, em que a própria comunicação se encontra, daí surgindo novas chances para o encontro do sujeito. (SOUSA, 1995, p. 26-27).

Para Wolf (1994, p. 9), “toda a história da pesquisa em comunicação tem sido determinada de várias maneiras pela oscilação entre uma atitude que detecta [...] e questiona este poder

reconstruindo a complexidade das relações em que os meios atuam”. As primeiras pesquisas, segundo Jacks e Escosteguy (2005), que se preocuparam com as consequências da industrialização da cultura através da mídia e suas repercussões nos sujeitos e na sociedade são chamadas de teoria dos efeitos, iniciada nos Estados Unidos.

A teoria dos efeitos é baseada nos aspectos sociológicos. É fundamentada a partir da ideia de que a mídia possui influência limitada na sociedade, e alega que ela é apenas parte da vida social, assim como a igreja, a política e a escola, por exemplo. Neste processo, a mensagem percorre vários filtros de caráter social do indivíduo antes de ser captada por ele. É importante ressaltar que este modelo surgiu após a Teoria da Agulha Hipodérmica<sup>5</sup> e do Modelo de Lasswell<sup>6</sup>. Para Jacks e Escosteguy (2005, p. 26), “todos esses pontos de vista partem da ideia de que o efeito é consequência do estímulo comunicativo, e define-se em sua relação com opiniões e atitudes que incidem diretamente na conduta dos indivíduos”.

A trajetória brasileira da pesquisa ancorada na recepção surge de uma forma narrativa, sobretudo nos anos 1970 a 1990. Isso se deve ao fato de que na época a bibliografia sobre a prática de recepção midiática no contexto acadêmico era escassa. Jacks e Escosteguy (2005) expõem alguns acontecimentos que, de certa forma, contribuíram para o desenvolvimento dos estudos, tais como: a emergência da pesquisa de audiência, voltada para o mercado entre as décadas de 1950 e 1960, a consolidação do rádio como meio massivo e eficaz para estimular o consumo e o surgimento das primeiras emissoras de televisão.

Conforme Martín-Barbero (1995, p. 39), “a recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação. É um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação”. Ele parte da ideia de que uma pesquisa de recepção significa levar à explosão do modelo mecânico, que, apesar da era digital, continua sendo o modelo hegemônico dos estudos de comunicação. Esse modelo faz com que a informação chegue já construída, de um polo a outro. A recepção aqui é um ponto de chegada daquilo que já está concluído. Mudar o centro dos estudos para as mediações não quer dizer desconsiderar a importância dos meios, mas demonstrar que o que se passa na recepção diz respeito ao modo de vida derivado de um universo cultural próprio. É a produção de sentido dos sujeitos que interessa para o estudo de recepção. Entender como o receptor entende o conteúdo e a forma como ele é tocado pelos meios, produzindo diferentes sentidos, é fundamental para as pesquisas desta natureza.

---

<sup>5</sup> Modelo criado durante a Escola Norte-Americana, o qual diz que a informação atinge a todos da mesma forma. Enxerga um receptor passivo e sem reação.

<sup>6</sup> Inspirado na Agulha Hipodérmica, esse modelo foi criado pelo cientista político Harold Lasswell, o qual diz que os efeitos acontecem diretamente sobre o receptor.

Partimos, então, do olhar da recepção para compreender como o público percebe a representação social do jornalista na série analisada.

Não aprofundaremos aqui o conceito de representação social, no entanto, falaremos de forma breve sobre sua origem, que se deu a partir da Teoria das Representações Sociais, elaborada por Serge Moscovici, em 1961, na França, em referência ao pensamento de representação coletiva, elaborado por Émile Durkheim. Na época, o estudo foi realizado com base na psicanálise, tornando-o, assim, uma forma sociológica da psicologia social. Uma das principais características da teoria é entender a relação indivíduo-sociedade e como esta relação se constrói. Para Moscovici (2011, p. 40), “todas as interações humanas, surjam elas entre duas pessoas ou entre dois grupos, pressupõem representações. Na realidade, é isso que as caracteriza”.

