

AS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO NO CINEMA: NEWSMAKING, AGENDA SETTING E ESPIRAL DO SILÊNCIO NOS FILMES “O INFORMANTE” E “SPOTLIGHT”¹

DOI: 10.46848/0405228

Adriana C. Omena Santos²
Ana Luiza P. Costa
Clarice Bertoni Cunha
Gustavo V. Ribeiro
Mariana S. Corrêa³

Resumo

O texto apresenta resultados de pesquisa acerca da relação entre os meios de comunicação e a representação de teorias e hipóteses da comunicação presentes na vida cotidiana. Trata especificamente de conceitos como *newsmaking*, *agenda setting* e espiral do silêncio e coloca em evidência a presença de teorias da comunicação na rotina profissional dos jornalistas. Teoricamente aborda os conceitos supracitados e chega ao foco da pesquisa que é a verificação da presença das teorias da comunicação na representação do jornalismo, das rotinas de produção das notícias e da prática jornalística presentes nos filmes *O Informante* e *Spotlight*. Desta forma, analisa os filmes e tece reflexões acerca dessa proximidade entre a (des) construção da imagem de pessoas e fenômenos pela mídia e como o jornalismo lida com tais situações de tematização e silenciamento frente aos escândalos políticos ou financeiros.

Palavras-chave: *Newsmaking*; *agenda setting*; espiral do silêncio; teorias da comunicação; cinema.

Os meios de comunicação e o cotidiano

Em sociedades integradas por um sistema consolidado de comunicação, inúmeros fatores serviram para transformar os meios de comunicação e a indústria de conteúdo, principalmente a TV, cinema e internet nos principais canais de informação, em que estes assumem também o papel de instituições políticas da atualidade.

Neste contexto, os meios de comunicação de massa modificaram e continuam modificando toda a percepção da realidade conhecida. Como expõe Thompson

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Publicitária, Mestra e Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, tutora do PET Educomunicação, professora no curso de Jornalismo e no Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia.

³ Bolsistas, não bolsistas e colaboradores do PET Educomunicação e da pesquisa realizada no âmbito da disciplina Teorias da Comunicação no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia.

(1995), a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, alterações de grande porte ocorreram, modificando assim os processos de interação social. A partir do momento em que a mídia se torna parte do cotidiano dos cidadãos comuns, é difícil pensar a realidade social sem considerá-la em toda sua capacidade de influenciar decisões, ações e, principalmente, concepções de mundo.

Ao abordar a temática relacionando-a com os processos políticos, Miguel (1998, p.122) se refere à capacidade dos veículos de comunicação de influenciar a sociedade e afirma que “aquilo que os meios de informação veiculam ou deixam de veicular é significativo do ponto de vista da percepção da realidade social que estará disponível para seus consumidores”. Cabe acrescentar, em tal reflexão, o fato de que, antes da veiculação, as notícias passam por um processo de produção que deve considerar o papel das fontes, do próprio jornalista e as situações específicas da profissão como os critérios de noticiabilidade ou as rotinas de produção.

Frente aos desdobramentos do processo de produção das notícias, a hipótese do agendamento tem como pressuposto a ideia de que os meios de comunicação não são capazes de determinar o que os receptores vão pensar sobre determinado assunto, como propunham as primeiras teorias comunicacionais, mas, sim, que eles determinam sobre o que pensar e falar. Assim, a partir da agenda proposta pela mídia, o público irá, a médio e longo prazo, incluir determinados assuntos em suas agendas pessoais. Para Barros Filho (1995), o agendamento é um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, determina os temas sobre os quais o público falará e discutirá.

Outro conceito importante para a análise é apresentado por Elisabeth Noelle-Neumann (1993) quando trata a opinião pública, considerada de função latente e como instrumento que pressiona as mentes, de modo que o indivíduo passa a duvidar de seus conceitos, reconhecendo possibilidades de equívoco. Frente a isso, um novo conceito de opinião pública é formulado: a conexão da controvérsia – em que alguém é capaz de se expressar sem o risco do auto isolamento –; que tem como fontes a mídia e a observação imediata do meio ambiente, do que as outras pessoas pensam e do que elas expressam em público.

