

## Nós podemos fazer melhor? O telejornalismo em sua teoria x o idealismo da série *The Newsroom*<sup>1</sup>

Laura Monteiro Lewer MOREIRA<sup>2</sup>

Renata Venise Vargas PEREIRA<sup>3</sup>

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### RESUMO

O presente trabalho aborda o telejornalismo e sua representação na ficção, com análise específica da série norte-americana *The Newsroom*, lançada em 2012 pela emissora *Home Box Office* (HBO). Para se chegar a esse objetivo, levantaram-se conceitos teóricos como o poder de envolvimento da televisão, gêneros e formatos com foco na serialidade e no telejornalismo, ética e outras questões fundamentais para o entendimento do conteúdo. O trabalho também relaciona momentos da série aos objetivos básicos da profissão retratados nos nove princípios criados pelo Comitê dos Jornalistas Preocupados e aos artigos do Código de Ética do jornalismo brasileiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Telejornalismo; Ética; Série; Ficção; *The Newsroom*.

### Introdução

A figura do jornalista é constantemente explorada na ficção. De Charles Foster Kane, o magnata da imprensa norte-americana retratado em *Cidadão Kane*, a William Miller, jovem contratado pela revista *Rolling Stone* para cobrir a turnê de uma banda de rock no filme *Quase Famosos*, as personalidades dos profissionais são destrinchadas e convertidas em entretenimento. O trabalho que fazem, por vezes, serve apenas como pano de fundo nessas narrativas em que os personagens são mais evidentes que seus ofícios. No entanto, existem exemplos que se dedicam a mostrar o dia a dia da profissão e as questões éticas enfrentadas pelos jornalistas, com a intenção de ser algo parecido com um “espelho” da realidade profissional.

Um desses produtos é a série *The Newsroom*, criada por Aaron Sorkin e lançada em 2012 pelo canal norte-americano HBO. O seriado, que se passa dentro de uma redação de um jornal de TV a cabo, mescla ficção e realidade ao mostrar como a equipe de jornalistas realiza a cobertura de eventos que aconteceram em nossa história. Os personagens se veem

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF), email: [lauralewer1@gmail.com](mailto:lauralewer1@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF), email: [renatavargas9@gmail.com](mailto:renatavargas9@gmail.com).

cercados por dilemas éticos que trazem à tona, a todo instante, os princípios que servem como base do jornalismo. Além disso, são dotados de uma fé quase inabalável na profissão, que os lembra de que é possível fazer melhor.

É sobre a dicotomia entre ficção e teoria e aplicabilidade dos princípios do jornalismo na narrativa seriada que este trabalho discorrerá. Passando inicialmente por noções sobre o poder de envolvimento da TV, gêneros e formatos, artifícios que fazem do seriado algo crível, questões éticas no telejornalismo e outros conceitos fundamentais, culmina na relação entre a série analisada e a base teórica do jornalismo.

### **Televisão: fenômeno cultural e “relógio da vida cotidiana”**

A televisão é uma peça chave na história da comunicação, responsável pela mudança que colocou a imagem em primeiro plano e a tornou um método extremamente sedutor e representativo para a sociedade. Ao mesmo tempo em que é considerada uma abertura para o mundo, também cumpre a função de informar e divertir as pessoas, o que confere a ela o *status* de um dos instrumentos de informação mais igualitários e democráticos que existem (WOLTON, 1996).

Por ser um instrumento tão poderoso desde que foi criada, a TV amedrontou o poder público com sua influência. Isso resultou na tentativa de “exercer controle sobre ela para evitar efeitos negativos, assim como quiseram dela se servir na maioria das vezes para influenciar os cidadãos” (WOLTON, 1996, p.6).

Ainda conforme Wolton (1996), o meio se transformou em uma das grandes conquistas da democracia, trabalhando para respeitar seu público e fazê-lo entender o contexto em que vive, tornando-se um verdadeiro relógio da vida cotidiana.

Com sua capacidade de “cercar e capturar a consciência do público por todos os lados” (MELO, 1985 apud ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 23), a TV acabou se tornando o espelho da sociedade, que se vê dentro dela e se sente representado por ela, criando um laço que alcança todos os telespectadores (WOLTON, 1996).

### **Os gêneros e formatos e sua assimilação pelo público**

A criação de programas incita o surgimento de “etiquetas” que agrupem emissões de propriedades parecidas, o que torna a definição de cada programa mais facilmente reconhecida pelo público. Foi a partir dessa necessidade que os gêneros foram estabelecidos (JOST, 2007).

Como descreve Martín-Barbero (1997 apud ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 44), os gêneros podem ser “estratégias de comunicabilidade, fatos culturais e modelos dinâmicos articulados com as dimensões históricas de seu espaço de produção e apropriação”. Isso faz com que o público se torne capaz de reconhecer os gêneros e saber de suas características, ainda que não esteja a par de seus detalhes de produção.

