



Os constrangimentos organizacionais da prática jornalística exemplificados no filme “O Informante”¹

Rosana Alves de OLIVEIRA²

Ulisflávio Oliveira EVANGELISTA³

Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto Araguaia, MT

Resumo

As discussões apresentadas neste *paper* buscam construir reflexões sobre a representação do produtor de TV no filme “O Informante” (Direção de Michel Mann. *Touchstone Pictures*, 1999), em duas situações: (a) na relação profissional com a fonte; (b) nos conflitos estabelecidos diante do controle editorial nos bastidores da rede de televisão americana CBS, que exemplificam os constrangimentos organizacionais aos quais os jornalistas são submetidos. A discussão é embasada nos pressupostos teóricos formulados pelo pesquisador Warren-Breed, que sustentam a Teoria Organizacional, segundo a qual as notícias são como são porque as empresas e organizações assim as determinam.

Palavras-chave: jornalismo; o informante; teoria organizacional.

Recorte analítico

A representação do profissional da mídia não é novidade nos *scripts* cinematográficos. No cinema, várias obras têm como narrativa central o jornalista ou a rotina deste profissional. Podemos destacar: “Correspondente Estrangeiro” (1940), “Cidadão Kane” (1941), “A montanha dos setes abutres” (1951), “Todos os homens do presidente” (1976), “Boa noite e boa sorte” (2005) entre outros. A proposta deste estudo centraliza-se na análise da obra cinematográfica “O Informante” (1999), com enfoque nos constrangimentos organizacionais presentes no roteiro e discutidos a partir da Teoria Organizacional de Warren-Breed. O enredo de “O informante” aborda duas relações tensas e dramáticas: a primeira entre Lowell Bergman (Al Pacino) produtor do programa “60 minutos” da CBS (*Columbia Broadcasting System*) e Jeffrey Wigand (Russel Crowe), ex-executivo da Brown & Williamson (empresa de tabaco) e a segunda entre o mesmo produtor com os editores e advogados da emissora CBS para assegurar a

¹ Trabalho apresentado no DT 01 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Mestre em Educação pela UnB. Professora Assistente do Departamento de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso- Campus Alto Araguaia. email: rosana.alves@unemat.br

³ Mestre em Estudos de Linguagens pela UFMS. Professor Assistente do Departamento de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso- Campus Alto Araguaia. email: ulis.flavio@hotmail.com



exibição do conteúdo noticioso da forma como fora planejada, ou seja, com a entrevista integral da fonte - “o informante” - Jeffrey Wigand.

O recorte analítico se dá em duas situações:

- a) A representação do produtor de TV no filme e sua relação com a fonte, utilizando os conceitos dos manuais de telejornalismo;
- b) O conflito estabelecido nos bastidores editoriais do programa “60 Minutos” para a exibição da entrevista com a fonte utilizando os preceitos da Teoria Organizacional.

O filme é baseado em fatos reais e conta a história de um ex-executivo da indústria Brown & Williamson, que em entrevista ao programa “60 Minutos” revela que os principais dirigentes das empresas de tabaco conheciam os efeitos viciantes da nicotina e de outros produtos químicos utilizados para aumentar e acelerar tal efeito e também que estas combinações ofereciam enorme risco à saúde pública. Com medo de um processo litigioso da indústria a emissora CBS resolve, num primeiro momento, não transmitir a entrevista.

A representação do produtor do noticioso “60 minutos” e sua relação com a fonte

Antes de explorar a representação do produtor na obra “O Informate”, devemos antes conhecer melhor as funções do jornalista na mídia televisiva. O trabalho em televisão lembra o das linhas de montagem das fábricas, em que cada operário é responsável por uma etapa de produção. Antes de o repórter gravar uma entrevista é necessária a função da produção e do produtor. A produção é a primeira parte da reportagem, significa tornar viável a sugestão de produzir uma reportagem. Segundo Luciane Bacellar (2005, p. 51), “antes de um repórter sair para uma externa, a produção checa a relevância do tema, os dados, os fatos e as fontes a fim de justificar uma reportagem”. A função é essencial para o primeiro passo da construção noticiosa, isto é, a pauta. A pauta contém as informações necessárias para o trabalho de campo do repórter e quem produz a pauta é o produtor.

