

Fabulação, reconstrução e mediação (meta)crítica no seriado *Newsroom*

Ivan Paganotti (USP)

Rosana de Lima Soares (USP)

Diversos produtos audiovisuais exploram os bastidores da produção de notícias como palco para a *fabulação* (criando um cenário de *como seria* cobrir uma história fictícia, como a série *Millennium*, os filmes *O abutre* ou *O quarto poder*) ou para a *reconstrução* (apresentando *como foi* reportar a história real, como nos filmes *Todos os homens do presidente*, *Boa noite e boa sorte*, *Spotlight: segredos revelados* ou *Conspiração e poder*)¹. Em ambos os casos, são reveladas as condições de produção midiática, oscilando entre assimilação de práticas correntes ou sua crítica. Em uma rara intersecção entre esses dois modos de tratar as engrenagens da indústria midiática, a série norte-americana *Newsroom*, da HBO (três temporadas entre 2012-2014, totalizando vinte e cinco episódios em torno de uma hora cada), mostra os bastidores de uma equipe fictícia de jornalistas televisivos, mas inserida nos eventos reais que ocuparam o noticiário recente.

Ao *recriar* coberturas hipotéticas – e frequentemente idealizadas – de notícias que marcaram o cotidiano de seu público, a série sugere *como deveria* ter sido uma apuração desses eventos em condições ideais. Para isso, faz uso de uma carga crítica subjacente às comparações entre as decisões tomadas por seus personagens e suas contrapartes no mundo real. Esse mecanismo pode ser caracterizado como uma *metacrítica*, visto que se coloca constantemente em tensão o fato de que os emissores dos julgamentos críticos se inserem (tanto no sentido diegético do ficcional canal Atlantis Cable News – ACN – quanto no fato de ser produzido e exibido pela HBO) nos mesmos mecanismos que se propõem a criticar, inclusive ponderando os critérios de avaliação tomados pelos alvos de suas críticas.

¹ A série *Millennium* foi adaptada para cinema (o primeiro livro ganhou adaptação em 2009, na Suécia, dirigido por Niels Arden Oplev; e em 2011, nos Estados Unidos, dirigido por David Fincher) e televisão (em 2010, com seis episódios produzidos pela rede sueca SVT) a partir da trilogia original (lançada entre 2005 e 2007, escrita por Stieg Larsson), seguida de um quarto livro (lançado em 2015, de David Lagercrantz). Em relação aos filmes citados, temos: *O abutre* (Dan Gilroy, Estados Unidos, 2014); *O quarto poder* (Costa-Gravas, Estados Unidos, 1997); *Todos os homens do presidente* (Alan J. Pakula, Estados Unidos, 1976); *Boa noite e boa sorte* (George Clooney, Estados Unidos, 2005); *Spotlight: segredos revelados* (Thomas McCarthy, Estados Unidos, 2016); *Conspiração e poder* (James Vanerbilt, Estados Unidos/Austrália, 2016).

Nesse sentido, *Newsroom* tem uma tripla finalidade: descritiva (ao mostrar como se fazem as notícias na televisão), reflexiva (criticando as limitações dessas práticas) e propositiva (mostrando outros potenciais latentes que não foram ainda explorados, seus benefícios e riscos). Em sua realização, a série *revela* as práticas midiáticas, *reflete* sobre seus problemas e, finalmente, *refaz* as coberturas de que trata. Esse mecanismo de “crítica interna” era o foco desde o primeiro episódio da série e é particularmente explicitado nos episódios da segunda temporada, em que parte dos personagens são designados como um “red team” – uma equipe paralela que procura checar informações, encontrar falhas e criticar uma reportagem potencialmente complexa, prática adotada para aprimorar e garantir a solidez das informações antes de sua publicação, antecipando e evitando críticas.

Este trabalho propõe que *Newsroom* pode ser vista, analogamente, como um “red team” das coberturas jornalísticas que pretende revelar, refletir e refazer. Entretanto, é possível sugerir que a série supera seu objetivo explícito de aprimorar os mecanismos de *produção* das notícias que refaz – o que seria o foco da checagem e autocrítica em seus episódios – e procura operar sobre a *recepção* do público em relação a essa cobertura televisiva – fornecendo ferramentas de crítica de mídia para que o espectador questione outras coberturas além das tratadas diretamente nos episódios, transpondo o pensamento questionador oferecido pelos personagens ficcionais para sua própria vida e para sua relação com meios de comunicação reais.