No caso dos programas de TV, segundo Aronchi de Souza (2004) a forma ajuda a definir um gênero. Para Gaarder (1995, p.125), ela “indica tanto as suas possibilidades como as suas limitações”.

Por causa disso, explica o autor, a classificação de categorias e gêneros é sempre acompanhada pelo conceito de formato, que define os aspectos de determinado programa. No entanto, essa definição não é fechada. É possível fazer inter-relações e combinar categorias e formatos a fim de criar outros programas. O Fantástico<sup>4</sup>, por exemplo, surgiu da combinação de *show* de variedades com revista noticiosa.

Nesse trabalho, o foco será nos gêneros série e telejornalismo e, por isso, é necessário defini-los.

### **Narrativa seriada: dos folhetins à TV**

De acordo com Carlos (2006) e Ortiz (1989 apud. VARGAS, 2013, p.5) a origem das séries<sup>5</sup> remonta ao século 19, quando os folhetins eram criados e distribuídos nas sociedades industriais, em especial a francesa, que passava por uma quebra da oposição entre a cultura elitista e a popular. Nesse tipo de narrativa, capítulos de histórias eram impressos em jornais e revistas e entregues aos leitores. A temporalidade e entrega de segredos, aliadas aos ganchos (momentos de ápice), que provocavam a imaginação foram herdadas, anos depois, pelas séries e telenovelas (VARGAS, 2013).

Ainda conforme Carlos (2006), o crescente interesse da população em relação à TV fez com que as séries ocupassem um grande espaço aberto pela redução do gosto pela ficção literária. Ao mesmo tempo, o público nas salas de cinema também diminuía, o que fez com que a indústria cinematográfica voltasse seus olhos para esse “latifúndio audiovisual” em crescimento (CARLOS, 2006, p. 13).

---

<sup>4</sup>Programa dominical da Rede Globo de Televisão no ar desde 05/08/1973. Apresentado aos domingos, às 20h45, tem cerca de duas horas de duração e é dividido em sete blocos (GLOBO, 2013, meio digital).

<sup>5</sup> Como define Palottini (1998 apud. WERNECK, 2012, p. 23, meio digital) o seriado é “uma coleção de contos com personagens fixos e possui objetivo autoral único, estruturado em episódios independentes que têm, cada um em si, uma unidade relativa.

Para Eco (1985 apud JOST, 2012, p. 25) “o que liga o telespectador às séries é primeiramente o prazer que a repetição provoca, prazer enraizado na infância, quando pedíamos a nossos pais para que nos recontassem indefinidamente nossa história preferida”. Além disso, esse tipo de narrativa supre a necessidade de imaginário que acompanha os seres vivos (CARLOS, 2006).

A divisão das partes de uma série é feita a partir de episódios, cujos roteiros indicam seu começo, meio e fim no mesmo dia. Quanto às personagens, são caracterizadas “por qualidades facilmente identificáveis: boas, más, aventureiras, espertas, confusas, engraçadas, entre outras que determinam o enredo” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 132). Como resultado, todas essas características criam um princípio de fidelidade, que, segundo Carlos (2006), mantém o público interessado em acompanhar o desdobramento da história e o desenvolvimento das personagens.

### **O telejornalismo como um recorte do mundo**

Aronchi de Souza (2004, p. 149) define o telejornalismo como um gênero “que apresenta características próprias e evidentes, com apresentador em estúdio chamando matérias e reportagens sobre os fatos mais recentes”.

O telejornal funciona como um recorte do mundo que resume o que aconteceu no espaço público (CHARAUDEAU, 2010), apresentando-se como “mediação entre a experiência vivida pelo outro, cuja fala aparece na tela e no mundo, e a vida particular de cada telespectador em suas relações com a sociedade” (COUTINHO, 2012, p. 73). Essa mediação contribui para uma organização do mundo ao redor, já que grandes temas ganham visibilidade e são debatidos, transformando o telejornal em “uma janela para a realidade” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 21).

Para deixar esse recorte de mundo mais próximo do telespectador, o telejornal utiliza o apresentador, ou âncora<sup>6</sup>. Segundo Charaudeau (2010, p. 230)

É ele que anuncia, que mostra, indicando como abordar a notícia (função de guia), que passa a palavra aos correspondentes ou enviados especiais (função de organizador das retransmissões), que retoma cada fala para um comentário ou uma conclusão (função de orientador), que redistribui o turno de fala a especialistas presentes no estúdio [...] é ele que entrevista as personalidades dos mundos político, cultural e esportivo, buscando ser representante do telespectador cidadão [...].

<sup>6</sup> “*Anchorman, anchorwoman* ou âncora é o (a) apresentador (a) do telejornal que interpreta as notícias com base em conhecimento próprio e amarra o programa (PATERNOSTRO, 2006).