O produtor deve, obrigatoriamente, apresentar algumas características que são essenciais na execução do seu trabalho. Este profissional deve sempre procurar algo, o diferente, ser curioso e contestador. Ele deve ser incansável e bem informado. Precisa



ter uma visão sobre o que desperta interesse e saber fazer repercutir os acontecimentos. É necessário agilidade e tato com as pessoas, isto é, suas fontes (NETO, 2008).

Embora tenha um papel essencial, o produtor ainda enfrenta alguns preconceitos, conforme atesta Rodrigues (2005):

A missão de preparar o terreno para repórteres, cinegrafistas e editores deixa o produtor quase sempre distante ou ausente do momento final do processo – o fechamento e a exibição da matéria. Distância e ausência que certamente acabam facilitando o esquecimento ou a subestimação do seu papel (RODRIGUES, 2005, p. 81).

O crítico nos apresenta um panorama com menos prestígio e mais próximo da realidade do produtor no telejornalismo brasileiro, fazendo oposição ao personagem de Lowell Bergman, do filme “O Informante”, recorte analítico deste *paper*:

Produtor, no telejornalismo brasileiro, é um jornalista que tem muita responsabilidade, pouco prestígio e salário baixo. Não há, no cotidiano deste profissional, sequer um vestígio do poder, do saldo bancário e da mística que aprendemos a admirar em *producers* que conhecemos através de Hollywood, como o personagem vivido por Al Pacino no filme “O Informante” (*The insider*), a competente reconstituição da manipulação de informações promovida pela indústria do tabaco para esconder do público os danos do cigarro à saúde. No filme, o produtor vivido por Al Pacino é tudo o que seus homônimos brasileiros não são: rico e pleno de autonomia para decidir sobre os rumores da reportagem e o conteúdo final da edição (RODRIGUES, 2005, p. 79).

Conforme apresentado por Rodrigues (2005), no filme “O Informante” (1999), Lowell Bergman – personagem de Al Pacino – é o produtor do programa de entrevista de maior credibilidade e prestígio da TV Americana CBS, o “60 Minutos”. O personagem apresenta as características natas de um bom produtor: é curioso, contestador, crítico e insistente. Ele tem faro para ótimas histórias. Este perfil foi essencial para contatar Jeffrey Wigand, um ex-executivo da indústria de tabaco – Brown & Williamson, uma fonte fundamental para sua história.

Segundo Neto (2008), as fontes podem ser divididas em oficiais, não-oficiais ou primárias e secundárias. As fontes oficiais são aquelas que representam o poder público e as não-oficiais são as que não mantêm relação com o poder constituído. As fontes primárias são aquelas que serão entrevistadas e as secundárias são as que passam informações, mas não serão entrevistadas. Na história, Wigand se apresenta como uma fonte primária, pois o seu depoimento é essencial para o produtor Bergman no noticioso



“60 Minutos” da CBS e também se trata de uma fonte não-oficial pois não mantém uma relação direta com o poder constituído.

O início da narrativa apresenta Wigand, um ex-executivo recém demitido da empresa Brown & Williamson, que é obrigado a assinar um acordo de confidencialidade que o impede de revelar segredos do seu trabalho, e por consequência, os riscos à saúde pública – sob pena de processo e litígio. Em troca, receberia uma indenização por um determinado período, fundamental para a manutenção da sua vida financeira, em especial, para o pagamento das parcelas da hipoteca da casa e as prestações dos carros e também do convênio médico, extremamente relevante para assegurar os cuidados à filha que sofre com crises de asma.

Ao longo do filme são reveladas ao espectador algumas das características essenciais de um produtor de um programa noticioso, sobretudo a curiosidade, insistência e argumentos para obter boas entrevistas e histórias. Além disso, esta produção ilustra o papel do produtor na orientação e suporte ao repórter numa reportagem televisiva, conforme demonstra Curado (2002):

O produtor de telejornalismo, no pior entendimento da função, é a “babá” do repórter. Fica nas mãos da produção realizar as marcações – isto é, encontrar os entrevistados, fazer o levantamento das imagens, visualizar a matéria antes que a equipe vá para a rua (CURADO, 2002, p. 44).

