

**A representação da manipulação da notícia:  
um estudo no filme “O bem amado” (2010) de Guel Arraes**

*The representation of news manipulation:  
a study in the movie “ O bem amado” (2010) of Guel Arraes.*

Carla Patricia Oliveira de SOUZA<sup>1</sup>  
Paulo Braz Clemencio SCHETTINO<sup>2</sup>

**Resumo**

O jornalismo está presente no Cinema, através de personagens que ajudaram a construir mitos. O jornalista herói e o vilão estão representados em variados filmes de épocas diversas. O jornalista sem escrúpulos é aquele que utiliza a notícia a seu favor, não tem compromisso com a verdade nem com a comunidade da qual faz parte. Este texto objetiva estudar o jornalista vilão, através do personagem Vladimir de Castro (Tonico Pereira), dono do Jornal “A trombeta”, do filme “O Bem Amado” (2010) de Guel Arraes. Para compreender o factóide “tubarão em Sucupira”, recorreremos a hipótese do *newsmaking* (produção de notícias) com a contribuição de Hohlfeld (2011) e Wolf (1985) bem como a ética essencial para os profissionais de comunicação à luz dos ensinamentos de Christofolletti (2008) e Fidalgo (1997).

**Palavras-Chave:** Jornalista. Cinema. Newsmaking.

**Abstract**

Journalism is present in Cinema, through characters who helped build myths. The journalist hero and villain are represented in different films from different eras. The unscrupulous journalist is one who uses the news to them, has no commitment to the truth or to the community which makes part. This paper aims to study the journalist villain, through the character of Vladimir Castro (Tonico Pereira) owner Journal "the trumpet", the movie "O Bem Amado" (2010) of Guel Arraes. To understand the factoid "Sucupira shark", resorted to the newsmaking hypothesis (news production) with the contribution of Hohlfeldt (2011) and Wolf (1985) as well as the essential ethics for professional communication in the light of the teachings of Christofolletti (2008) and Fidalgo (1997).

**Keywords:** Journalist. Cinema. Newsmaking.

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia - PPGEM/UFRN. E-mail: carlaposouza@gmail.com

<sup>2</sup> Pós-Doutor pela UnB. Professor visitante do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia - PPGEM/UFRN. E-mail: paulo.schettino@gmail.com

## **Introdução**

O que tem em comum o filme “O Bem Amado” (2010) de Guel Arraes com “Tubarão”/Jaws (1975) de Steve Spielberg? Ambos, tem em sua narrativa “ataques de tubarão” e a manipulação de notícia, esta no sentido que lhe é atribuído pelo Jornalismo. No filme de Spielberg, o prefeito da cidade estadunidense Amity não quis que a notícia fosse divulgada para não espantar os banhistas, temendo a saída dos moradores flutuantes para cidades praianas concorrentes e conseqüentemente a perda de capital dos cofres públicos. Já no filme de Guel Arraes, o dono do Jornal “A Trombeta” que circula na cidade de Sucupira, Vladimir de Castro (Tonico Pereira), e principal concorrente político do Prefeito Odorico Paraguaçu (Marco Nanini), cria uma manchete sensacionalista a partir de uma notícia falsa sobre um “fato” inexistente portanto inverídico - o “factóide” - na primeira página do seu jornal. Nele, avisa a seus leitores que há tubarão nas praias da cidade de Sucupira causando pânico nos banhistas, afugentando os turistas e conseqüentemente levando a Prefeitura a ter sérios prejuízos financeiros com esse factóide.

Essa coincidência entre esses dois filmes, pode ser vista como processo de um tipo de intertextualidade, em que um diretor se apropria de cenas de um filme seminal para reproduzir tal cena em um filme contemporâneo, as vezes utilizando de liberdade artística na criação da cena, e outras vezes nem tanto. Briggs e Burke (2006) confirmam essa visitação constante nos meios audiovisuais de épocas passadas, ao nos falar que as séries de TV da atualidade reproduzem os modelos das novelas radiofônicas, e que essas adaptaram suas histórias conforme os capítulos de narrativas e romances publicados sequencialmente em revistas e jornais do século XIX, constituindo-se nos chamados “Folhetins”. As denúncias sobre “apropriação indébita” perpetrada pela mídia, adotam os mesmos padrões, seja quando se refere à televisão ou à internet; como os antigos debates sobre os efeitos maléficos dos romances sobre os seus leitores e das peças teatrais sobre o público, ao nutrir e fomentar a ousadia das paixões nos séculos XVIII e XIX. O papel da Imprensa e dos jornalistas sempre foi discutível. Desde o século XVII, que os jornalistas são vistos com desconfiança. As denúncias de corrupção são antigas.