Para além da relação de intimidade com o apresentador, o telespectador deve reconhecer o poder que o âncora tem nas mãos. De acordo com Duarte e Curvelo (2009, meio digital), isso pode ser notado pela posição dos profissionais, que, normalmente, são colocados em um nível mais alto e atrás de uma bancada. Segundo as autoras, essa posição já mostra quem detém a informação. O poder também é reforçado pelo tom de seriedade dos apresentadores, que é representado por meio da “aparência física, a postura corporal, o penteado, o vestuário, o comportamento contido, a voz pausada, o uso impecável da linguagem verbal, etc.” (DUARTE E CURVELO, 2009, p. 71, meio digital).

### **O jornalismo como guardião do povo e de si mesmo**

É por essa influência que as notícias exercem na vida das pessoas que os princípios do jornalismo são definidos (KOVACH E ROSENSTIEL, 2004). De acordo com os autores (2004, p. 31), “A imprensa<sup>7</sup> funciona como um guardião” e sua prioridade é a “busca da verdade factual, da objetividade, da transparência, da independência editorial e do equilíbrio” (BUCCI, 2004, p. 127). O jornalismo, por consequência, segue o mesmo caminho, já que, como afirmam Kovach e Rosenstiel (2004, p. 20), fornece um elemento importante para determinada cultura: a “informação independente, confiável, precisa e compreensível”, que resulta na liberdade do cidadão.

Kovach e Rosenstiel (2004) ainda afirmam que o jornalista tem um acordo implícito com seu público, que implica que a cobertura feita por ele não seja influenciada por interesses particulares ou comerciais.

Seguindo esse caminho, Kovach e Rosenstiel (2004) enumeram valores e atitudes básicas a serem seguidos<sup>8</sup>: não acrescentar nada que não exista, não enganar o público, ser o mais transparente possível, confiar apenas em seu próprio trabalho, ser original e humilde.

No caso do telejornalismo, alvo de pesquisa deste trabalho, o debate ético também é essencial. De acordo com Kovach e Rosenstiel (2004), baseados em dados da Nielsen<sup>9</sup>, a maioria das pessoas tira suas informações da televisão local, o que faz com que o telejornal não possa ser encarado como um “simples dispositivo de reflexão dos eventos, de natureza especular, ou como um mero recurso de aproximação daquilo que acontece alhures”, mas como uma *mediação* (grifo do autor, MACHADO, 2005, p. 102), cujos objetivos são

---

<sup>7</sup> Segundo Bucci (2004, p. 127), imprensa é a “instituição constituída pelos veículos jornalísticos, seus profissionais e seus laços com o público”.

<sup>8</sup> O autor faz a enumeração ao longo do 4º capítulo de seu livro (p.110-144)

<sup>9</sup> Empresa que estuda consumidores em mais de 100 países para oferecê-los uma visão das tendências e dos hábitos ao redor do mundo. (NIELSEN, 2014, meio digital).

“informar, educar, servir, interpretar, entreter” (TEODORO, 1980 apud. ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 151).

Apesar do compromisso com a verdade, alguns conteúdos informativos dos telejornais são contagiados por narrações ficcionais, como o sensacionalismo e o drama. Para Rondelli (1997, meio digital), ao mesmo tempo que esses artifícios criam apelos, provocam deficiências na informação, já que a sedução, apesar de ser poderosa, pode influenciar nos desdobramentos dos fatos na vida real.

### ***The newsroom: “juntos, eles estão sozinhos”***<sup>10</sup>

No dia 24 de junho de 2012 a HBO (*Home Box Office*), emissora de televisão por assinatura norte-americana, exibiu o primeiro episódio da série *The Newsroom*. Criada por Aaron Sorkin, a trama mostra os bastidores de um telejornal noturno de TV a cabo com a missão de fazer um bom noticiário em face de obstáculos corporativos e comerciais impostos (HBO, 2014, meio digital).

Sorkin conta em entrevista à *Vanity Fair* (KAPLAN, 2012, tradução da autora) que gosta de escrever romântica e idealisticamente, mas com um pé no mundo real. Para ele, uma série que se passa em uma redação de telejornal precisava de elementos fictícios e reais unidos. Portanto, o roteirista utiliza acontecimentos relativamente recentes de nossa realidade e os insere na ficção, fazendo com que a equipe de jornalistas da série noticie os fatos seguindo princípios éticos, o que é encarado por alguns como uma “crítica mordaz” à imprensa popular (IMDB, 2014, meio digital, tradução da autora). No entanto, essa tese foi negada por Sorkin, que declarou que “não tentaria mudar o mundo com uma série de televisão” e que “não é um ativista” (MEXIA, 2012, meio digital).

As três temporadas que foram ao ar – ao todo, 25 episódios, cada um com cerca de uma hora de duração – passam por momentos emblemáticos como o vazamento de petróleo no Golfo do México, ocorrido em 2010, a captura e morte de Osama Bin Laden (2011), o movimento *Occupy Wall Street* (OWS) em Nova York, iniciado em 2011, o acidente nuclear de Fukushima (2011), os protestos na Praça Tahrir, durante a revolução egípcia de 2011, entre outros (HBO, 2014, meio digital).