Chega-se, desse modo, ao questionamento central da pesquisa que observa a relação mídia e cotidiano e o papel do jornalismo e do jornalista em fenômenos reais

representados no cinema, em especial nos filmes *O Informante* e *Spotlight – segredos revelados*. A proposta foi analisar esta relação entre a realidade e sua interface com as teorias da comunicação e sua representação no cinema.

Para o desenvolvimento deste artigo, foi realizada revisão bibliográfica que subsidiou uma pesquisa descritiva – documental que focaliza a produção jornalística e o papel do jornalismo na produção das notícias, agendamento de temas na sociedade e na opinião pública acerca dos temas agendados. A seleção do veículo cinema e das produções de conteúdos cinematográficas como objeto da análise se deu devido às características inerentes ao próprio meio ao representar fenômenos como a pedofilia, e o lobby norte americano da indústria de tabaco e profissões da sociedade contemporânea como o jornalismo nesse contexto.

As teorias da comunicação na vida e no cinema

Existe razoável consenso de que o objetivo maior do jornalismo deve ser informar e o do cinema entreter. Há momentos, contudo, que o cinema consegue entreter e ao mesmo tempo informar. Em situações em que ocorre a interseção entre entretenimento e informação, o cinema e suas produções passam a ser objetos que merecem maior atenção por parte dos pesquisadores nas mais diferentes áreas, como imagem e som, história e mesmo na comunicação.

Entre inúmeras produções hollywoodianas, os filmes *O Informante* e *Spotlight – segredos revelados* são importantes objetos de análise para as Teorias da Comunicação. Isso se deve, entre outros aspectos, pelo fato de serem baseados em acontecimentos reais e, assim, retratarem o cotidiano de empresas de mídia informativa (jornais) e as rotinas das práticas jornalísticas e de produção das notícias. Tal como na realidade, nos filmes são mostradas como funcionam, na prática, algumas teorias/hipóteses contemporâneas da comunicação e do jornalismo como o *newsmaking*, a *agenda setting* e a espiral do silêncio.

Os filmes *O Informante* (*The Insider*, 1999, 157 min) e *Spotlight* (*Spotlight*, 2015, 129 min) são produções estadunidenses que, ao retratar episódios emblemáticos no jornalismo investigativo, contextualizam questões como a ética, o papel do jornalista e a importância das fontes, dificuldades durante as investigações, o silêncio (neste ponto, influenciado por fidelidade, conivência, medo ou cumplicidade), influência financeira,

critérios para o agendamento de uma notícia, entre outros fatores. Para que sejam compreendidas algumas dessas questões em comum entre os longas-metragens, é imprescindível utilizar-se de estudos científicos os quais tangem ou exploram esta temática.

O Informante é um drama investigativo que narra o caso de um ex-funcionário da empresa tabagista Brown & Williamson, que assina um contrato de confidencialidade que o impede de falar sobre as substâncias utilizadas pela empresa que são maléficas à saúde, mas, ao conhecer o jornalista do jornal *60 minutos*, é incentivado a dar uma entrevista reveladora que romperia com o contrato e colocaria sua família em risco em prol da denúncia.

Baseado em fatos, *O Informante* conta a história de Lowell Bergman (Al Pacino), jornalista da emissora CBS, produtor do programa *60 minutos*, de maior audiência nos EUA, e Jeffrey Wigand (Russell Crowe), cientista e ex-funcionário pesquisador da tabacaria Brown & Williamson, que após discordar de práticas da empresa, é demitido e coagido a assinar um acordo de confidencialidade. O cientista acaba sendo convencido pelo jornalista e produtor do programa de televisão *60 minutos*, da rede de TV CBS, a dar uma entrevista revelando que a indústria, além de reconhecer que a nicotina vicia, adicionava substâncias para potencializar esse efeito. Chama a atenção, na apresentação do perfil do personagem Lowell Bergman e do programa *60 minutos* (ou seu apresentador) ser caracterizado pelo fato de levar ao ar temas e entrevistados com os quais outras emissoras não conseguem por serem consideradas de difícil acesso.