Jovchelovitch (1997) defende que as representações sociais devem se concentrar nos processos de comunicação e de vida, os quais ela acredita que são os processos de mediações sociais – lugar onde as representações estão projetadas. “Todos revelam numa ou noutra medida a procura de sentido e significado que marca a existência humana no mundo. Assim, são as mediações, por isso são sociais – tanto na sua gênese como na sua forma de ser.” (JOVCHELOVITCH, 1997, p. 81). Desta forma, elas não possuem utilidade em um mundo de pessoas isoladas. Segundo a autora, se assim fosse, elas não existiriam.

As representações sociais são uma estratégia desenvolvida por atores sociais para enfrentar a diversidade e a mobilidade de um mundo que, embora pertença a todos, transcende a cada um individualmente. Nesse sentido, elas são um espaço potencial de fabricação comum, onde cada sujeito vai além de sua própria individualidade para entrar em domínio diferente, ainda que fundamentalmente relacionado: o domínio da vida em comum, o espaço público. (JOVCHELOVITCH, 1997, p. 81).

Os conceitos apresentados aqui a respeito dos estudos de recepção e representação social são importantes, pois fundamentam a execução do grupo focal, sobre o qual falaremos com mais propriedade adiante. A seguir, apresentaremos nosso objeto empírico de estudo e os episódios escolhidos para serem analisados.

## **The Newsroom**

A série norte-americana *The Newsroom* foi criada pelo roteirista e produtor, também norte-americano, Aaron Sorkin. O autor é conhecido pela produção de seriados que possuem como cenário bastidores de programas de televisão. Transmitida pela emissora HBO, *The*

*Newsroom* retrata a redação e os bastidores do canal a cabo ficcional ACN – *Atlantic Cable News* – através do principal telejornal, o *News Night*. A história acontece em torno do personagem protagonista, âncora e produtor do telejornal, William McAvoy, interpretado pelo ator americano Jeff Daniels, e a recém-contratada produtora executiva e ex-namorada de Will, Mackenzie McHale, vivida pela atriz inglesa Emily Mortimer.

No total de 25 episódios, a primeira temporada foi exibida entre junho e agosto de 2012, composta por dez episódios com uma média de 60 minutos cada. Com nove episódios, a segunda temporada foi exibida entre julho e setembro de 2013. Já a terceira e última temporada, foi ao ar com apenas seis episódios entre novembro e dezembro de 2014. A estreia nos Estados Unidos foi no dia 24 de junho de 2012 e no Brasil em cinco de agosto do mesmo ano pelo canal a cabo HBO Brasil.

### **O primeiro episódio escolhido: I'll Try to Fix You**

Com tempo de duração de uma hora, o quarto episódio da primeira temporada começa sob um clima festivo na redação do telejornal *News Night*, com uma celebração de ano novo no apartamento de William McAvoy. Enquanto Will e Mackenzie McHale começam mais uma discussão, a equipe comemora a chegada do próximo ano. Durante a festa, Will tem um frustrante envolvimento com a colunista de fofoca da TMI Magazine, Nina Howard, e no dia seguinte torna-se vítima dos tabloides, o que pode ameaçar sua credibilidade em uma investigação jornalística. O fato resulta em uma grande confusão na redação até que todos são surpreendidos com a notícia de que a Deputada do Arizona havia sido baleada em um evento na cidade de Tucson. Com isso, o caos se reestabelece e as apurações sobre o acontecimento começam, resultando em uma grande cobertura da equipe.