Em entrevista (MOORE, 2012, tradução da autora), Sorkin conta que, durante a pesquisa para a série, conversou com vários executivos, produtores de notícias e âncoras de TV e os fez duas perguntas básicas: “O que um noticiário utópico seria?” e “O que está te

---

<sup>10</sup> A frase faz referência a um dos *slogans* da série: “Together they stand alone”.

impedindo de fazê-lo?”. Segundo ele, as respostas para a primeira pergunta variaram ligeiramente e tinham a ver com estreitar a definição de notícias para que elas significassem uma informação mais relevante, necessária e útil. Já as respostas para a segunda questão foram quase as mesmas: alguma versão da palavra “coragem”.

### ***News night 2.0***

A série é centrada em Will McAvoy (Jeff Daniels) âncora do *News Night*, telejornal das 20h da emissora ACN (*Atlantis Cable News*). O jornalista é um dos favoritos dos telespectadores e, devido ao sucesso, estagnou-se em sua área de conforto, tornando-se um profissional complacente. No início do primeiro episódio, no entanto, quando pressionado em um debate sobre os rumos políticos norte-americanos, McAvoy passa da “apatia ao engajamento” (IMDB, 2014, meio digital, tradução da autora) quando uma estudante pergunta o que faz dos Estados Unidos o melhor país do mundo. Will responde diretamente, afirmando que o país não é mais o melhor. A plateia, se choca, e o âncora passa a apontar índices negativos a respeito de diversas áreas, como educação e saúde, para provar sua afirmação. Após o acontecimento, o âncora é obrigado a tirar férias forçadas e, ao retornar, descobre que a maior parte de sua equipe migrou para outro programa, o que o forçará a trabalhar com novos profissionais.

É quando entra em cena Charlie Skinner (Sam Waterson), presidente da divisão de notícias, que, insatisfeito com o cenário atual do telejornalismo, quer que o âncora retorne ao trabalho seguindo o padrão de jornalistas renomados. Para isso, Charlie contrata uma nova produtora executiva que, por já conhecer Will, é capaz de trazer de volta o âncora idealista que ele costumava ser. MacKenzie McHale, a nova contratada, desafia Will a abandonar a comodidade do sucesso para, então, passar a produzir e veicular as notícias com integridade.

### **“Nós podemos fazer melhor”: quando a ficção se encontra com a teoria**

Existe uma linha que passa por trás de todos os conflitos, histórias, personagens e reflexões que tornam *The Newsroom* uma série que convence como realidade. Além dos artifícios claros, como características relacionáveis com as de pessoas conhecidas na vida real, cenários comuns para qualquer um que assista telejornais e fatos que realmente aconteceram, está a linha, que faz parte do *pitch* da série, que é responsável pelo seu sucesso. Ela, que carrega a principal parte da trama – as pessoas que fazem o jornalismo e o

jornalismo em si – é responsável por trazer à tona os motivos pelos quais o jornalismo é considerado uma profissão honrosa com uma função social importante.

A série faz, episódio por episódio, uma desconstrução do telejornalismo que vemos todos os dias e parece rebater todas as críticas que esse mesmo produto recebe de espectadores, teóricos e profissionais. Tanto por meio de situações comuns quanto “espetaculares”, retrata a fragilidade por trás das escolhas feitas por jornalistas de uma emissora de importância nacional, que, se tratadas com descuido, podem afetar gravemente a vida de outras pessoas. Mostra, também, que o trabalho do jornalista é quase intrínseco a seus valores, uma vez que a consciência do profissional é sempre questionada.

O espectador é constantemente surpreendido por debates com diálogos vindos de personagens quixotescos, idealistas e com fé na profissão que, independentemente de serem fiéis ou não aos jornalistas atuais, carregam a responsabilidade de convencer o público que suas missões são possíveis, ainda que questionáveis. Sim, é possível seguir a proposta de MacKenzie McHale de “defender o Quarto Estado, defender o jornalismo como uma profissão honrosa”. É possível fazer um jornal “que informe um debate digno de uma grande nação”, com “civilidade, respeito e um retorno ao que importa, a morte da frescura, da fofoca e do *voyeurismo*”. É possível “falar a verdade aos tolos, sem um alvo demográfico” (*The Newsroom*, 1º episódio, 24/06/2012).<sup>11</sup> Na “carta de amor ao jornalismo” (MEXIA, 2012, meio digital) de Sorkin, é possível seguir os princípios básicos encontrados nas teorias, mesmo que para isso barreiras – também reais - como audiência e censura tenham que ser combatidas e derrubadas pelos personagens.