Neste texto, pretendemos focar na representação negativa dos jornalistas no Cinema, especificadamente no filme “O Bem Amado” de Guel Arraes, como também os estudos sobre a produção da informação (*newsmaking*) e o valor da ética para os profissionais que transformam os acontecimentos em notícias. Para isso, utilizamos as contribuições teóricas de Isabel Travancas, Lisandro Nogueira, Antonio Hohlfeld, Mauro Wolf, Antonio Fidalgo dentre outros teóricos.

### **A representação do jornalista no cinema: o filme “O Bem Amado” de Guel Arraes (2010)**

Com seu grande poder de penetração no mercado, o Cinema ajudou a construir mitos no decorrer de toda a sua história. Algumas profissões se destacarão no rol dos personagens emblemáticos e estereotipados, como policiais, advogados, jornalistas. Nogueira (2008) nos informa que, o cinema brasileiro desde os anos 60 tem exibido filmes que trazem representações do jornalismo e do jornalista. São filmes que usam a narrativa clássica do cinema, a que predomina na cultura ocidental desde o início do século XX.

Em algumas produções cinematográficas, o jornalista é visto como herói, quando ajuda através de suas investigações a desvendar um crime. Um grande exemplo é o filme *Superman*, onde o jornalista Clark Kent se transforma em “herói” para salvar o mundo bastando para isso “achar” e entrar em uma cabine telefônica. Ou filmes que retratam os jornalistas correspondentes de guerra, como é o caso do romântico “Suplício de uma saudade”/ *Love is a many splendored thing*, de King Vidor (USA-1955) em que o grande astro do momento, William Holden, vivia a personagem de um jornalista dividido entre o amor e a profissão. Mas o que merece nossa atenção nesse artigo, é o jornalista que transcende a ética na produção de notícias que o beneficie tal e qual a personagem de um jornalista sem escrúpulos morais ou éticos imortalizados no clássico “A montanha dos sete abutres”/ *The big carnival*, do diretor Billy Wilder ( USA-1951).

Travancas (2001) afirma que tanto o jornalista herói como o bandido estiveram representados em filmes diversos e de épocas diferentes. O jornalista sem escrúpulo é visto no cinema como o bandido.

“ O vilão é representado pelo profissional que não mede esforços para conseguir seus objetivos e dar um “furo” de reportagem. Sem caráter e trafegando pelo submundo do crime, ele não hesita em colocar sua carreira na frente de tudo e de todos”. (TRAVANCAS, 2001,p.02)

E ainda acrescenta ser esse o tipo de jornalista que exerce seu trabalho na conhecida “imprensa marrom”, jornalismo sensacionalista, que trabalha sem ética e faz uso de chantagem e corrupção para concretizar seus objetivos. Paiva ( 2005 ) nos diz que, nos Estados Unidos a “imprensa amarela” como é conhecida a “imprensa marrom” se refere a prática jornalística desleal, “A embriaguez do sucesso” / *Sweet smell of success*, de Alexander Mackendrick ( USA -1957) é um filme americano que ilustra bem como não se deve agir no exercício do jornalismo.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Gallup nos EUA citada no dia 25|07|2005 no site “Observatório da Imprensa”, seus resultados nos mostram que somente 28% dos pesquisados confiam nas informações divulgadas na mídia. E quanto mais essa tendência se concretiza, mais o cinema reproduz a personagem do jornalista de má reputação e conseqüentemente mais essa imagem se firma na mente do público.

No filme “O Bem Amado” de Guel Arraes, podemos encontrar este tipo de profissional representado pelo dono do jornal “A trombeta”, Vladimir de Castro (Tonico Pereira) que é um opositor político do Prefeito Odorico Paraguaçu (Marco Nanini) e utiliza de todos os meios para tirá-lo do poder, não por questões sociais, e sim por ter o desejo de ser prefeito da cidade de Sucupira.