A série pode ser encarada, assim, como uma forma de *mediação crítica*, pois trata dos processos sociais que influenciam a produção e a recepção das notícias pela televisão, e pode influenciar a forma como essas relações se dão entre jornalista e seu público – assim como suas expectativas em relação a seus próprios papéis e sua capacidade de desafiar um ao outro.

METACRÍTICA, MEDIAÇÃO E METATEVÊ

O conceito de metacrítica pode ser pensado em diferentes tradições. Dentre elas, destacamos aquela proposta por França (2014) em que, ao enfatizar a necessidade de a crítica ser externa à mídia, aponta um caminho produtivo relacionando a crítica à finalidade política da pesquisa acadêmica. Por meio da teoria crítica e atravessando os conceitos de hegemonia, dominação e reificação, a autora nos apresenta as principais matrizes críticas no campo da comunicação, seu posterior esgotamento (naquilo que denomina a “crítica da crítica”) e atual recuperação. A superação de perspectivas críticas antes consideradas totalizantes deve-se, sobretudo, à articulação de novas teorias, notadamente aquelas voltadas aos estudos culturais e de recepção, e também aos estudos de linguagem.

Por meio da contribuição de Boltanski ao debate sociológico, França ressalta um importante deslocamento teórico, que se volta para “a observação da ação cotidiana dos atores, de seus discursos críticos, de sua consciência quanto às suas próprias necessidades e escolhas” (FRANÇA, 2014, p. 108), chamado por ele de “sociologia pragmática da crítica”. Nas palavras de França, ao questionar teorias generalistas e buscar objetos de estudo concretos, “a *démarche* sociológica em que ele se lança substitui a análise das relações verticais pela análise das relações horizontais; troca a ênfase nas estruturas para a atenção aos sujeitos – suas ações, seus discursos” (FRANÇA, 2014, p. 108). Também no campo da comunicação, a passagem da “cultura de massas” para a “cultura das mídias” (em que os “meios de comunicação” são substituídos pelas “práticas midiáticas”) sinaliza a ênfase na *cultura* – muitas vezes em detrimento da análise das relações de poder nela implicadas –, mostrando-se mais aberta “à análise da especificidade dos aparatos e dispositivos produtores de representações e bens simbólicos, assim como à diversidade de formas e discursos que circulam nesse novo universo, à pluralidade de cenários e circuitos culturais” (FRANÇA, 2014, p. 110).

Atento ao risco de fragmentação presente em concepções que, ao negarem a totalidade se voltam a objetos do cotidiano, Boltanski realiza um segundo giro teórico, buscando conjugar a sociologia crítica com a sociologia pragmática da crítica, alertando que, sem uma visada coletiva e um projeto de sociedade, a sociologia pragmática por ele proposta “não é capaz de passar da crítica fragmentada e particular dos atores a uma visada crítica global da sociedade” (FRANÇA, 2014, p. 111) – o que inviabilizaria qualquer projeto de emancipação social, um dos pressupostos da crítica.

Nesse ponto, Boltanski propõe dois conceitos distintos, o de crítica e o de metacrítica, estabelecendo uma distinção entre “crítica dos indivíduos” e “crítica social”:

O conceito de *crítica* se refere às críticas isoladas, desenvolvidas por indivíduos a partir de sua própria experiência; ela é localizada e específica. Já a *metacrítica* é uma crítica de segundo grau, que se apoia nas críticas individuais, se alimenta delas e as reúne, constituindo-se e elevando-se enquanto uma crítica da ordem social (FRANÇA, 2014, p. 112).

A esses conceitos se agregam dois outros: “exterioridade simples” e “exterioridade complexa”. Num primeiro momento, a partir de uma leitura exterior, pode-se descrever a realidade social para apreendê-la; num segundo momento, mais abrangente, pode-se estabelecer a crítica da ordem social por meio da conjugação dos diversos elementos anteriormente descritos. De acordo com França, apenas no segundo momento torna-se possível estabelecer uma teoria metacrítica, que “objetiva desvelar a opressão, a exploração, a dominação de uma sociedade ou grupos sociais” (FRANÇA, 2014, p. 112). A autora afirma que se pensarmos no campo da comunicação, notamos a importância de tal

teoria no sentido de conjugar, por meio da crítica e da metacrítica, as demandas e posições de sujeitos singulares, mas também aquilo que pode uni-las em torno de uma visão crítica da sociedade, imprimindo nas teorias uma dimensão política muitas vezes atenuada ao nos voltarmos para as mídias.