Kovach e Rosenstiel (2004, p. 22) elencam nove “princípios com os quais os jornalistas concordam” e os cidadãos “têm o direito de esperar”, resultados de um estudo feito pelo Comitê de Jornalistas Preocupados<sup>12</sup>. Esses direitos podem ser reforçados e trazidos ao âmbito nacional por alguns artigos do Código de Ética do Jornalismo, aprovado no Brasil em 2007. Para atingir o objetivo deste trabalho, o procedimento metodológico relacionará os nove princípios e artigos do código de ética às situações da série (transmissões, dilemas éticos, discussões e atitudes).

---

<sup>11</sup> Todas as falas citadas nesse parágrafo fazem referência ao 1º episódio (24/06/2012).

<sup>12</sup> Em 1997, 25 jornalistas, entre editores de jornais norte-americanos, nomes da televisão e do rádio, professores e escritores, se reuniram porque “detectaram sérios problemas na profissão”. O grupo, chamado Comitê dos Jornalistas Preocupados, elaborou “o exame mais consistente, sistemático e abrangente jamais feito por jornalistas sobre o processo de recolher e apurar informação e suas responsabilidades”. Foram organizadas 21 discussões públicas com a presença de três mil pessoas e testemunhos de mais de trezentos jornalistas. Pesquisadores universitários fizeram mais de cem horas de entrevistas com jornalistas a respeito de seus princípios. O trabalho de pesquisa resultou em um livro e nove princípios do jornalismo. (KOVACH E ROSENSTIEL, 2004, p. 20-21).



O primeiro princípio estabelece que *a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade*<sup>13</sup>, acompanhado do artigo 4º do Código de Ética do Jornalismo que deixa claro que a verdade dos fatos é o compromisso fundamental do profissional. Para Kovach e Rosenstiel (2004), já que as notícias são o material que as pessoas usam para aprender e pensar sobre o mundo, as informações devem ser confiáveis. Na série, MacKenzie deixa claro que quer seguir esses princípios quando compara o estúdio de TV a um tribunal, dizendo que chamarão “apenas testemunhas especializadas. Will é o advogado para ambos os lados. Ele questiona a testemunha e revela os fatos” e ao pedir que McAvoy seja “o centro moral” do programa (*The Newsroom*, 2º episódio, 01/07/2012). Para ela, os cidadãos vão querer um noticiário se ele for produzido com integridade.

A busca pela verdade é diversas vezes retratada na série, geralmente acompanhada da corrida pela audiência. Sorkin afirma que a pergunta “qual é a virtude de ser o primeiro?” é feita várias vezes. Para ele, a resposta é “se gabar diante das organizações de notícias” e isso parece pouco comparado ao fato de que acertar uma informação é mais importante (*The Newsroom*, 1ª temporada, extras). A pressa é perigosa, pois são nas primeiras horas de ocorrência de um fato que as opiniões do público são formadas.

O segundo princípio estabelece que *a primeira lealdade do jornalismo é com os cidadãos*. Como mostra o artigo 1º do Código de Ética, esses têm a informação como direito fundamental, que deve ser garantido pelos jornalistas, que exercem uma atividade de natureza social (Art. 3º, FENAJ, 2007, meio digital). Segundo o artigo 6º, é dever do jornalista defender os direitos do cidadão e, toda obstrução direta ou indireta à divulgação da informação deve ser denunciada (Art. 2º, FENAJ, 2007, meio digital). Os profissionais também devem, de acordo com o artigo 12º, defender a soberania nacional nos aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais, comumente conhecidos como independência jornalística.

Charlie Skinner reforça essas normas na série, dizendo que as organizações de notícias são de confiança pública e têm “capacidade de informar e influenciar a conversa nacional” (*The Newsroom*, 3º episódio, 08/07/2012) e que a redação está sendo associada a um tribunal porque os eleitores norte-americanos precisam de um advogado. MacKenzie dá preferência ao compromisso com os cidadãos afirmando que prefere apresentar bem para cem pessoas do que de forma ruim para um milhão.

---

<sup>13</sup> Os novos princípios serão grifados em itálico pela autora. Todos eles fazem referência à obra de Kovach e Rosenstiel (2004).

Em seguida, vem a afirmação de que *a essência do jornalismo é a disciplina da verificação*, que é o que separa a profissão do entretenimento. O artigo 12º do Código de Ética prevê que é dever do jornalista ouvir, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura, principalmente se forem objeto de acusações que não foram suficientemente verificadas. Também é dever dos meios de comunicação (Art. 2º) divulgar informações precisas independentemente de sua propriedade, linha política ou econômica, já que, como MacKenzie afirma na série, quando o princípio da verdade é corrompido, os resultados são “decisões calamitosas” e a obstrução de “tentativas de debate” (*The Newsroom*, 1º episódio, 24/06/2012).