Especificamente acerca do programa com Jeffrey Wigand, o filme mostra que assim que o produtor finaliza o programa, este é vetado pelo editor com a alegação de que a veiculação iria contra os interesses da empresa. Com medo de represálias vindas da indústria do tabaco, a CBS se recusa a transmitir a entrevista. É possível associar esse veto do editor com o fenômeno conhecido como *Gatekeeping*, conceito usado pelo editor que define o que será noticiado de acordo com o valor-notícia da informação e a linha editorial do veículo.

Uma versão alternativa do programa é produzida, e nela, a entrevista reveladora do executivo não é divulgada. Aqui, temos um exemplo da teoria do *Newsmaking*, com a construção de uma versão da realidade. O jornalista seleciona o que chegará até o público ou não; sendo assim, a notícia passa por filtros até que ela seja divulgada.

O produtor do programa não admite ser usado como instrumento de ação política da CBS, e trabalha para colocar a versão na íntegra do programa no ar. Com isso, passa de produtor a informante, denunciando o acordo de silêncio da CBS a outras redes de comunicação.

Ao final a entrevista em sua primeira versão, enfim, vai ao ar e o produtor pede demissão da empresa, pois, como profissional comprometido com a fonte e com a verdade, não admite não poder proteger seus informantes e contar com a independência do jornalismo que faz.

Uma ode ao jornalismo, à medida que leva para o cinema uma das mais importantes reportagens do século XXI, o filme *Spotlight: Segredos Revelados*, dirigido por Thomas McCarthy, aborda a investigação jornalística de um time especial do jornal *The Boston Globe*, que mostra a convivência da arquidiocese de Boston com padres pedófilos. O principal cenário do enredo de *Spotlight* é a redação do jornal *Boston Globe*, que, em uma coluna especialmente dedicada a investigações, os jornalistas pretendem – ainda que sem pleno consenso – denunciar casos de pedofilia dos padres da Igreja Católica na cidade.

Foi preciso a chegada de um editor-chefe vindo da Flórida, e de origem judia, para lançar um novo olhar sobre o problema evidente e incumbir a *Spotlight* – time de repórteres especiais do jornal – de aprofundar a investigação dos indícios de abuso, rompendo com a *Espiral do Silêncio* que pairava por décadas.

A partir da primeira denúncia, cerca de 600 matérias sobre a denúncia foram publicadas, resultando na acusação de abuso sexual contra 249 padres e irmãos da Arquidiocese de Boston. Casos similares, também de abuso sexual, também foram descobertos em todo os Estados Unidos e ao redor do mundo, incluindo o Brasil.

As análises permitem relacionar os filmes com o *newsmaking*, hipótese que se refere ao processo de produção das notícias, do papel dos valores-notícia ou critérios de noticiabilidade, da figura do *gatekeeper* e do processo de *gatekeeping*. Tal fenômeno é facilmente notado em ambos os filmes. Da mesma forma, o *newsmaking*, conceito abordado em Teorias da Comunicação, discorre sobre o processo de construção de uma matéria, ou seja, quando um acontecimento passa a ser notícia. Para definir o que são ou não notícias, os jornalistas usam critérios de noticiabilidade, em que os acontecimentos

são avaliados por fatores externos (de interesse/relevância social) e fatores internos (interesse pessoal ou editorial).

Em *Spotlight*, o jornalista Walter Robinson revela em dado momento que recusou, no passado, informações oficiais sobre os abusos dos padres por estar confortável em sua seção do jornal, não vendo noticiabilidade no tema, além do medo de ser mal visto devido à reportagem. Além disso, todos os jornalistas, até mesmo os de outros jornais, evitavam falar sobre tais abusos, principalmente pela influência da igreja católica na cidade de Boston, o que poderia acarretar em sanções pesadas e até mesmo na diminuição de vendas de jornais e assinaturas, uma vez que 53% dos assinantes eram católicos. A equipe é encorajada à conclusão do trabalho pelo editor chefe recém-chegado no jornal, Marty Barton, que reconhece a importância da temática para a sociedade.