Considerando essa dupla dimensão, propomos pensar, para além da conjugação entre os âmbitos individual e coletivo, uma possível definição para a *metacrítica midiática*, diretamente vinculada a critérios de escolha, julgamento e apreciação, envolvendo os circuitos de criação e circulação das produções audiovisuais. Se assumimos a convicção de que hoje todos tomamos parte nessa cultura das mídias, podemos agregar à metacrítica a possibilidade de efetuar uma crítica que seja ao mesmo tempo externa – evocando e valores socialmente compartilhados – e interna – articulando repertórios discursivamente construídos. Assim, a metacrítica seria pensada em termos de temas e formas, mobilizando não apenas os conteúdos, mas também o modo de expressá-los por meio de “inovações estéticas e estilísticas veiculadas na própria mídia, que, ao propor um novo formato ou gênero, empreendem uma crítica àquilo estabelecido como padrão, realizando-a não como uma análise sobre a mídia, mas no próprio fazer midiático” (SOARES; SILVA, 2016, p. 12).

Ou seja: para além de críticas especializadas ou acadêmicas (ou mesmo aquelas realizadas no âmbito da recepção), ao analisarmos produções nas quais identificamos tal processo podemos reconhecer uma perspectiva crítica em que as práticas midiáticas – inseridas em uma cultura das mídias mais ampla – voltam-se para si mesmas e elaboram possibilidades estéticas e políticas, muitas vezes transgressoras ou transformadoras de protocolos usuais. Ao olharmos para as produções televisivas, a metacrítica se faz presente na inovação/renovação de gêneros audiovisuais, bem como na definição de seus formatos. Em artigo anterior, ao analisar a série inglesa *Black mirror* (2011), delimitamos tal possibilidade *metacrítica* para a crítica da/na mídia:

À medida que a formação de uma cultura televisiva se consolida, os embates entre elitização e popularização, a relevância dos índices de audiência, a definição da grade e de padrões de qualidade, bem como os desafios éticos pressupostos nesse debate são problematizados, possibilitando que surja, assim, uma crítica da mídia engendrada nela mesma (PAGANOTTI; SOARES, 2015, p. 38).

Se a metacrítica surge como possibilidade para a crítica midiática, tal empreendimento pressupõe, necessariamente, o entrelaçamento entre os sistemas de produção, de recepção e a própria obra, não apenas em relação aos temas, mas também aos estilos mobilizados. É nesse sentido que a série *Newsroom* coloca-se como *mediação midiática* das relações de produção/consumo do noticiário. Ao revelar as práticas jornalísticas, refletir sobre seus impasses e refazer as coberturas verídicas de que trata, a

série tematiza e aponta para seu público – que compartilha dos mesmos temas e suas abordagens nas mídias tradicionais – como os meios ditos hegemônicos permitiram, muitas vezes, a circulação de informações insuficientes, inconsistentes, descontextualizadas ou até mesmo enganosas. Dessa maneira, não estabelece simplesmente uma abordagem crítica aos meios, mas demonstra, em sua trama, esse posicionamento crítico ao propor coberturas alternativas.

Nota-se aqui um importante movimento que extrapola os campos da produção ou das obras divulgadas, voltando-se para o público e seus interesses na informação precisa e de qualidade, demanda que vem ao encontro daquilo proposto por Silverstone ao abordar o papel crítico da audiência, que deve exigir produções consistentes e acuradas. Para Serelle, “o trabalho crítico deve ser exercido continuamente por meio de um agenciamento no qual devemos nos tornar também responsáveis pela mediação, o que envolve possibilidades de contestá-la ou mesmo de recusá-la” (SERELLE, 2016, p. 88).

Silverstone defende uma mediação crítica que: a) interrogue o contexto de produção, reconhecendo e desafiando a mediação, mas também os seus limites ao se voltar para a representação de atores sociais diversos; b) questione regras estabelecidas, confirmando e contestando os gêneros discursivos nela presentes; c) busque não apenas uma produção melhor apurada, mas também uma recepção mais crítica.