Nesse caso, uma situação tem destaque na série. No 4º episódio (15/07/2012), a produtora associada Margaret Jordan percebe o alerta de que houve um tiroteio em Tucson (Arizona, Estados Unidos) e a congressista Gabrielle Giffords foi baleada na cabeça. A equipe começa a noticiar o fato, quando Margaret diz que a National Public Radio (NPR) afirmou que ela morreu. Em seguida, as emissoras FOX, MSNBC e CNN seguem a informação, noticiando a morte. MacKenzie insiste que não noticiará e tem a reprovação do presidente da emissora, que afirma que eles perderão telespectadores se não o fizerem. Os jornalistas, então, descobrem que a congressista havia sobrevivido. Novamente, a lição de que a verificação é mais importante que o furo jornalístico é reafirmada na ficção.

O quarto, quinto e sexto princípios dizem respeito aos jornalistas mantendo *independência daqueles a quem cobrem* e sendo *um monitor independente do poder*, além de *abrir espaço para a crítica e o compromisso público*. Eles podem ser relacionados a dois artigos do Código de Ética. O 7º afirma que o jornalista não pode se submeter a diretrizes que sejam contrárias à divulgação correta das informações nem impedir as opiniões divergentes e o livre debate. O 6º, entre outras coisas, prega a defesa pelo livre exercício da profissão, a oposição à arbitrariedade e autoritarismo e o combate e a denúncia a todas as formas de corrupção. No 8º episódio (12/08/2012) MacKenzie afirma para o diretor da emissora que sua obrigação não é com a audiência, e sim, com os interesses dos telespectadores, mostrando que se importar com retaliações não é seu objetivo. Isso fica claro quando, no 3º episódio (08/07/2012), Will passa um programa inteiro questionando ideias e propostas dos candidatos ao Senado.

O principal objetivo ético do jornalismo da série é o de dar informações importantes para um eleitor votar, oferecendo a ele pontos de vistas a serem debatidos. Para Mackenzie, “não há nada mais importante em uma democracia do que um eleitorado bem informado”

(The Newsroom, 1º episódio, 24/06/2012). Um dos artifícios usados para manter distanciamento dos alvos de suas coberturas é uma nova proposta de debate político pensada pela equipe. Mostrado no 9º episódio (19/08/2012), o debate exige que as perguntas sejam mais duras, que os candidatos mantenham as promessas coerentes aos fatos, sejam parados quando não responderem as perguntas e corrigidos quando derem respostas contraditórias.

O “espaço para a crítica e compromisso público” vem, dentre outras formas, sob a própria autocrítica frequente dos jornalistas. No 3º episódio (08/07/2012) McAvoy faz um comentário editorial pedindo desculpas aos telespectadores, dizendo que é “líder em uma indústria que errou resultados de eleições, promoveu o medo ao terror, criou controvérsias e deixou de relatar mudanças tectônicas em nosso país”.

Em sétimo lugar, está o princípio de que *o jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante*. A associação da proposta com a série fica clara quando MacKenzie apresenta os pontos que devem nortear a seleção de notícias para o telejornal. Entre eles, está o objetivo de mostrar a melhor forma de argumento. “Não a versão mais exuberante, não a versão mais escandalosa, mas a melhor versão possível” (The Newsroom, 2º episódio, 01/07/2012).

A fala pode ser comprovada no mesmo episódio, que cobre o vazamento de petróleo no Golfo do México. Will, ainda relutante quanto às técnicas de McKenzie, insiste em abrir o programa com uma imagem da plataforma de petróleo explodindo e afundando no oceano. Mackenzie nega e diz que não é preciso, porque o vazamento não deveria ser mais o assunto principal. Will afirma que a cena seria uma ótima forma de se fazer televisão. A produtora rebate, dizendo que eles não fazem “ótima televisão”, e sim, notícias. Charlie afirma, no mesmo episódio, que não quer que a decisão entre fazer o melhor noticiário possível tenha a ver com sua audiência, deixando evidente que o jornalista deve desenvolver um trabalho interessante e envolvente, mas não se render à espetacularização.

O pedido de desculpas feito no 3º episódio (08/07/2012), também evidencia o rechaço ao sensacionalismo. Nele, McAvoy declara que eles serão “inimigos morais de insinuações, especulações, hipérboles e bobagens” e que as notícias serão entregues de forma interessante e relevante, como sugere o sétimo princípio, mas de forma original, já que não se tratam de “garçons em um restaurante servindo-lhes as histórias que pediram, do jeito que gostam delas” ou mesmo “computadores distribuindo apenas os fatos”.

A penúltima proposta diz que o jornalismo *deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional*, já que seu valor está presente na abrangência e proporcionalidade. Entre alguns dos critérios relacionados a esse princípio na série estão a busca pela notícia apresentada em um contexto histórico, porque, como afirma Will, “poucas notícias nascem no momento em que passam por nossa rede” (*The Newsroom*, 3º episódio, 08/07/2012), e a verificação sobre se realmente existem dois lados da história. Para a produtora executiva, isso nem sempre acontece, porque “algumas histórias têm cinco lados, outras, apenas um” (*The Newsroom*, 2º episódio, 01/07/2012). Kovach e Rosenstiel (2004) também dizem que nem sempre os dois lados têm o mesmo peso.