No filme, tudo começa quando Marty Baron é contratado. Ele é judeu e ao ler uma matéria do jornal que para os outros jornalistas não causou tanto impacto, propõe uma investigação aprofundada sobre o tema. Pode-se avaliar que o fato de ser judeu e da notícia acusar alguns padres, o editor entende como uma oportunidade de crítica às instituições católicas, o que indiretamente impacta a fé dos seguidores. Não por motivo de ódio a outra religião, mas por não estar com tanto receio de acusar a igreja católica como os demais jornalistas que nasceram e frequentavam igrejas nessa prática religiosa. Os fatores internos de interesses pessoais, além da relevância social, influenciaram o editor-chefe a tornar o acontecimento uma notícia.

O interesse do editor-chefe era não colocar a culpa apenas nos padres, mas na instituição. Para isso, toda a apuração é voltada para divulgar que a igreja tinha conhecimento dessas ocorrências e escondia os culpados; no entanto, o jornal poderia ter como notícia apenas o fato que alguns padres molestavam crianças. Na cena em que o editor Walter Robinson ameaça uma fonte, ele diz que possui duas matérias, ou seja, de acordo com o interesse daquele momento o jornalista poderia manipular a matéria, com intuito de afetar grupos específicos: apenas aos padres, advogados ou a instituição católica como um todo.

Dois das importantes fontes dizem já terem enviado anos atrás alguns materiais que comprovem os crimes de pedofilia cometido por padres. Todavia, esta mesma notícia (que se tornou relevante ao ponto de estar como matéria da edição especial do jornal) não tinha recebido tal importância mesmo com a existência de critérios de relevância social

para se tornar notícia. Isso mostra que além dos critérios de interesse social, há os interesses pessoais e, principalmente, editorial.

Já o que ocorre no filme *O Informante* é a representação de que o programa com a entrevista do executivo sofre censura pelo setor jurídico-econômico da empresa e que os advogados levaram o apresentador a produzir uma versão alternativa dos 60 minutos, pois acreditavam que uma denúncia à indústria do tabaco poderia levar o canal a sofrer sanções jurídicas. Ademais, o filme mostra que uma das advogadas estava interessada nos lucros da venda da emissora e, caso acontecesse um processo, a negociação poderia ser prejudicada.

Em uma de suas falas, o jornalista Lowell Bergman, para justificar uma de suas matérias, diz que o papel dele enquanto jornalista era verificar a veracidade e relevância social de um acontecimento, para então publicá-lo como notícia. Entretanto, ao longo do filme, é possível ver que a veracidade e o interesse público não são suficientes para convencer o jornal de que um fato deveria ser publicado.

A CBS, principalmente a corporação, sabia que quanto maior a veracidade, maior seria o dano; frente a isso, tinham o desejo de manipular o que seria “a verdade”. Não obstante, nota-se no filme a verdade do veículo/corporação não seria a totalidade dos fatos.

Os advogados que cuidavam da parte legal e administrativa da empresa queriam manipular (omitindo e recortando) a matéria que os jornalistas haviam feito. A justificativa utilizada era que isto seria necessário para evitar um processo por parte da indústria de cigarro; mas, um dos próprios jornalistas descobre que o motivo real poderia ser a desvalorização da empresa (que tinha a possibilidade de ter suas ações vendidas), ou seja, o critério de noticiabilidade dos donos da CBS era seus próprios interesses comerciais.

Para Bergman, o fato deveria se tornar notícia em sua totalidade factual pela relevância e pelo impacto direto à saúde pública. Seus critérios de noticiabilidade eram diferentes dos critérios e interesse do dono do veículo. Por isso, havia o conflito entre se; como e o que publicar. Em crítica, ele mesmo disse em uma das cenas que a liberdade de imprensa só existe para os donos do meio de comunicação que, em última instância, é quem define o que vai ser ou não notícia.