Embora Silverstone não sistematize os elementos para o desafio da mediação, é possível elencar, a partir da leitura de seus textos, alguns caminhos para essa prática. Primeiro, é preciso conhecer e interrogar o contexto e a intenção daquele que inicia a comunicação. Segundo, embora reconheçamos a importância da mediação midiática ou mesmo a impossibilidade de hoje vivermos fora dela, é preciso tanto assumir que ela é necessariamente incompleta quanto evidenciar as estratégias midiáticas atuantes na construção de uma suficiência ilusória na representação do outro (SERELLE, 2016, p. 88).

Em relação ao público, Silverstone afirma que “não é o bastante, para a recepção crítica, relacionar o que se assiste com a vida imediata; é, ainda, fundamental questionar as regras do engajamento midiático e as regras do jogo que são aceitas quando, por exemplo, assiste-se a determinado programa” (SERELLE, 2016, p. 88). Finalmente – e talvez mais importante dentro da perspectiva metacrítica que buscamos demonstrar – “é preciso conhecer e contestar os gêneros e os diversos cruzamentos entre eles. Refletir sobre o modo como eles se naturalizaram socialmente, reiterando lugares de fala, modelos de representação e formas de participação e engajamento da audiência” (SERELLE, 2016, p. 88).

Se em tempos de “metatevê”² – aquela que, além de se valer dos procedimentos consagrados pela “paleotevê” e pela “neotevê”,³ que dizem respeito a processos autorreferenciais fundados na suposta transparência dos discursos, assume a opacidade das linguagens reflexivas (SERELLE, 2009) –, as produções audiovisuais (no caso de *Newsroom*, em formato de série televisiva) partilham com seu público um repertório já consolidado que referencia a própria televisão, podemos avançar no debate propondo a metacrítica como uma forma de mediação. Nos termos propostos por Martín-Barbero (1997) e revisitados por Silverstone (2005), Couldry (2008), Mattoni e Treré (2014), Rincón (2016), a mediação pode ser pensada como um processo que privilegia “os sujeitos e não mais as instituições midiáticas e suas tecnologias. Juntamente se deslocariam as questões da política e da cultura para o lugar de onde se olharia a integralidade do processo de comunicação, ‘desde o receptor’” (SILVA, 2012, p. 108).

É nesse sentido que podemos compreender a *metacrítica midiática* considerando o conceito proposto por Martín-Barbero, ainda na década de 1980, ao afirmar que “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 258). A mediação seria, assim, uma atividade compartilhada, envolvendo reciprocidade e mutualidade entre mídias e audiência, acentuando o caráter *ativo* e *atuante* do público. Desse modo, os efeitos de sentido produzidos pelas práticas midiáticas não são pré-definidos nem pelos produtores, nem pelas próprias obras, mas se constituem na relação entre estas e seus espectadores (no caso das produções audiovisuais). Mais ainda, pelo reconhecimento de que ambos se impactam mutuamente por meio de discursos sociais e culturais:

Em seus últimos escritos, Silverstone entende a mediação como processo transformativo e dialético – embora desigual – (...) que envolve não somente a codificação midiática, mas as diversas formas de decodificação, na interação dos indivíduos com os meios, e a interação entre os próprios indivíduos, grupos e instituições que se utilizam dos recursos simbólicos, providos midiaticamente, em suas ações e relações cotidianas (SERELLE, 2016, p. 79).

² De acordo com Serelle, “o princípio da metatevê, como o das linguagens reflexivas e opacas de modo geral, é a orientação para o código, direcionamento este que deve ser compreendido em espectro amplo, que abrange desde o foco nos processos produtivos dessa mídia (operações de ordem técnica, rotinas profissionais, lógicas de transmissão etc.) ao desnudamento de modos e estratégias do narrar televisivo, sem que essa consciência da enunciação desconsidere os enunciados propagados naquele ambiente” (SERELLE, 2009, p. 171).