O filme “O Bem Amado” (2010) de Guel Arraes é uma adaptação da obra de Dias Gomes exibida pela TV Globo em 1973 no formato de telenovela. Guel Arraes buscou suas referências nas produções de documentários, para produzir um filme de uma temática atual, corrupção na política ambientada no nordeste do Brasil com inserções de fragmentos explicativos, narrados pelo personagem Neco ( Caio Blat) com fotos em preto e branco que contextualizam os fatos políticos marcantes que aconteceram na cidade de Sucupira na mesma época que acontecimentos importantes surgiam no Brasil e no Mundo, tais como a Guerra Fria, a renúncia do ex-presidente Jânio Quadros, a posse de João Goulart seguindo sequencialmente até o Movimento das “Diretas já, na década de 80.

A trama se passa na cidade praiana chamada Sucupira, onde logo na primeira sequência vê-se o povo revoltado contra o prefeito, que é assassinado dentro do seu gabinete por um matador profissional chamado de Zeca Diabo ( José Wilker). E então começa a disputa eleitoral entre Odorico Paraguaçu e o dono do jornal “A trombeta” Vladimir de Castro ( Tônico Pereira) líder do partido revolucionário ( Ver figura 01).

Figura 01 – Vladimir de Castro



Fonte: Filme *O Bem Amado* (2010)

Odorico Paraguaçu ganha a eleição com a promessa de construir um cemitério público na cidade, já que os moradores de Sucupira não tinham onde enterrar seus mortos, precisando se deslocar até a cidade vizinha Santana. Vladimir de Castro não se conforma com a derrota e passa a ser o principal oponente do prefeito, utilizando o seu jornal para o denegrir de todas as maneiras possíveis. Com a chegada da alta estação, os turistas lotam a cidade e o comércio fatura alto e conseqüentemente a prefeitura receberá os impostos. Mas Vladimir de Castro inventará uma falsa notícia que há “tubarão” nas praias (Ver figura 02), afugentando os banhistas ( Ver figura 03).

Figura 02 - Manchete Sensacionalista “ Tubarão em Sucupira”



Fonte: O filme *O Bem Amado*, 2010

Figura 03 - Pânico entre os banhistas depois da circulação do jornal sobre a presença de tubarão nas praias de Sucupira.



Fonte: O filme *O Bem Amado*, 2010

Quando indagado por Neco ( Caio Blat) repórter/fotógrafo do jornal “A Trombeta” sobre a veracidade da notícia, já que Neco descobre que a foto do Tubarão foi tirada de uma enciclopédia. (Ver figura 04) Vladimir de Castro lhe responde “ - *Contra os canalhas somente agindo como um canalha.*” “ - *Eu minto por uma causa justa*”.

Figura 04 - A enciclopédia com a foto do tubarão



Fonte: O filme *O Bem Amado*, 2010

No decorrer do filme, a corrupção do prefeito é mostrada, tanto o desvio de verba pública para construir o cemitério bem como o “caixa dois”, e Vladimir de Castro utilizando a imprensa para colocar a opinião pública contra o prefeito. Muros da cidade são pintados com os dizeres “ *Abaixo o Hitler de Sucupira*”, e no jornal manchetes como “ *Pastor de Urubus*”, “ *Cemitério de Anões*”. Vladimir de Castro até liderou agricultores para invadir o cemitério em nome da “Reforma Agrária”. O prefeito agitado resolve negociar com o dono do jornal depois que descobriu que ele sonega impostos. E o trato é 50% do dinheiro público desviado da prefeitura com dedução dos impostos sonegados para convencer a bancada da oposição a votar contra o “impeachment”. Após o assassinato de uma das amantes do prefeito ( Dulcinéia) o prefeito é acusado de

induzir o marido traído ( Dirceu Borboleta) a cometer tal crime. A população enlouquecida invade a prefeitura, enquanto xerife nomeado Zeca Diabo assassina o prefeito. E então, o cemitério é inaugurado com o túmulo do prefeito Odorico Paraguaçu e quem faz as honras é Vladimir de Castro que se torna o novo prefeito da cidade de Sucupira.