Olga Curado explana ainda sobre o papel vital do produtor na concretização de uma reportagem, não apenas em amparar o repórter com as informações da pauta. Em especial, a autora destaca a função que o produtor exerce na imprensa europeia e estadunidense, que é a referência na narrativa fílmica da obra analisada, “O Informante”:

Na Europa e nos Estados Unidos o produtor é a espinha dorsal do telejornalismo. Diferente do repórter que aparece no vídeo, o produtor trabalha nos bastidores tornando a reportagem concreta. Inúmeros programas são realizados sem a presença de repórteres de vídeo, mas com produtores. Nas empresas europeias, essa é uma prática bastante comum (CURADO, 2002, p. 44).

Como exemplo, logo no início do filme, os argumentos convincentes de Bergman foram essenciais para que o xeique Fadlallh concedesse uma entrevista ao

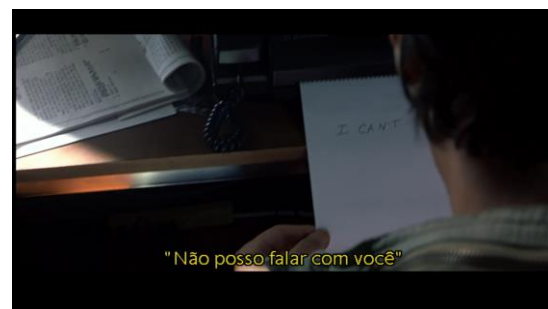
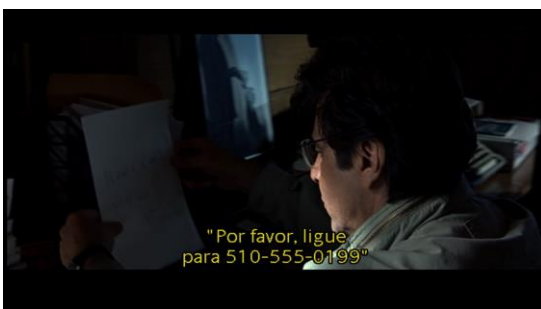
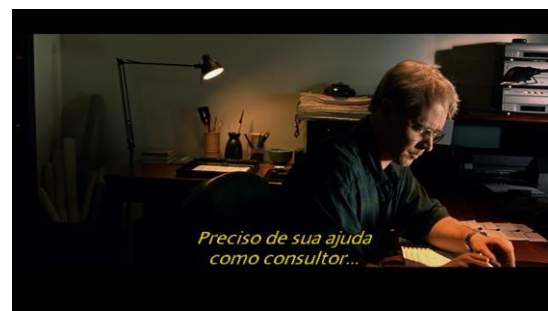


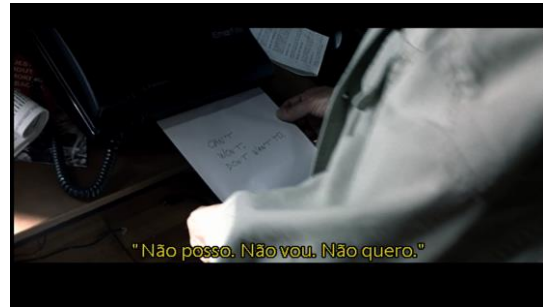
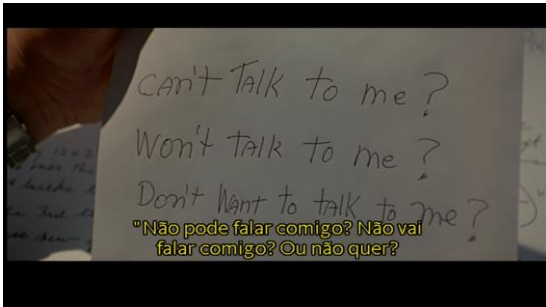
programa “60 Minutos”. Quando indagado pelo xeique sobre “porque ele deveria dar uma entrevista à mídia americana pró-zionista” Bergman responde: “Porque acho que o Hezbollah está tentando expandir-se em um partido político, e deveria se importar com o que os americanos pensam de você. E na América, neste momento, Hezbollah não tem um rosto. É por isso”.