Entre os pontos convergentes da hipótese do *newsmaking* nas duas obras está o relacionamento com as fontes, a busca por fontes oficiais, bem como a importância e interesse pelo tema. Nos dois casos, é possível notar procedimentos comuns na prática profissional de captação, seleção, edição e distribuição das informações. Um ponto importante também é que nos casos ocorreram denúncias a corporações, o que torna um fato mais noticiável de acordo com a cultura da mídia.

No livro de Douglas Kellner sobre a cultura da mídia são feitas análises acerca da indústria midiática e suas representações. O autor esclarece que a cultura da mídia coloca à disposição imagens, símbolos e mensagens as quais têm como objetivo gerar afinidade, identificação e aproximação de um determinado público (KELLNER, 2001). A compreensão dessa ferramenta pós-moderna é condizente com a reconstrução da aparência e da imagem e, em linhas gerais, as propagandas de cigarro dos anos 1980 prometem essa nova perspectiva aos usuários. À medida que esta imagem do cigarro foi sendo superada, novas providências foram necessárias na indústria do tabaco, que é alvo da investigação no filme *O Informante*. A fonte revela que a indústria tabagista alegava, com o intuito de manter a alta lucratividade, que certas substâncias eram inofensivas ao corpo humano e que não causam males à saúde, quando, na verdade, elas incitavam propositalmente a dependência química.

Neste ponto, é possível recorrer às considerações de Sodré (2001) para elucidar a comunicação como tudo aquilo que não deve permanecer isolado e, para isso, recursos de veiculação, atração ou mediação devem ser usados. Há, portanto, vastas e inúmeras ressalvas a serem feitas aos produtos imagéticos referentes à cultura da mídia contemporânea que, muitas vezes, apresentam evidentes problemas na ressignificação de um produto, como, por exemplo, tirá-lo de um contexto problemático para que seja socialmente aceito, como o consumo de cigarros na trama em questão. Pode-se dizer que a potencialização do consenso da opinião pública é bem-sucedida se o público se identificar com o produto ou com a identidade associada a ele, o que não significa que essa posição será bem definida e estável; pode-se assumir, em pouco tempo, outra conotação, reconstruída. Em ambos os dramas, esta reconstrução da imagem do cigarro e da igreja é consequência da revelação feita pelos jornais.

É importante ressaltar que as obras apresentam forte presença das teorias da comunicação em especial os conceitos de *agenda setting* e espiral do silêncio. O

agendamento ocorre quando a notícia está tematizada/agendada, ou seja, já possui repercussão diferentes veículos de comunicação. Segundo esta corrente teórica, os meios de comunicação elencam para o leitor, telespectador etc. os temas sobre os quais ele deve colocar sua atenção.

Segundo a hipótese da *agenda setting*, a reincidência de determinado tema na mídia faz com que a população passe a pensar mais sobre o assunto. O agendamento de uma temática pode ocorrer pelo aparecimento dele por dias seguidos no mesmo veículo até que este tenha incidência em diversos veículos no mesmo período, mesmo que com opiniões diferentes em cada um deles. A hipótese diz que o receptor não é necessariamente induzido quanto ao que pensar, como defendia a teoria da agulha hipodérmica, mas com o reaparecimento do tema este passa a ter importância e o receptor passa a pensar sobre o assunto tematizado/agendado.

No filme *O Informante*, por exemplo, quando contestado sobre a veracidade da fonte, o jornalista disse que o depoimento tinha sido considerado verdadeiro pelo Estado do Mississippi, mas a advogada rebate com a seguinte fala: “Nós temos que ter o padrão maior que o dos outros, porque na realidade somos o padrão para os outros”. Ou seja, a opinião dos leitores era algo secundário, já que o jornal se importava apenas com sua reputação.