Neste resumo da narrativa do filme “O Bem Amado” podemos observar a falta de ética do dono do jornal “A Trombeta” em colocar a opinião pública contra o prefeito Odorico Paraguaçu, com manchetes sensacionalistas e criação de factóides. Como detentor do único jornal da cidade, utiliza-se do seu poder para manipular a população. Sem escrúpulos e corrupto, já que sonega impostos, negocia com o prefeito Odorico Paraguaçu a bancada dos vereadores da oposição para votar contra o impeachment. E na realidade ele compra os vereadores do partido do prefeito para votar contra ele. Ou seja, ele utiliza de todos os mecanismos que possui como detentor da imprensa local para se tornar o prefeito, com ambição e sem ética, o personagem retrata o jornalista vilão representado no cinema.

### **A produção da notícia (*Newsmaking*)**

No filme “O Bem Amado” o dono do Jornal “A Trombeta” utiliza o poder que emana da imprensa, como emissor de notícias para manipular a opinião pública a seu favor e assim através da difamação do Prefeito Odorico Paraguaçu, conseguir se eleger.

Hohlfeld (2011) nos informa que, o jornalista em algumas ocasiões age como sendo tutor e pedagogo, principalmente quando uma nação enfrenta uma ditadura, como no Brasil na década de 70, ou em circunstâncias em que os meios de comunicação além de denunciar, promove e julga. Tomando essa atitude, freqüentemente as personalidades públicas envolvidas em problemas da administração são condenadas antes das decisões judiciais. Muitas vezes, as autoridades públicas são absolvidas na justiça por falta de provas concretas.

Vale ressaltar que a credibilidade que detém o jornalista no mercado baseia-se em seu histórico de vida e do seu papel atuante na sociedade, trazendo confiabilidade às notícias divulgadas. Porém, acreditamos que o jornalista deve manter o seu papel restrito ao de informar e não julgar ou condenar.

Esse tipo de auto-suficiência do jornalismo provocado pela perspectiva do *newsmaking*, coloca o processo comunicacional com absoluta autonomia frente as outras categorias sociais principalmente aquelas que de direito competem agir, legislar e julgar. Acreditamos ser um grande erro pensar a perspectiva do *newsmaking* dessa maneira. Logo, também ser essencial para o nosso estudo aprofundar na sua conceituação. Como bem diz Hohlfeld (2011), a hipótese do *newsmaking* enfatiza a produção de informações, ou seja, transformação dos acontecimentos diários em notícia. É em cima do emissor, enquanto profissional da informação que interliga criteriosamente e com competência o acontecimento - o fato - e a narrativa - sua representação, que se concentra a atenção desse estudo.

A abordagem do *newsmaking* como nos coloca Wolf (2003), é articulada sobretudo dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e os processos produtivos. O intercâmbio que há entre esses dois aspectos forma o aspecto central desse tipo de pesquisa.

A finalidade de qualquer que seja o órgão de informação é de prover relatos de acontecimentos significativos. Embora, esse objetivo seja claro, a realidade nos mostra que é um processo complexo. Pois, o dia a dia no mundo é formado por uma abundância de acontecimentos. Logo, são esses acontecimentos que o órgão de comunicação deve selecionar. Para isso, faz-se necessário reduzir todos os fenômenos a classificações específicas. Essas exigências são indispensáveis devido a grande ocorrência de fatos, sendo assim para produzir notícias os órgãos de informação devem obedecer a três obrigações, segundo Wolf (2003), devem reconhecer um fato desconhecido como acontecimento notável; elaborar formas de relatar os acontecimentos sem a pretensão de dar para cada fato um tratamento idiossincrático; organizar o trabalho temporal e espacialmente de uma maneira que os acontecimentos que serão notícias possam fluir.