Figura 1: Fonte questiona o produtor

O contato de Bergman com “o informante” não foi fácil. A primeira tentativa foi frustrada. Com insistência, mesmo após várias recusas telefônicas e por fax, o produtor se mantém firme no propósito de estabelecer um contato com o ex-executivo, prevendo que ali poderia render uma boa história. Sua obstinação pode ser comprovada nas sequências das figuras de 2 a 7.





Figuras 2, 3, 4, 5, 6 e 7: – Insistência do produtor em marcar encontro com Wigand, o informante

Além da insistência, é importante destacar a discrição e o anonimato do produtor:

O que confunde os leigos é o seu anonimato. Não que os produtores sejam, necessariamente, um contingente exemplar de profissionais abnegados, humildes e desprovidos de qualquer vaidade. Não é bem assim. É a natureza do trabalho que determina o seu anonimato. Esta natureza é tão decisiva quanto a que desaconselha o cinegrafista de ficar aparecendo na cena que registra com a sua câmera (RODRIGUES, 2005, p. 84).

Sabendo do medo de Wigand em estabelecer relações com um produtor televisivo, Bergman utiliza do tato e marca um encontro num hotel às cegas, revelando apenas características para que a fonte possa identificá-lo: “Se quiser me conhecer, estarei na recepção do Hotel Seelbach, em Louisville, lendo o New York Times amanhã as 5h00”. O propósito do encontro era apresentar um dossiê que Bergman recebera anteriormente no anonimato. O cientista da indústria de tabaco deixa claro até onde ele pode ajudar o produtor sem se comprometer com o acordo de confidencialidade assinado em favor da empresa Brown & Williamson.

Outro aspecto fundamental na rotina do produtor na relação com a fonte é a confiança. Embora Bergman tenha assegurado sigilo à Wigand, no primeiro encontro no hotel, o ex-executivo é chamado para uma reunião com o presidente da empresa de tabaco, Thomas Sandefur para novos adendos contratuais. Neste encontro, Wigand é “lembrado” do seu acordo de confidencialidade. O teor da conversa – nada amistoso – é carregado de ameaças. Imediatamente após sair da reunião, “o informante” liga para o produtor do “60 Minutos”, acusando-o de ter quebrado a relação de confiança e a promessa de sigilo, o que quase pôs em cheque o relacionamento com a fonte. Com o intuito de assegurar sua palavra, Bergman vai até a casa de Wigand e consegue reverter



à situação, estabelecendo uma confiança ainda mais forte com a fonte, “quando falo em confidencial, fica confidencial” assegura o produtor.



Figura 8: Reestabelecendo a confiança entre produtor e fonte

O faro jornalístico de Bergman e seus argumentos de relevância social do segredo, somado às constantes ameaças e assédios fizeram com que Wigand tomasse uma importante decisão: falar publicamente. O ex-executivo da Brown & Williamson revelaria o que sabia no noticioso “60 Minutos”, portanto, Bergman conseguiu cumprir o seu trabalho. Antes da entrevista, o produtor – demonstrando uma empatia afável com a fonte - alerta sobre os riscos e implicações desta decisão. A empresa de tabaco usaria todos os meios e recursos para difamar “o informante”, reviraria o seu passado – com o intuito de tirar a credibilidade de seu depoimento no noticioso, mudaria por completo sua vida e suas relações.



Figura 9: O produtor alerta a fonte sobre os riscos de se pronunciar no “60 Minutos”

Ciente dos efeitos e implicações, Wigand mantém a sua decisão de falar, isto é, descumprir o acordo de confidencialidade e, por consequência, de enfrentar a poderosa empresa do tabaco. Numa tentativa de evitar o descumprimento do acordo de confidencialidade, Bergman propõe que sua fonte deponha no tribunal de Mississippi (fora da lei de Kentucky). A ideia é que o testemunho – enquanto registro público – evite as sanções e o processo litigioso.