A hipótese do agendamento é constatada mais fortemente no filme *O Informante* do que em *Spotlight*. De início, o agendamento sobre a denúncia contra a indústria do tabaco era necessário para que a opinião pública estivesse ao lado Jeffrey Wigand, o executivo que estava realizando a denúncia. Esse apoio da opinião pública era necessário pois, ao denunciar, o personagem estava propenso a sofrer sanções provenientes do contrato de sigilo. Desse modo, como de início a entrevista não foi ao ar em sua totalidade, as empresas aproveitaram para difamar o denunciante, comprometendo a credibilidade de sua palavra. Tanto as acusações feitas contra ele quanto as defesas que foram realizadas pela empresa caracterizam um agendamento devido ao executivo como temática.

Outros temas agendados foram os problemas internos da CBS, com destaque especial para o fato de que estavam ocultando denúncias, que, ao vazarem para a mídia, foram amplamente divulgadas por outros jornais. Por fim, após a veiculação da entrevista com a denúncia de Jeffrey Wigand completa, o impacto social causado foi tão grande que o assunto foi agendado em outros veículos. A denúncia se desenrolou tanto que a indústria

de cigarros teve que indenizar pessoas em mais de 50 estados, num valor total de 246 bilhões de dólares. Nota-se, portanto, que além da capacidade de agendamento sobre o que as pessoas iriam discutir, a CBS agendou o tema para as outras emissoras. Com os objetivos de darem outro enfoque para o furo de reportagem da CBS, outros veículos se empenharam em mostrar os fatos que desmentiam a matéria da emissora, além de ressaltar o próprio erro da emissora em não querer publicar a denúncia sobre as indústrias de tabaco. Sendo assim, mesmo com diferentes vieses, o tema estava agendado em todas as grandes mídias.

No filme *Spotlight*, tal fenômeno é evidenciado em dois momentos. O primeiro ocorre durante o processo de produção da matéria acerca das crianças molestadas, que foi interrompido quando os Estados Unidos sofreram os ataques de 11 de setembro de 2001 e a catástrofe certamente foi tema agendado entre as mídias. Até mesmo a equipe especializada do *Spotlight* para a investigação foi convocada para cobrir a notícia das torres gêmeas. Por ser um tema que envolve toda a população e uma preocupação nacional, os jornais abordaram o assunto por um longo período, de maneira que até mesmo as pessoas que não se importaram num primeiro momento com dados específicos da tragédia passam a refletir sobre o terrorismo no seu país com o decorrer do tempo.

Outro momento em que se pode notar o agendamento é quando a equipe publica a matéria produzida sobre a pedofilia na igreja. Após a primeira reportagem o assunto foi de tal impacto na população que o *Boston Globe* publicou centenas de artigos sobre o tema ao longo dos meses que se seguiram. Como resultado, o tema foi abordado também em outros veículos. Isso se evidencia no fato de que foram encontradas mais de mil pessoas que sofreram abusos de padres e tais escândalos não se limitavam à cidade ou ao país.

Outro fenômeno comunicacional observado nos filmes é a presença da Espiral do Silêncio uma teoria proposta pela cientista alemã Elisabeth Noelle-Neumann, que descreve um fenômeno em que os agentes sociais não expressam publicamente opiniões diferentes daquelas consideradas dominantes por medo do isolamento de seus grupos de convívio. Embora percebam que algo não está certo, continuam em silêncio se a opinião pública é contrária. Para tal conceito, parte-se do pressuposto de que as pessoas temem o isolamento e se esforçam para serem aceitas no grupo, e, para isso, manifestam opinião similar ao grupo ou, pelo menos, não contrária ao grupo. Por isso, ao desconfiar que as

opiniões alheias sejam contrárias e que a própria opinião seja parte da minoria, as pessoas tendem a se calar e, dessa forma, mesmo que não seja esta opinião a “errada”, ela desaparece através do silêncio de muitos.

No filme *Spotlight*, a espiral do silêncio acontece quando mesmo sabendo da existência de mais de 90 padres pedófilos, as pessoas se calam, com medo de que sua atitude de ir contra a igreja os isolassem da opinião dos demais. Os pais das crianças que sofreram abusos se calam e muitas das próprias vítimas não denunciaram. Quando as vítimas tentavam denunciar, eram pressionadas a não irem contra a igreja.