### **O segundo episódio escolhido: Red Team III**

Este é o sétimo episódio da segunda temporada da série. No total de 57 minutos, é abordado o desfecho do caso Genoa e as consequências a serem enfrentadas por toda a equipe do telejornal. Esse episódio aponta a situação mais temida por um veículo de comunicação: a de deixar ir ao ar uma matéria falsa, onde quase seis milhões de telespectadores assistiram a uma “armação” em torno de falsos depoimentos. Diante os fatos, Will cogita a possibilidade de pedir demissão, no entanto, Charlie (um dos proprietários da ACN) e Mack tentam impedi-lo. Basicamente, esse episódio nos remete a uma única questão: a reconquista da credibilidade.

Toda a equipe do *News Night* teve de admitir o erro, aceitar as críticas e reconquistar o telespectador. Após este caso, a redação se envolve com a cobertura das eleições.

### **O terceiro episódio escolhido: Boston**

No primeiro episódio da terceira temporada, Will e sua equipe ainda são “perseguidos” pelas consequências da operação Genoa. Com 52 minutos de duração, o episódio, como o próprio nome sugere, aborda as explosões na maratona de Boston, que ocorreram em 2013. Com receio de noticiar sem ter a certeza dos fatos, a ACN é o último canal a dar as notícias de última hora. Outra questão levantada nesse capítulo se refere às redes sociais e ao *Reddit* – comum nos Estados Unidos, é uma comunidade de fóruns onde os usuários podem votar no conteúdo – e, também, o fato de “pessoas comuns serem jornalistas” ao investigar e dar notícias. A história encerra quando Neal (escritor do blog do Will e aficionado pela internet) aparece com documentos secretos do governo americano sobre protestos no Oriente Médio, onde houve a morte de três americanos. Surgem então duas questões: ao estar bem preparada, a equipe poderia reportar e garantir uma matéria exclusiva do ano; contudo, armazenar documentos secretos é motivo de preocupação em arrumar problemas com a justiça americana. A partir disso, novas aventuras irão surgir.

### **A Percepção do Público Sobre os Jornalistas e Sobre o Jornalismo**

Para que fosse possível traçar o perfil de cada um, no dia do grupo focal os integrantes responderam a um questionário que auxiliou neste processo. Eles foram identificados pela representação da letra P, de participante, junto com a numeração de um a seis. A partir do questionário constatamos que a maioria possui o hábito de assistir a séries – apenas um respondeu que não – e, destes, cinco responderam a *Netflix* como plataforma. Tendo em vista que essa era uma questão na qual o grupo poderia marcar mais de uma alternativa, assistir no computador foi mencionado três vezes e o serviço de TV a cabo uma vez. Metade dos participantes sentiu-se atraído pela série e a outra metade não marcou esta alternativa. A maioria deles não conhecia *The Newsroom*; apenas um respondeu que sim. Nenhum dos participantes havia assistido aos três episódios anteriormente e todos responderam que assistiram apenas uma vez cada um deles, sendo que um participante informou que não concluiu o terceiro episódio. Na tabela, apresentamos informações individuais dos participantes.

Tabela 1 – Perfil dos Participantes

	<b>Sexo</b>	<b>Idade</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Profissão</b>
<b>P1</b>	Feminino	28	7º Semestre de Jornalismo	Estudante
<b>P2</b>	Feminino	38	Curso superior completo em Psicologia	Psicóloga
<b>P3</b>	Feminino	39	8º Semestre de Psicologia	Bibliotecária
<b>P4</b>	Masculino	20	6º Semestre de Administração	Auxiliar Administrativo
<b>P5</b>	Feminino	27	Curso técnico completo em Radiologia	Técnica em Radiologia
<b>P6</b>	Masculino	23	10 <sup>o</sup> * Semestre de Jornalismo	Assistente de Marketing

Fonte: produção própria.

\*O Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Unisc possui duração de nove semestres. Pelo fato de não cursar todas as disciplinas no semestre, o participante realiza a graduação em mais tempo.