O jornalismo produz notícia ou faz negócio? Discussões a partir da Teoria Organizacional

O produtor de TV Lowell Bergman era conceituado e respeitado profissionalmente, e na função que exercia recebia dentro da empresa o *status* de estrela, dando a entender que, “com um ‘estatuto’ de ‘estrela’ pode[ria] mais facilmente transgredir a política editorial” (TRAQUINA, 2012, p.157). Porém, mesmo nessa categoria, após 14 anos de serviços prestados à rede de televisão CBS – pressupondo então que já estivesse moldado a partir do manual de estilo da empresa – vê-se diante de uma situação na qual seu compromisso com a verdade é posto em causa aos interesses políticos e econômicos da instituição.



Figura 10: O apresentador Mike Wallace busca reafirmar a função do jornalista na produção da notícia.

O dilema enfrentado por Bergman simboliza o conflito de interesses que o jornalista vivencia em seu dia-a-dia: servir ao interesse público ou aos interesses de ordem econômica da organização. Encontrar o equilíbrio para essa questão é o embate a ser enfrentado. Embate esse, quase sempre perdido, uma vez que a notícia, matéria



prima a ser produzida ganha a função de mercadoria no mundo dos negócios, do qual o jornalismo também faz parte.

Como bem pontuado por Traquina (2012, p.158): “o jornalismo também é negócio”, e tal “dimensão econômica enfatiza a percepção da notícia como um produto que deve ser inserido na relação existente entre o produtor e o cliente e satisfazer as exigências do cliente” (2012, p.160). Declaração que encontra complemento em Pena (2005):

O jornalismo é um negócio. E, como tal, busca o lucro. Por isso, a organização está fundamentalmente voltada para o balanço contábil. As receitas devem superar as despesas. [...] Então, qual será o setor mais importante de uma empresa jornalística? Fácil é o comercial. Esse setor é responsável pela captação de anúncios para sustentar o jornal. E eles interferem diretamente na produção das notícias (PENA, 2005, p. 135 e 136).

Como no caso do produtor do filme “O Informante”, que se encontra diante de uma relação na qual a empresa jornalística diverge de seu compromisso com a notícia. Também nas redações de outros veículos de comunicação, dia após dia acontecem situações nas quais a resposta à pergunta que norteia os pressupostos das teorias do jornalismo vem a ser: *as notícias são como são, porque as empresas e organizações assim as determinam*. Resposta essa sustentada a partir das premissas da Teoria Organizacional do Jornalismo. Adaptada da Administração e da Psicologia, a Teoria Organizacional tem como seu precursor no campo do jornalismo o sociólogo norte-americano Warren-Breed. Além de pesquisador, Breed conheceu na prática o mundo do jornalismo. Como profissional da área, trabalhou em um dos jornais da *Hearst Corporation*⁴, sugerindo que venha daí muitas das conjecturas que influenciaram nos estudos que resultaram na formulação da Teoria Organizacional para o jornalismo (SERRA, 2004).

Contemporânea da Teoria do Gatekeeper, formulada em 1950, a Teoria Organizacional data a partir da publicação do artigo “Controle social da redação: uma análise funcional” publicada por Warren-Breed na revista *Forças Sociais*, em 1955. As ideias apresentadas pelo autor para pensar a notícia saem do âmbito individual, ou seja, do *gatekeeper*, enquanto o selecionador do que será noticiado, e passa para o âmbito da organização jornalística, colocando esta como a que determina o que será ou não

⁴ *Hearst Corporation*: grupo de mídia americana fundada em 1887 pelo empresário William Randolph Hearst.



notícia. Desta forma, os fatos que passarão pelo portal são selecionados não pelo jornalista a partir de seus valores individuais como pressuposto pela Teoria do Gatekeeper, e sim pelos valores das normas editoriais/organizacionais.

As conjecturas básicas lançadas por Breed para a formulação da Teoria Organizacional são assim sintetizadas por Traquina (2012):

Essa teoria alarga a perspectiva teórica – do âmbito individual a um nível mais vasto, a organização jornalística. [...] Assim, na Teoria Organizacional, a ênfase está no processo de socialização organizacional em que é sublinhada a importância de uma cultura organizacional, e não uma cultura profissional (TRAQUINA, 2012, p.152 e 153).