³ Conceitos desenvolvidos por Eco (1984) que tratam de processos relativos aos discursos televisivos: “A passagem da paleo à neotevê, nas últimas décadas do século 20, caracterizou-se, como assinala Eco (1984), pela perda da transparência televisiva, processo que implicou a consciência, nas formas da programação, da linguagem dessa mídia, por meio do desnudamento dos artifícios de construção de suas ‘janelas’ para o mundo. Ao assumir discurso cada vez mais autorreferencial e falar do ‘contato que estabelece com o próprio público’ (Eco, 1984: 182), a televisão materializou seus dispositivos técnicos aos olhos do espectador. A visibilidade dada, nesse processo (...) é apenas indício que conduz ao reconhecimento da presença da mídia e de suas rotinas de produção, em oposição a uma noção de apresentação direta da realidade” (SERELLE, 2009, p. 168).

Se o público se encontra *em movimento* e engajado nos processos de produção de sentido, deve também assumir responsabilidade sobre suas ações. É nesse ponto que Silverstone desenvolve os conceitos de “cumplicidade” (engajamento ativo do receptor) e “conluio” (engajamento passivo do receptor), que envolvem tanto a recepção dos produtos como as estruturas de produção, caracterizando-se como zonas fronteiriças e permeáveis uma à outra. Entre distanciamento crítico e contestação colaborativa, por um lado, ou desconhecimento e aceitação acrítica, por outro, podemos perceber a expansão do conceito de mediação e sua função metacrítica, já que, do lado da cumplicidade ativa, não apenas os conteúdos, mas também seus formatos, como apontamos, são questionados por meio da proposição de novos modos de criação e produção midiática.

Para Silverstone, a mediação seria um processo transformativo, múltiplo, ético e assimétrico: “O estabelecimento de uma relação crítica com a mídia deve passar, necessariamente, pelo desafio da mediação, que constitui a comunicação dos meios e que falha no reconhecimento da alteridade e da diversidade” (SERELLE, 2016, p. 89). Torna-se, assim, em diálogo com Couldry, uma possibilidade de resistência aos processos lineares pressupostos na midiaticização engendrada pelas tecnologias da comunicação: “Para Couldry, o conceito de mediação é mais produtor nesse caso porque, no lugar de trabalhar com a ideia de uma única lógica midiática conformadora de todo um espaço social, ele enfatiza a heterogeneidade das relações e das transformações emergentes da relação midiática”, definindo a mediação “como uma resultante de fluxos de produção, circulação, interpretação e recirculação” (SERELLE, 2016, p. 80). Na articulação entre os conceitos de mediação e de metacrítica é que apresentamos uma possível leitura da série analisada neste artigo, visto que ela justamente procura construir uma outra lógica de produção midiática em contraposição com as formas vigentes de telejornalismo, inserindo o público nos estúdios televisivos para criticar a subserviência desses programas à audiência.

NEWSROOM: DA PRODUÇÃO MELHOR APURADA À RECEPÇÃO MAIS CRÍTICA

Antes de criar *Newsroom*, o produtor e roteirista, Aaron Sorkin, já era conhecido por trazer os bastidores para o centro do palco: seu roteiro para *A rede social* (2010) tratava da criação de um dos maiores impérios midiáticos da atualidade, o *Facebook*; a série *West wing* (NBC, 1999-2006, 155 episódios) imaginava os bastidores da Casa Branca; e a série *Sports night* (ABC, 1998-2000, 45 episódios) já tinha como cenário um fictício programa de televisão sobre esportes.

Em novo esforço para trazer aos holofotes o que permanecia no pano de fundo midiático, *Newsroom* trata da equipe ao redor do popular âncora televisivo Will McAvoy, interpretado por Jeff Daniels, em uma angustiante relação de amor e ódio com o

jornalismo e seu público. Em seu episódio inicial, durante um painel político, o âncora abandona a tradicional isenção bem-humorada que garantira seu carinho pelo público após uma universitária questioná-lo por que ele considera os Estados Unidos o melhor país do mundo. Chocando a patriótica plateia, ele nega que os Estados Unidos sejam o melhor país do mundo, citando suas posições vergonhosas em índices de qualidade de vida e pela forma como o debate político se tornou tão polarizado quanto embrutecido. No final de um discurso enfurecido, ele considera porque o país perdera sua grandiosidade do passado: “We were able to be all this things and do all this things because we were informed. By great men, men that were revered. First step in solving any problem is recognizing there is one. America is not the greatest country in the world anymore”⁴.