A possibilidade de um fato ocorrido se transformar em notícia é formada pelo conjunto dos requisitos exigidos dos acontecimentos, tanto pela estrutura do trabalho nos órgãos de informação como pelo profissionalismo dos jornalistas, para que o acontecimento se torne uma notícia publicável. Quando o acontecimento não adquire o estatuto de notícia, ele facilmente se perde entre a “matéria-prima” que não foi possível ser transformada em notícia pelos órgãos de informação, logo não fará parte dos



conhecimentos do mundo disponibilizados pelos meios de comunicação de massa. Definir e escolher o que é noticiável e o que não o é, são orientações pragmáticas, ou seja, primeiramente para a “factibilidade” de um produto informativo devem observar o tempo e os recursos, entre outras coisas.

Dentre os vários temas que interage com o *newsmaking*, Hohlfeldt (2011) cita os estudos sobre *gatekeeping* ou *filtragem* de informação, que são completamente distintos da censura, por estar mais atrelada às *rotinas de produção* da informação. Os estudos sobre *newsmaking* (fazedores/criadores de notícia) apareceram justamente em torno dos processos de *gatekeeping* examinados por Kurt Lewin em 1947.

Wolf (2003) coloca que, os estudos sobre *gatekeeping* relacionava o conteúdo dos jornais ao processo de seleção de notícias pelo “guarda de cancela”, e os estudos posteriores sobre a produção de notícias trabalhavam a imagem da realidade social dada pela mídia de massa. O conceito de manipulação visto antes, como uma distorção intencional de notícias com intuítos políticos ou pessoais, por ser limitador das perspectivas dos que fazem críticas a mídia de massa, passou a ser visto como distorções voluntárias e a breve prazo. Este conceito tende a uma posição de equilíbrio, as notícias podem ser eliminadas por influência de poder político e comercial. Dois limites são decisivos nesta questão, um diz respeito à dificuldade de situar essa posição de equilíbrio. O outro diz respeito, a admitir que essas várias influências possam ser eliminadas caso os jornalistas se libertassem dos vínculos que os ligam. Para isso, os jornalistas deveriam possuir uma autonomia profissional que conferissem a eles uma imparcialidade incorrupta e uma formação integral.

Diante da teoria exposta, podemos relacioná-la com a cena do filme “O Bem Amado” de Guel Arraes, quando o dono do jornal “A Trombeta” Vladimir de Castro (Tonico Pereira) cria um factóide, na manchete da capa com os dizeres “Tubarão em Sucupira”, levando o pânico aos banhistas, a fuga dos turistas da cidade com fins meramente políticos, para desequilibrar as contas públicas da cidade e conseqüentemente levar o prefeito Odorico Paraguaçu a desviar dinheiro da prefeitura para a construção do cemitério público. O dono do jornal retratado no filme à semelhança da grande maioria dos políticos da vida real que possuem Jornais, concessão de emissoras de rádio e/ou de TV apenas para servir de suporte para

propagar a sua ideologia política e, principalmente através de matérias editadas para convencer a opinião pública, sutilmente ou não.

Ninguém vota num político “televisivo” porque a tevê manda, à maneira manipulativa do Grande Irmão orwelliano, e sim porque fez sua escolha a partir de um cenário – que a tevê cria por notícias convenientemente editadas, dramas, espetáculos, entrevistas, comentários -, na verdade, uma agenda, uma “agenda” sub-reptícia do que deve ser o político ou do que deve fazer o eleitor para torna-se compatível com a modernidade apregoada pela economia de mercado, que por sua vez sustenta a televisão (SODRÉ, 2010, p.28).

É interessante, mas ao mesmo tempo em que exige cautela, relacionar a citação ambígua e sutil de Sodré (2010) com o filme “O Bem Amado”, ao contextualizar a época e o espaço em que a história se desenvolve. Em uma cidade praiana do nordeste, na década de 70, a média utilizada não   a TV, mas a imprensa. O dono do jornal   quem transforma os acontecimentos em notícia, sem imparcialidade incorrupta e nem profissionalismo jornalístico. Sem nenhuma  tica, essencial para quem trabalha com comunica o, o dono do jornal “A Trombeta” cria fact ides - Manchete “ Tubarão em Sucupira”, cria acontecimentos ( invasão dos agricultores no cemitério ), inventa apelidos para o prefeito (Hitler de Sucupira| Pastor de urubus) e o cemitério ( de Anões), ou seja, não se distancia das noticias. Muito pelo contrário, ele está presente em todos os passos do processo de transforma o de “fato” em “notícia” - representa o : desde a descoberta do acontecimento, sua sele o e escolha seguidos de sua transforma o em notícia, e sua posterior publica o.