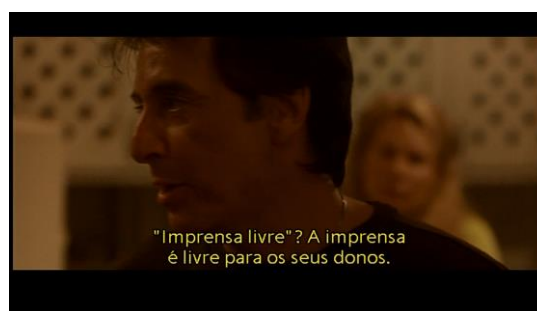
A adaptação às regras organizacionais, segundo Breed, não acontece por imposição. O processo, como aponta o teórico, é bem mais simples e dá-se por uma interiorização natural, algo que metaforicamente pode ser considerado como uma osmose:

Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades (BREED, 1995, p.155 *apud* BROTTTO, 2012, p.02).

Sob tal ponto de vista, o jornalista como conhecedor das regras organizacionais é moldado de modo a se conformar com toda a estrutura da cadeia empresarial. E para que aconteça essa “aprendizagem a política editorial” Breed destaca seis elementos: (a) autoridade institucional cristalizada pelas sanções; (b) obrigação e estima para com os seus superiores; (c) aspiração de mobilidade; (d) ausência de um grupo de lealdade e conflito; (e) prazer na atividade e (f) notícia como valor (TRAQUINA, 2012; PENA, 2005).

Desta forma, a adequação do jornalista à política do veículo é vista, não propriamente como uma norma, mas se dá para conquistar recompensas, como por exemplo: maior liberdade; emplacar uma capa; obter maior prestígio; entre outros ganhos. Assim serão evitadas as punições, que advém de tensões que se estabelecem no ambiente organizacional, por irem na maioria das vezes contra os interesses econômicos

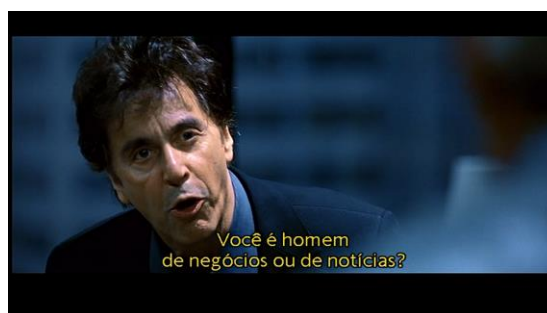
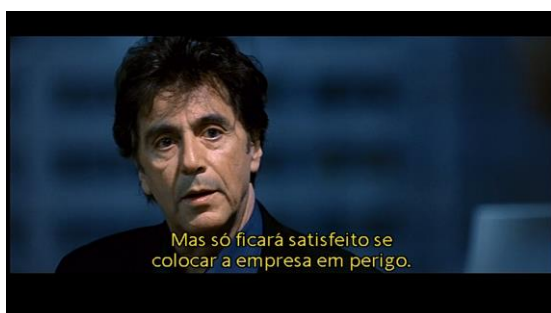
da empresa. Neste contexto, *recompensas* e *punições* são as balizas que sustentam a prática jornalística na visão da Teoria Organizacional.



Figuras 11 e 12: O produtor de TV desabafa com a esposa sobre o jogo de interesse das organizações jornalísticas.

No filme “O Informante”, o jornalista Lowell Bergman sente os impactos da autoridade da organização refletindo em sua prática. Prestando serviços há mais de uma década para a mesma emissora (CBS) o produtor do programa “60 minutos” já era reconhecido com *status* de estrela, pois o trabalho desenvolvido em parceria com o apresentador Mike Wallace, interpretado por Christopher Plummer, rendia boa audiência e prestígio junto ao público e à rede de televisão.

Demonstrando seriedade, compromisso com a verdade e princípios éticos, o produtor ascendeu na carreira, porém, no momento que “infringiu” a norma maior da corporação (pondo em risco a economia da empresa) recebeu a punição.