A partir do planejamento realizado, o grupo focal teve início com uma discussão mais ampla acerca dos episódios, abordando questões sobre conhecimentos gerais referentes a eles. Ao perguntar sobre *qual a impressão passada pela série a partir dos episódios assistidos*, P1 disse que a série transmitiu uma realidade bem próxima por ser estudante de jornalismo. “Me imaginei dentro da redação, no meio da correria, da busca pela informação”. Em seguida, P2 ressaltou a transparência dos bastidores e a dinâmica “muito louca” do ambiente de trabalho. Já P3 disse que ficou em dúvida se na vida real o ritmo na redação é o mesmo ou diferente em algumas questões, referindo-se à rotina agitada dos jornalistas mostrada na série. Com base nas respostas de P1, P2 e P3 é possível perceber três opiniões distintas referentes a uma mesma questão. As falas dos participantes vão ao encontro do pensamento de Gatti, a qual diz que o grupo focal “permite fazer emergir uma multiplicidade de pontos de vista e processos emocionais, pelo próprio contexto de interação criado, permitindo a captação de significados que, com outros meios, poderiam ser difíceis de se manifestar” (GATTI, 2005, p. 9). Também podemos destacar como elementos que influenciam nas respostas e no modo de cada um ver e

interpretar os episódios, o repertório e a variedade na formação e na idade de cada participante.

Ao perguntar sobre *o que o jornalismo representa para a sociedade e qual a função da profissão*, houve um breve período de silêncio e os participantes reagiram com troca de olhares. Em seguida, P4 respondeu que a função do jornalismo é passar informação às pessoas que não possuem acesso. “Assistindo aos episódios a gente percebe o quanto é importante que a informação seja passada corretamente”, frisou. Para P2 é uma profissão “fundamental” e que assim como em qualquer outra, é preciso ter ética. “O que me leva a pensar o quanto podemos estar à mercê dessa profissão”. P3 acredita que a função é transmitir informações corretas, verdadeiras, não manipuladas e não tendenciosas. O participante concluiu a ideia ao dizer: “a impressão que tenho é que se o jornalista não está numa bancada de um grande telejornal não é dada tanta importância, as pessoas não veem o que está por trás. É como se a função fosse só ‘ler’ as notícias”. Ao assistir a série e discutir esta questão, o grupo refletiu sobre a importância da profissão dos jornalistas, percebendo a função social da mesma. Para Rodrigo Alsina (2009) a atividade jornalística desempenha um papel socialmente legitimado ao gerar construções relevantes da realidade. “[...] consideramos que informar a fundo é apresentar ao leitor todos os aspectos essenciais sobre um assunto, os porquês, os motivos e tantos ângulos do caso quanto seja possível” (ERBOLATO, 1991, p. 37). A série estudada traz isso à tona e os participantes perceberam, a partir da visão dos bastidores, a procura pela informação e pelas fontes, os processos percorridos durante a produção das notícias e, sobretudo, os cuidados que se tem com aquilo que está sendo divulgado e a importância da apuração de cada informação.

A mediadora explicou aos participantes o que são critérios de noticiabilidade – determinantes na construção das notícias; ditam o que um fato precisa ter para ser apurado e publicado/veiculado como tal. Assim, foi questionado se eles conseguiram perceber *uma preocupação com a seleção das notícias*. Os participantes permaneceram em silêncio por um período e depois, quase que em sussurros, responderam que sim. Todos concordaram que a série se preocupou em mostrar os critérios e em selecionar os acontecimentos. Essas questões aparecem durante os três episódios selecionados através das reuniões de pauta, contudo, podemos ressaltar o E2 que apresenta o caso Genoa. Por tratar de um assunto delicado, que envolve o Governo Americano, essa pauta foi escolhida com cuidado e a forma em que ela seria tratada também. Fica claro a preocupação da equipe em transmitir a informação com cautela e, mesmo assim, conforme o episódio se desenvolve, percebemos o erro cometido pela imprensa e pelo mau comportamento de um membro da equipe.