### **A  tica na comunica o**

Podemos ao analisar o comportamento do dono do jornal “A Trombeta”, constatar que a pessoa física de Vladimir de Castro, líder do partido revolucionário, principal opositor do Prefeito Odorico Paraguaçu se confunde com a pessoa jurídica, dono do jornal e principal redator das noticias. Ele agiu somente baseado no seu querer individual, não se importando com o bem estar coletivo. A vontade de ser prefeito prevaleceu diante do seu compromisso com a notícia verdade.

Christofoletti (2008) explica que assim como a moeda tem duas faces, a ética também possui duas dimensões, uma individual e outra social. Em relação à ética individual, são os valores pessoais que são priorizados, as convicções morais trabalhadas pelo indivíduo. Já a ética social, diz respeito aos valores que fomos assimilando no convívio escolar, familiar, religioso. Essa condição dupla face da ética é a razão das nossas decisões não poderem ser levadas para um dos lados, pessoal ou social.

Caso a ética apresentasse apenas a dimensão individual, todos os nossos atos girariam em torno do que queremos sem nos preocuparmos com que os outros pensam ou esperam de nós. A nossa conduta seria apenas de caráter individualista como consequência das nossas emoções e razões. Em muitas ocasiões na vida, tomamos atitudes que contrariam nossa vontade, evitando assim não ofender as pessoas da nossa convivência. Escolhas e atitudes são tomadas no dia a dia com o objetivo de evitar desgastes desnecessários e assim equilibrar interesses. Dessa maneira, os nossos valores privilegiam a comunidade da qual fazemos parte, de acordo com o “contrato social” do filósofo francês, Rosseau.

No exercício do jornalismo não é diferente, diariamente o editor é questionado se uma foto de um suspeito de um crime pode sair na capa do jornal, então ele apela não somente para sua consciência como também para as regras sociais (linha editorial da empresa, imagem do perfil moral do seu leitor, contexto sociocultural e histórico..). A sua decisão é baseado na análise desses elementos. E caso, o editor decida publicar a foto do suspeito na capa do jornal, ele tem que pensar nas consequências desse ato. O poder requer responsabilidade, pois a atitude do jornalista poderá ocasionar estragos à imagem do por enquanto apenas suposto criminoso, além de prejuízos financeiros (vide o rumoroso e emblemático caso da Escola Base e o jornal Folha de São Paulo).

Se a conduta ética do dono do jornal “A Trombeta” Vladimir de Castro retratado no filme “O Bem Amado” fosse analisada de acordo com o Código de Ética dos Jornalistas brasileiros (2007), a personagem citada estaria em desacordo em vários incisos, do capítulo I – Do direito à informação, artigo 2º :

*I – a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica.;*

*II – a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;*

Em relação a manchete sensacionalista “Tubarão em Sucupira”, que teve uma foto de tubarão retirada de uma enciclopédia ( ver figura 04), o artigo 12 dos deveres do jornalista, no seu inciso V diz, - *rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações;*

No entender de Fidalgo (1997) os jornalistas diante da transformação veloz dos *media*, de quebra de paradigmas, de crise ética e sede de poder devem buscar a virtude da distância que consiste em saber conservar as distâncias, o que não significa ignorar as coisas, não aprofundar, investigar os fatos da notícia, atrasar a notícia ou noticiar os fatos. E sim, conservar as distâncias do acontecimento, ou seja, a exigência de estar no momento em que os eventos ocorrem impele a uma atitude próxima, então confunde-se objetividade com vivência. Pode-se estar presente e mesmo assim manter a distância necessária para se ser objetivo.

A profissão de jornalista é caracterizada pelo seu poder investigativo, e este nasce da atitude de distância. Mesmo estando totalmente inserido no acontecimento o profissional da comunicação deve possuir a capacidade exigida para discernir o que é a notícia. Não basta apenas ter todo o conhecimento teórico e ler todos os manuais de ética, é necessário saber vivenciar na prática atitude de distanciamento, é vivenciá-la no dia a dia profissional. Enfim, dar primazia à objetividade – atenção devida ao objeto – muito em detrimento de subjetividades – visão particular e por vezes falseada do sujeito que acumula a função de narrador.