Para aumentar o entendimento de seu próprio noticiário, criando o contexto mencionado, Sloan Sabbith é escalada para falar por cinco minutos sobre questões econômicas que levaram o país a chegar onde está. A proporcionalidade tem seu exemplo no fim de um ano de trabalho, quando Jim Harper fica responsável por buscar notícias que não tiveram sua devida atenção e dar a elas cinco minutos por dia, durante uma semana.

O último mandamento do jornalismo diz respeito à consciência, que fortalece a ideia de Kovach e Rosenstiel (2004) de que o jornalismo está relacionado ao caráter. *Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência* tem relação com três artigos do Código de Ética brasileiro. No 6º, o profissional deve valorizar e honrar a profissão, resguardando, sempre que julgar necessário, a origem e identidade de suas fontes (Art. 5º). Além disso, o profissional é responsável por toda informação que divulga, desde que não tenha sido alterada por terceiros (Art. 8º).

A consciência é grande parte da linha citada no início deste subcapítulo. Toda e qualquer decisão da série passa por um questionamento e tem uma justificativa. Tudo é pensado e é ao pensar que os personagens chegam a conclusões. Adicionando ao trabalho suas convicções, valores e conhecimentos pessoais que acabam se mesclando aos jornalísticos, mostram resultados na atividade quase “utópica” que fazem.

Parte da consciência de Will McAvoy, por exemplo, a afirmação de que fará todo esforço para veicular opiniões informadas, independente de seu posicionamento pessoal (*The Newsroom*, 3º episódio, 08/07/2012). Parte da consciência de Charlie Skinner esperar para noticiar a morte de Osama Bin Laden (*The Newsroom*, 7º episódio, 05/08/2012), ainda que já tenham uma confirmação, por temer retaliações a um exército que talvez ainda esteja em missão. Cabe a Margaret Jordan, também, afirmar, durante uma reunião de pauta sobre a angulação de uma matéria sobre ameaça de bomba (*The Newsroom*, 3º episódio,

08/07/2012), que a religião do homem bomba é tão importante quanto a religião do muçulmano que salvou a vida de todos ao denunciá-la. Don Keefer também mostra uma decisão baseada em sua consciência ao se recusar a noticiar a morte de alguém no já citado episódio do tiroteio em Tucson.

Para que todos esses princípios aconteçam, no entanto, é preciso, no mínimo, uma redação aberta, em que os jornalistas se sintam livres para dizer seus pontos de vista sobre o trabalho que fazem. Como afirmam Kovach e Rosenstiel (2004), inúmeras barreiras entrarão na frente de um trabalho justo, verdadeiro, corajoso e independente, mas um profissional encorajado a mostrar seus pensamentos já representa um grande passo em direção ao jornalismo “utópico”, mas ao mesmo tempo tão teórico e básico que *The Newsroom* apresenta.

### **Considerações finais**

Nenhuma narrativa é tachada de ficcional sem motivos. Por mais que tenha uma lista de elementos verossímeis, que utilize situações reais como base para seu desenvolvimento e que transporte quem a consome para seu mundo, ela ainda é algo imaginado, irreal. *The Newsroom* não é exceção à regra. Seu personagem principal, o jornalismo, convence, inspira, conquista e faz acreditar em algo além, como um bom herói de ficção. No entanto, mostra uma realidade fragmentada, na qual cada pedaço parece se unir para formar algo maior. Na série se encontram uma produtora executiva com vontade de mudança, um âncora cuja inércia esconde um desejo latente por fazer mais, uma equipe jovem e cheia de ideias, um diretor de jornalismo nostálgico em relação à era “dourada” da profissão, uma emissora capaz de fornecer toda a técnica necessária para a mudança e um público que já tem alguma noção crítica.

No estudo de caso ficou comprovado que, mesmo que retrate situações “quixotescas”, a série se mantém alinhada corretamente com os princípios do jornalismo. Por meio das comparações com os nove mandamentos, de importância global, e com o Código de Ética do jornalismo brasileiro, reflexo dos preceitos nacionais, provou-se que diante das situações apresentadas o jornalismo ideal é bem retratado em *The Newsroom*.

De alguma forma, é possível unir o jornalismo da ficção e da realidade estudada se o principal critério escolhido for o que o jornalismo atual deveria ser se seguisse os princípios que o forjaram há mais de três séculos.