Ponto interessante ocorre em momento posterior à denúncia, quando após uma pessoa –o editor-chefe – quebra a espiral do silêncio e os próprios jornalistas passam a investigar sobre o tema. Depois da matéria publicada com alguns depoimentos de vítimas, outras começaram a ligar para denunciar o abuso.

No filme *Spotlight*, a questão central do drama, assim como em *O Informante*, é a investigação de casos que por muito tempo as pessoas permaneceram omissas, por mais que a pedofilia na igreja ou a dependência química proposital deveriam estar na agenda da sociedade. Nesse sentido, é possível entender que esses casos retratam a hipótese da espiral do silêncio, definida como a realização de um movimento constante, no tempo, ascensional que influencia os indivíduos naquilo que eles imaginam ser o pensamento dos demais (NOELLE-NEUMANN, 1993).

Nessa lógica, em ambos os dramas hollywoodianos, entende-se o silêncio das testemunhas como manifestação decorrente do medo do isolamento. As instituições envolvidas alimentam esta espiral quando ignoram os fatos, ameaçam as fontes ou financiam as iniciativas contrárias às investigações. Por fim, a espiral é sustentada pelos veículos noticiosos quando o agendamento de tais pautas é evitado a todo custo, ou quando por algum critério de *gatekeeping* (HOHLFELDT, 2001), o jornalista decide não noticiar um fato relevante à sociedade. Além disso, a consolidação do mercado de consumo e a construção de um público fiel é, sem dúvida, essencial para a manutenção dos patrocinadores desses jornais, bem como da circulação dos impressos; dessa forma, dificilmente se pode desvencilhar da potencialização do consenso da opinião pública, já que a imprensa “determina, molda, controla e restringe” (CHOMSKY, 2013). Ao mesmo tempo, contudo, jornais podem ser ameaçados financeiramente caso uma notícia

publicada pelo veículo ocasione em processos jurídicos milionários, como poderia acontecer no drama *O Informante*, caso o jornal *60 minutos* prosseguisse com a denúncia.

Além do retrato ético do campo jornalístico, ao permear-se nestas esferas corrompidas por interesses e poder, é evidenciada a crítica aos jornais que optam por não denunciar por motivos que privilegiam primeiramente o próprio veículo, em vez de priorizar a notícia como ferramenta de consciência social, independentemente das consequências a serem assumidas ao fazê-lo (assumidas, em *O Informante*, pelo *The New York Times*, para depois os demais jornais noticiarem a denúncia, inclusive o jornal *60 minutos*, da CBS, que já tomava consciência do caso).

Percebe-se assim, nas práticas jornalísticas retratadas nos dois filmes, diversas demandas e esferas que compõem a produção das notícias e sua divulgação. Tais demandas possuem interface com questões que tangem a ética, a responsabilidade social, a subjetividade, a adesão (e a reação) do público e, por consequência, o reconhecimento das próprias relações e interações da sociedade, tão como a legitimidade do processo jornalístico como ferramenta de denúncia e de transformação social.

Considerações finais

O artigo proposto não tensiona os temas abordados nas coberturas jornalísticas (pedofilia e malefícios do tabagismo), mas observar de maneira descritiva a representação de fatos envolvendo a imprensa e suas especificidades como as rotinas de produção e os critérios de noticiabilidade que afetam a produção de notícias.

É evidente que em meio à análise que foi desenvolvida, percebe-se que a relação entre a mídia e as fontes, principalmente aquelas relacionadas a fatores econômicos e políticos, são muito importantes no processo. Tal relação é paradoxal, tensa e influencia as veiculações de informações nos meios de comunicação, uma vez que os meios têm veia mercadológica e visam lucro e as notícias deveriam visar ao interesse público e o bem geral, o que nem sempre combina com lucros. Essa relação simbiótica, mas paradoxal, deve ser objeto de reflexão de pesquisadores e profissionais da comunicação sempre que possível.