### **Considerações finais**

Como anteriormente dissemos este nosso texto teve como objetivo discutir a representação do jornalista vilão no cinema, o que manipula a notícia com fins pessoais, exemplificando com o personagem do Filme “O Bem Amado” de Guel Arraes. Muitos filmes de diferentes épocas já retrataram o profissional da comunicação no cinema, em alguns ele é o herói e em outros ele é o vilão. O jornalista sem

escrúpulo é aquele que age impulsionado pelo furo jornalístico a qualquer preço. E esse tipo é o mais representado no cinema, está presentes em filmes como “Redes de intrigas”/ *Network*, de Sidney Lumet ( USA - 1976), “A Montanha dos sete abutres”/ *The big carnival* , de Billy Wilder ( USA-1951), “A embriaguez do sucesso”/ *Sweet smell of success*, de Alexander Mackendrick ( USA -1957), *Crônicas/Crônicas* de Sebastián Cordero ( México/Equador -2005) dentre muitos outros .

No filme “O Bem Amado” (2010) de Guel Arraes , o dono do jornal “A Trombeta” Vladimir de Castro (Tônico Pereira) representa o profissional da comunicação inescrupuloso, como ele próprio diz irônica e paradoxalmente “*Eu minto por uma causa justa*” e “ *contra os canalhas somente agindo como um canalha*” , não tem profissionalismo jornalístico, não tem ética e coloca os objetivos pessoais acima do profissional.

Partindo da premissa que o Cinema pode ser visto como um meio de comunicação, é que acreditamos que os filmes expõem exemplos que suscitam discussões. Dessa forma, os jornalistas representados no cinema, principalmente o vilão, constituem-se em oportuna fonte de discussão e reflexão para os pesquisadores e profissionais de comunicação. Jornalistas terão a oportunidade de encontrar nos filmes as representações de modelos contraditórios no mercado, e a optarem pela conduta e papel que eles terão de assumir baseados nos valores morais e éticos que a profissão exige.

## Referências

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à Internet. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2008.

**Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.** Disponível em:

<<http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigodeeticadosjornalistasbrasileiros.pdf>>  
Acesso em: 22 jan.2014.

FIDALGO, Antônio. **A distância como virtude:** Considerações sobre ética da comunicação. Disponível em:<[bocc.ubi.pt/pag/fidalgo\\_distancia.html](http://bocc.ubi.pt/pag/fidalgo_distancia.html)> Acesso em: 22 jan. 2014.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teoria da Comunicação:** conceitos, escolas e tendências. 11. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

**Jornalistas não prestam no cinema.** In: Observatório da Imprensa. 26 jul.2005.

Disponível em: [observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/jornalistas\\_ao\\_nao\\_prestam\\_no\\_cinema](http://observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/jornalistas_ao_nao_prestam_no_cinema)> Acesso em: 17 jun. 2015.

NOGUEIRA, Lisandro. **Cinema e jornalismo:** o melodrama e a tragédia moderna.

Disponível em: <[Revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/.../3685](http://Revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/.../3685)>  
Acesso em: 08 jan. 2014.

PAIVA, Claudio Cardoso de. **Os jornalistas, os jornais e outras mídias no cinema:** um estudo sobre ética e representação na arte cinematográfica. Disponível em:

<[http://www.bocc.ubi.pt/pag/paiva\\_claudio\\_jornalistas\\_no\\_cinema.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/paiva_claudio_jornalistas_no_cinema.pdf)> Acesso em: 20 jan.2014.

SCHETTINO, Paulo B. C. **Da pedra ao nada – a viagem de imagem.** São Paulo: LCTE Ed., 2009.

SODRE, Muniz. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

TRAVANCAS, Isabel. Jornalista como personagem de cinema. Disponível em:

<[www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf)> Acesso em: 08 jan.2014.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

### **Filme consultado**

O BEM amado. Direção de Guel Arraes. Brasil. Globo filmes et.al. 2010. Dvd, 108min.