## REFERÊNCIAS

- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- BUCCI, EUGÊNIO. Na TV, os cânones do Jornalismo são anacrônicos. In: \_\_\_\_\_; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 127-200
- CARLOS, Cássio Starling. **Em Tempo Real: Lost, 24 Horas, Sex and The City e o impacto das novas séries de TV**. São Paulo: Alameda, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010.
- COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão em Juiz de Fora-MG**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.
- DUARTE, Elizabeth Bastos; CURVELO, Vanessa. **TELEJORNALIS: quem dá o tom?** In: GOMES, Itania Maria Mota (Org). **Televisão e realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009. P. 61-74. Disponível em: <http://bit.ly/1szXgFe>. Acesso em: 6. out. 2014.
- FENAJ. **Código de Ética do Jornalismo**. Vitória. 2007. Disponível em: <http://bit.ly/1dtyMFp>. Acesso em: 11 nov. 2014.
- GAARDER, Jostein. **O mundo de Sofia: romance da história da filosofia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- GLOBO. **Fantástico**, 2013. Disponível em: <http://glo.bo/1u7ntiW>. Acesso em: 23. set. 2014.
- HBO. **About the show**. 2014. Disponível em: <http://itsh.bo/1ujyRbj>. Acesso em: 31. out. 2014.
- \_\_\_\_\_. **Episodes**. 2014. Disponível em: <http://itsh.bo/10W5v7f>. Acesso em: 4. nov. 2014.
- IMDB. **Plot Summary**. 2014. Disponível em: <http://imdb.to/1tDCsvK>. Acesso em: 31. out. 2014.
- JOST, François. **Compreender a televisão**. Tradução Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro e Vanessa Curvello. 2007.
- \_\_\_\_\_. **Do que as séries americanas são sintoma?** Tradução Elizabeth B. Duarte e Vanessa Curvello. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- KAPLAN, James. The Sorkin Way. **Vanity Fair**, maio 2012. Disponível em: <http://vnty.fr/10Ro2Bm>. Acesso em: 31. out. 2014.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. Tradução Wladir Dupont. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.
- MEXIA, Fernando. 'The Newsroom': uma carta de amor de Aaron Sorkin ao jornalismo. **Veja**, Los Angeles, 28. out. 2012. Disponível em: <http://abr.ai/1uZGIBR>. Acesso em: 31. out. 2014.
- MOORE, Frazier. 'The Newsroom': Sorkin writes the media's wrongs. **boston.com**, 2012. Disponível em: <http://bit.ly/1yvzv4T>. Acesso em: 31. out. 2014.
- NIELSEN. **Quem somos**, 2014. Disponível em: <http://bit.ly/1wgwj10>. Acesso em: 16. out. 2014.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

VARGAS, Renata Venise. **A queda da bancada e as mudanças na cena de apresentação dos telejornais**: em busca da identidade e aproximação com o telespectador – uma análise do MGTV Primeira Edição. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2013.

RONDELLI, Elizabeth. **Realidade e ficção no discurso televisivo**. In: Letras. Curitiba, nº 48. p. 149-162. 1997. Universidade Federal do Paraná Disponível em: <http://bit.ly/1oHqjuc>. Acesso em: 1. jul. 2014.

THE NEWSROOM. **We Just Decided To**. Direção: Greg Mottola. Roteiro: Aaron Sorkin. Estados Unidos: HBO, 2012. (70 min), son., color. Legendado. Port. Disponível em DVD.

THE NEWSROOM. **News Night 2.0**. Direção: Greg Mottola. Roteiro: Aaron Sorkin. Estados Unidos: HBO, 2012. (56 min), son., color. Legendado. Port. Disponível em DVD.

THE NEWSROOM. **The 112th Congress**. Direção: Greg Mottola. Roteiro: Aaron Sorkin. Estados Unidos: HBO, 2012. (55 min), son., color. Legendado. Port. Disponível em DVD.

THE NEWSROOM. **I'll Try To Fix You**. Direção: Alan Poul. Roteiro: Aaron Sorkin. Estados Unidos: HBO, 2012. (55 min), son., color. Legendado. Port. Disponível em DVD.

THE NEWSROOM. **5/1**. Direção: Joshua Marston. Roteiro: Aaron Sorkin. Estados Unidos: HBO, 2012. (55 min), son., color. Legendado. Port. Disponível em DVD.

THE NEWSROOM. **The Blackout, Part 1: Tragedy Porn**. Direção: Lesli Linka Glatter. Roteiro: Aaron Sorkin. Estados Unidos: HBO, 2012. (55 min), son., color. Legendado. Port. Disponível em DVD.

THE NEWSROOM. **The Blackout, Part 2: Mock Debate**. Direção: Alan Poul. Roteiro: Aaron Sorkin. Estados Unidos: HBO, 2012. (55 min), son., color. Legendado. Port. Disponível em DVD.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Entretenimento**: uma crítica aberta. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo**: do lugar de segurança ao lugar de referência. In VIZEU, Alfredo (org). **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 11-28.

WERNECK, Lilian. **The L Word em movimento**: convergências de uma série lésbica. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2011. 2012.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público** – uma teoria crítica da televisão. Tradução José Rubens. São Paulo: Editora Ática, 1996.