No filme *O Informante*, dirigido por Michael Mann e escrito em parceria por Mann e Erich Roth, jornalismo e cinema se mesclam de tal forma que um acaba por alertar e substituir o objetivo do outro, mostrando a parcialidade da grande mídia, que caminha

contra o princípio básico do jornalismo que é, ou deveria ser, transmitir informação. O filme, além de evidenciar os conceitos de *newsmaking*, tematização e silenciamento, traz para a discussão de maneira exitosa um alerta ao espectador acerca da fragilidade da dita imprensa livre e permite uma profunda discussão acerca dos profissionais da área e da ética jornalística.

O segundo filme, *Spotlight*, evidencia o silêncio de toda sociedade: da Igreja, que mesmo ciente do comportamento degenerado dos padres abusadores os acobertava e transferia sem nenhuma punição; do judiciário e de advogados que passaram a lucrar com acordos feitos entre a Igreja e as vítimas, criando uma indústria do abuso infantil; de vítimas envergonhadas e amedrontadas e seus familiares que sofreram pressão religiosa e social; e, principalmente, do jornal *The Boston Globe*, em que as denúncias contra padres pedófilos estiveram enterradas em gavetas de arquivos por mais de 15 anos.

O silêncio dos jornalistas que frequentavam os mesmos bares, eventos sociais, e jogos de golfe dos personagens envolvidos no escândalo abafado evidencia a falta de responsabilidade editorial do jornal. O mesmo editor que no presente foi essencial para que a investigação tivesse força e efeito foi responsável por travar a denúncia anos atrás, quando publicou uma nota sobre o assunto e limitou a produção de uma suíte – desdobramento da matéria principal com novas informações e adendos. *Spotlight* nos leva a crer que editores e jornalistas independentes, comprometidos com a verdade, podem fazer a diferença em um mundo corrupto e cruel, e mostra como é importante manter o jornalismo investigativo vivo.

O desdobramento das duas tramas é dado a partir da apuração desses fatos e da forma como a coerção da instituição religiosa e da empresa tabagista impediam, muitas vezes, de firmar depoimentos de vítimas ou testemunhas que estivessem dispostas a denunciar. A sucessão dos problemas nos filmes pode ser utilizada para compreender que um jornalista está imerso em embates éticos que, muitas vezes, ultrapassam os limites da profissão e se confundem com a própria vida pessoal a tal ponto que a carreira se torna indissociável do sujeito. Mais que isso, vê-se também uma grande carga de responsabilidade social quando os jornalistas se deparam com mais acusações do que eles imaginavam – neste ponto, é evidenciada a crítica ao sistema institucional ardiloso e muito bem estruturado (tanto da igreja quanto da indústria), as quais acobertaram as inúmeras acusações por anos.

Em resumo, podemos concluir que os filmes retratam com proximidade ao real o exercício da profissão jornalística e seus complexos desdobramentos. Tal fato ocorre principalmente por podermos observar algumas características intrínsecas do campo da comunicação. Assim, por meio de análises como a ora apresentada, temos a possibilidade de compreender melhor a importância de estudos teóricos que problematizem as hipóteses e teorias da comunicação na formação de jornalistas.

Referências

- BARROS FILHO, Clóvis. *Ética na comunicação – da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 1995. 239p.
- CHOMSKY, Noam. *Mídia: Propaganda política e manipulação*. Martins Fontes Ed., 2013.
- HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em Comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; et al; *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. São Paulo: Vozes, 2001, p. 187-240.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- LIMA, Venício A. O poder eloquente da mídia. *Estado de Minas*, 27/03/2002, p.3.
- MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e discurso político nas eleições presidenciais de 1994. In: *Comunicação & Política*. n.s., v.4, n. 1, 1997, p. 80-96.
- NOELLE-Neumann, Elisabeth. Pesquisa eleitoral e clima de opinião. *Opinião Pública*, Vol. I, n. 2, Campinas, Dezembro, 1993, p. 47-96. Disponível em <<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8640949>>
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. 4ª Ed. Vozes Ed., 2001.
- THOMPSON, Jonh B. Algumas características dos meios de comunicação. In: *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995, 287-322.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa, Portugal, Bragança, 1995.