A partir dessas questões, foi perguntado como *perceberam a função social do jornalismo*. P1, acadêmico de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, manifestou-se ao dizer: “a gente é importante”. Após, P4 acrescentou: “mesmo não sendo valorizada sempre foi importante”. P5 considera que, além de ser importante, o profissional ainda tem muito que conquistar, pois o mercado é bem competitivo. “Mesmo as pessoas não se dando conta, sempre vamos precisar de um jornalista para saber das coisas”. P6 acredita na ideia de que essa questão do jornalista ser isento e de informar somente aquilo que está acontecendo é uma “bobagem”. A função, segundo ele, é informar e educar as pessoas, porque é no cotidiano que elas aprendem, e, também, apresentar pautas que contextualizem a vida delas e não fazer “500 notícias sobre a mesma coisa”.

Enquanto o jornalista não se assumir como formador de opinião, e sim como um relator do que está acontecendo e enquanto a sociedade não cobrar isso as coisas não vão mudar. Hoje as pessoas têm acesso a muita informação sob diversas formas, a questão é entender até que ponto tudo isso afeta na tua vida, e é aí que entra o papel do formador e não um informante alucinado. (GRUPO FOCAL, 2016, gravação em vídeo).

Posteriormente, foi questionado *como a profissão era percebida antes de assistir aos episódios*. “Para mim, jornalista eram as pessoas que apresentavam os telejornais e que o restante da equipe não precisava ser da área”, respondeu P4. P5 disse que imaginava um envolvimento grande por trás das notícias, o fato de estar sempre correndo em busca da informação, a concorrência do mercado de trabalho. Já P3 relatou que já tinha certo conhecimento sobre a profissão por ter amigos jornalistas. Então, a mediadora quis saber se, após assistir, *mudou alguma coisa*. Prontamente todos os participantes relataram que após assistir aos episódios a opinião mudou bastante, seja para dar uma nova ideia da profissão ou para acrescentar e aprofundar outras características a respeito. Com base nas respostas, compreendemos que apesar de cada participante possuir e demonstrar sua opinião, em determinados momentos eles são capazes de chegar a um acordo comum sobre determinado assunto. Quanto a isso, Gatti (2005, p. 69) diz que o grupo focal pode trazer alguns “benefícios aos participantes, como a oportunidade de ampliar suas perspectivas em contato com pessoas que não são de seu círculo mais próximo de relações, de se envolver em processos de decisão, de se inteirar de informações e de interagir com pesquisadores”.

A partir da discussão realizada no grupo focal, percebemos que os participantes gostaram de *The Newroom* e entendem que o jornalismo possui uma função social, a qual vai muito além de apenas informar com base nas características apresentadas anteriormente. Identificaram que por trás de toda a notícia que chega até eles diariamente, existem questões a serem

enfrentadas a todo instante dentro das redações. Também foi possível entender como o jornalista é visto pelos participantes, um profissional sério, comprometido, ágil e que vive cercado de muita cobrança. Além disso, compreendemos que o grupo focal contribuiu para que os integrantes se sentissem a vontade e, desta forma, expusessem suas interpretações a respeito dos episódios e fizessem com que a análise deste estudo se tornasse possível.

### **Considerações Finais**

Falamos sobre o jornalismo, uma profissão importante para a sociedade e que possui a função de levar informação correta, séria e verdadeira a todas as pessoas sem qualquer pretensão, além de permitir com que o público possa tomar partido próprio. Revelamos a pressão e a adrenalina presentes na rotina de uma redação de telejornal e expusemos algo íntimo deste profissional, os bastidores da notícia, e que para a grande maioria dos telespectadores é desconhecida. Cada pessoa possui maneiras diferentes de reagir diante das circunstâncias que acontecem e se apresentam no meio em que estão inseridas. Por essa razão, cada participante do grupo focal interpretou os episódios de um modo particular e, assim, escolheu o que despertou mais interesse.