Figuras 13 e 14: Bergman desafia a autoridade da organização.

Realizando uma apuração minuciosa e conquistando a fonte, Bergman acredita ter como sólido e confiável o amparo da CBS e de seu companheiro de trabalho, o apresentador Mike Wallace. No entanto, essa parceria se desfaz diante das pressões que surgem impulsionadas pelo risco da emissora perder um bilionário contrato, mas, contudo, a emissora não admite para o profissional que o fator econômico é a justificativa para coibir o seu trabalho.



Figuras 15 e 16: O apresentador e parceiro de trabalho, Mike Wallace recua diante das pressões.

Pressionado a ceder e editar a entrevista a favor da empresa de tabaco, o produtor de TV não recua. Seu compromisso com o jornalismo isento não se corrompe diante da proposta de transformar a notícia em mercadoria. As informações obtidas com sua fonte não ganham para o jornalista um valor mercadológico. E mesmo sendo um notável profissional é fortemente coagido pela gerência e até mesmo pelo setor jurídico da empresa, em uma clara demonstração da força do controle editorial.



Figuras 17, 18, 19 e 20: O produtor Lowell Bergan recebe pressões para editar a entrevista em um claro exemplo de constrangimento organizacional.

Como exemplificado na trama do “O Informante”, as notícias, como assegurado pela Teoria Organizacional, são resultados de processos de interação social que se dão no ambiente da organização, que revela sua força por meio da hierarquia, e não propriamente de um manual de redação, mas, no melhor estilo: *manda quem pode, obedece quem tem juízo*:

Assim, segundo a *teoria organizacional*, as notícias são o resultado de processo de interação social que tem lugar dentro da empresa



jornalística. O jornalista sabe que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos e os seus assistentes tem certos poderes e meios de controle. O jornalista tem que se antecipar às expectativas dos seus superiores para evitar os retoques dos seus textos [...] e as reprimendas – dois meios que fazem parte do sistema de controle, e que podem ter efeitos sobre a manutenção ou não do seu lugar, a escolha das suas tarefas, e a sua promoção – quer dizer, nada menos do que a sua carreira profissional (TRAQUINA, 2012, p. 157 e 158).

O produtor da CBS, Lowell Bergan não aceitou ter seu trabalho determinado por seus superiores hierárquicos e como resultado colocou na boca do lobo sua carreira profissional, em uma clara convicção de que para ele jornalismo produz notícia e não negócio.

Referências bibliográficas

- BACELLAR, Luciane e BISTANE, Luciana. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2005.
- BROTTO, Victória Alves de Abreu Mancuso. **Quando o jornalista precisa ser controlado**: um breve estudo sobre as teorias organizacional e transorganizacional e suas interações. BOOC Biblioteca on line de Ciências da Comunicação, 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/brotto-victoria-quando-o-jornalista-precisa-ser-controlado.pdf>. Acesso em 20 abr. 2015.
- CURADO, Olga. **A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.
- NETO, João Elias da Cruz Neto. **Reportagem de Televisão: Como produzir, executar e editar**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- RODRIGUES, Ernesto. **No próximo bloco... O jornalismo brasileiro na TV e na Internet**. São Paulo: Loyola, 2005.
- SERRA, Sonia. **Relendo o “gatekeeper”**: notas sobre condicionantes do jornalismo. Contemporânea, vol. 2, no 1 p 93-113 jan-jun 2004 Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/3431/2499>. Acesso em 20 abr. 2015.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são**. Florianópolis: Insular 3. Ed, 2012.

Filmografia

- “**A montanha dos sete abutres**”. Direção de Billy Wilder. 1951. DVD.
- “**Boa noite, e boa sorte**”. Direção de George Clonney. 2005. DVD.
- “**Cidadão Kane**”. Direção de Orson Wells. Warner Bros. Entreteniment, 1941. DVD.



“Corresponde Estrangeiro”. Direção e Produção de Alfred Hitchcock, 1940. DVD.

“O Informante”. Direção de Michel Mann. Touchstone Pictures, 1999. DVD.

“Todos os homens do presidente”. Direção de Alan J. Pakula. Warner Bros. Entertainment, 1976. DVD.