Como sua epifania foi filmada por dezenas de celulares da plateia incrédula e viralizou na internet, o âncora é afastado e retorna para tentar reconstruir sua carreira montando uma nova equipe ao lado da produtora MacKenzie McHale, interpretada por Emily Mortimer. A nova produtora defende que o âncora siga seu próprio discurso e deixe de lado seu desejo de agradar a audiência, e assuma sua responsabilidade em informá-los, mesmo que isso incomode o público, grupos de interesse, anunciantes e proprietários do canal – receosos dos impactos políticos e econômicos de questionamentos necessários, porém perturbadores. A partir dessa premissa, a primeira temporada de 2012 concentrou-se em grandes acontecimentos reais dos dois anos anteriores, dando voz a críticas – por meio dos personagens ficcionais em cena – contra a cobertura midiática que canais televisivos norte-americanos fizeram na vida real.

Cada episódio pode ser visto como uma lição de pedagogia midiática a partir de um caso exemplar de situação de crise, pois mostra o funcionamento das engrenagens da mídia, critica suas limitações e sugere alternativas ficcionais (mas factíveis, que poderiam ser adotadas de forma plausível por jornalistas reais) que poderiam solucionar os problemas vivenciados. Com isso, a série expõe, critica, reflete e refaz a cobertura jornalística dos grandes eventos, sinalizando ao público como meios hegemônicos permitiram, sem contestação, a circulação de informações insuficientes, descontextualizadas ou propositadamente enganosas.

O terceiro episódio da primeira temporada (“*The 112th Congress*” [O 112º Congresso]) procura apresentar os vícios do telejornalismo a partir de um pecado original, contextualizando historicamente e economicamente as origens das atuais más práticas de reportagem. Em comentário editorial no começo do seu programa *News Night*, o âncora apresenta uma declaração de princípios embalada como *mea culpa*:

⁴ Will McAvoy – *Newsroom*, episódio 1 (“We just decided to” [Nós acabamos de decidir isso]), 1ª temporada (2012).

Will McAvoy: [...] so tonight I'm beginning this newscast by joining Mr. Clarke in apologizing to the American people for our failure. The failure of this program during the time I've been in charge of it to successfully inform and educate the American electorate. Let me be clear that I don't apologize on behalf of all broadcast journalists, nor do all broadcast journalists owe an apology. I speak for myself. I was an accomplice to a slow and repeated and unacknowledged and unamended train wreck of failures that have brought us to now. I'm a leader in an industry that miscalculated election results, hyped up terror scares, ginned up controversy, and failed to report on tectonic shifts in our country. From the collapse of the financial system to the truths about how strong we are to the dangers we actually face. I'm a leader in an industry that misdirected your attention with the dexterity of Harry Houdini while sending hundreds of thousands of our bravest young men and women off to war without due diligence. The reason we failed isn't a mystery. We took a dive for the ratings. In the infancy of mass communications, the Columbus and Magellan of broadcast journalism, William Paley and David Sarnoff, went down to Washington to cut a deal with Congress. Congress would allow the fledgling networks free use of taxpayer-owned airwaves in exchange for one public service. That public service would be one hour of air time set aside every night for informational broadcasting, or what we now call the evening news. Congress, unable to anticipate the enormous capacity television would have to deliver consumers to advertisers, failed to include in its deal the one requirement that would have changed our national discourse immeasurably for the better. Congress forgot to add that under no circumstances could there be paid advertising during informational broadcasting. They forgot to say that taxpayers will give you the airwaves for free and for 23 hours a day you should make a profit, but for one hour a night you work for us. And now those network newscasts, anchored through history by honest-to-God newsmen with names like Murrow and Reasoner and Huntley and Brinkley and Buckley and Cronkite and Rather and Russert... now they have to compete with the likes of me. A cable anchor who's in the exact same business as the producers of *Jersey Shore*. And though business was good to us, *News Night* is quitting that business right now. It might come as a surprise to you that some of history's greatest American journalists are working right now, exceptional minds with years of experience and an unshakeable devotion to reporting the news. But these voices are a small minority now and they don't stand a chance against the circus when the circus comes to town. They're overmatched. I'm quitting the circus and switching teams. I'm going with the guys who are getting creamed. I'm moved that they still think they can win and I hope they can teach me a thing or two. From this moment on, we'll be deciding what goes on our air and how it's presented to you based on the simple truth that nothing is more important to a democracy than a well-informed electorate. We'll endeavor to put information in a broader context because we know that very little news is born at the moment it comes across our wire. We'll be the champion of facts and the mortal enemy of innuendo, speculation, hyperbole, and nonsense. We're not waiters in a restaurant serving you the stories you asked for just the way you like them prepared. Nor are we computers dispensing only the facts because news is only useful in the context of humanity. I'll make no effort to subdue my personal opinions. I will make every effort to expose you to informed opinions that are different from my own⁵.