É importante destacar que, dentre outros fatores, as experiências de vida, o contexto social, os relacionamentos, a formação intelectual e os aspectos culturais são elementos constitutivos da formação pessoal de cada indivíduo, os quais diferenciam um sujeito do outro. Evidentemente, tais elementos influenciam no modo como cada um percebe e interpreta as informações que consome. Nesta pesquisa, identificamos que, assim como acontece em uma roda de conversa entre amigos, por exemplo, uma mensagem pode ganhar novos significados quando compartilhada e discutida com mais pessoas – ou seja, a opinião individual contribui para a construção da realidade como um todo.

Durante a realização do grupo focal, foi possível concluir que os participantes possuem noção do que é o jornalismo e sabem que ele possui uma função social. Alguns relatos sobre informar com responsabilidade o público e ouvir todos os lados da história para que a informação seja transmitida de forma correta apareceram durante a discussão. O jornalismo também foi caracterizado por um dos participantes como atividade que passa informações não manipuladas e não tendenciosas a pessoas que não possuem acesso direto aos acontecimentos. Um fator importante para destacar é que nenhum dos participantes havia assistido aos três episódios escolhidos da série anteriormente. Desta forma, tudo para eles soava como novidade e descoberta. É importante também salientar que a pesquisa, assim como o jornalismo, não se

faz sozinho e que, apesar da complexidade, a riqueza de resultados compensa, não somente no que tange aos dados levantados, mas para a própria pesquisadora. Isso porque na faculdade aprendemos a fazer, estamos sempre nos bastidores, mas não sabemos o que as pessoas acham disso tudo. E o grupo focal permitiu entender um pouco deste outro lado (do telespectador).

## Referências

- ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. 5. ed., rev. e aum. São Paulo: Ática, 1991. 256 p. (Série Fundamentos ; 66) ISBN 85-08-03799-6
- GATTI, Bernardete A. *Grupo focal na pesquisa em ciências sociais e humanas*. Brasília: Líber Livro, 2005. 77 p. (Série Pesquisa ; v. 10) ISBN 85-98843-11-3
- JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker, 2005. 126 p. (Comunicação) ISBN 85-86179-46-9
- JOVCHELOVITCH, Sandra. *Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e Representações Sociais*. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; JOVCHELOVITCH, Sandra (Org.). *Textos em representações sociais*. 3. ed Petrópolis: Vozes, 1997. 323 p ISBN 85-326-1297-0. p. 63 a 110
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: SOUSA, Mauro Wilton. de (Org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.p. 39-66
- MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. *As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos*. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. 360 p. (Coleção comunicação & linguagem) ISBN 972-699-405-5. p. 34 a 51
- MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. 404 p. (Coleção psicologia social) ISBN 978-85-326-2896-1
- RODRIGO ALSINA, Miquel. *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes, 2009. 351 p. (Coleção Clássicos da Comunicação Social.) ISBN 978-85-326-3797-0
- SOLOSKI, John. *O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico*. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. 2. Ed. Lisboa: Vega, 1999. 360 p. (Coleção comunicação & linguagem) ISBN 972-699-405-5
- SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. 231 p. ISBN 85-11-27010-8
- TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. 360 p. (Coleção comunicação & linguagem) ISBN 972-699-405-5
- \_\_\_\_\_. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2005. 2 v
- TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, c1992. 114 p. (Novas buscas em comunicação ; v. 43) ISBN 85-323-0413-3
- THE NEWSROOM. Disponível em: <<http://www.hbogo.com.br/seriesOverview/the-newsroom-504935633/2/>> Acesso em: 12 abr. 2016
- \_\_\_\_\_. Disponível em: <<http://jornalismojunior.com.br/sala33/the-newsroom-quando-um-seriado-quer-ensinar-a-fazer-noticia/>> Acesso em: 28 abr. 2016
- WOLF, Mauro. *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, Ediciones Piados, 1994
- \_\_\_\_\_. *Teorias da comunicação*. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001. 271 p. ISBN 972-23-1440-8