Além da crítica ao sistema político e à lógica dos operadores de comunicação, preocupados com os índices de audiência a ponto de sacrificar o interesse público para

⁵ Will McAvoy – *Newsroom*, episódio 3 (“*The 112th Congress*” [O 112º Congresso]), 1ª temporada (2012).

satisfazer o interesse do público, o episódio seguinte (o quarto da temporada inicial) apresenta um modelo dessa desconstrução crítica da cobertura midiática e também sua prática corretiva de reconstrução desde seu título: “*I’ll try to fix you*” [Eu vou tentar te consertar]. O próprio herói da série, Will McAvoy, enfrentava uma série de ataques de publicações populares com fofocas sobre sua vida pessoal após confrontar uma repórter dessas publicações com críticas sobre a irrelevância dos dramas pessoais que são explorados pela mídia sensacionalista. Ao mesmo tempo, procura expor erros de outros meios de comunicação em seu programa, como no caso da visita do presidente norte-americano Barack Obama à Índia, que era retratada por jornalistas conservadores citando cifras sem nenhuma fundamentação na realidade: “I think that people who willfully, purposely and gleefully lie to the American people in order to damage someone’s reputation should – like a damaged sex offender – be required by law to come with that warning label for the rest of their lives”⁶.

Durante esse comentário, vemos as telas da sala de edição, exibindo tanto a imagem do âncora em seu discurso quanto a etiqueta de aviso que ele sugere, alertando, abaixo das imagens dos jornalistas e políticos norte-americanos criticados, que essas fontes de informação não podem ser consideradas seguras por terem, no passado, desrespeitado o público ao disseminar informações imprecisas (Imagem 1):

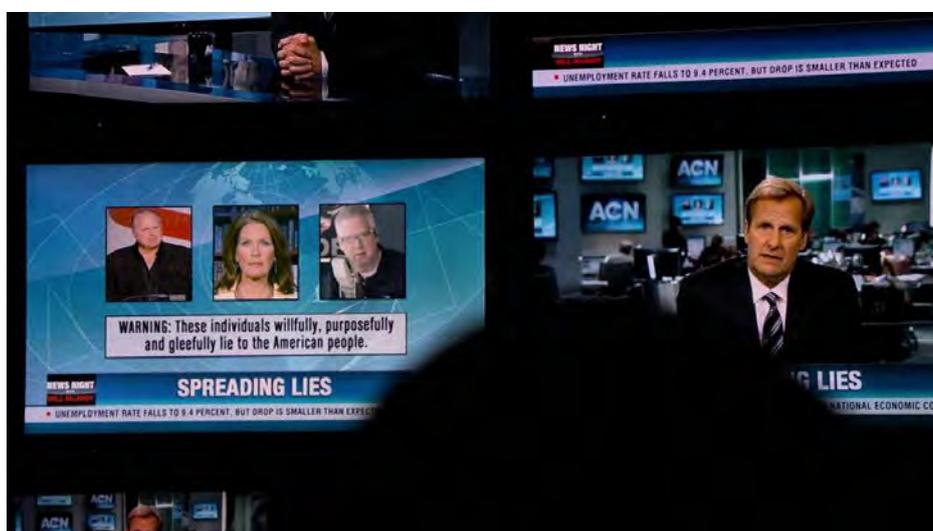


Imagem 1 - Captura de frame (41'14") do episódio 4 (“*I’ll try to fix you*”) da 1ª temporada da série *Newsroom* (HBO, 2012).

A sequência final desse mesmo episódio novamente foca a precisão das informações que necessitam ser apuradas. Durante um momento de conflitos pessoais entre os jornalistas, chega à redação a notícia de um atentado contra a congressista democrata Gabrielle Giffords, do Arizona. Durante a fanática apuração, começam a chegar

⁶ Will McAvoy – *Newsroom*, episódio 4 (“*I’ll try to fix you*” [Eu vou tentar te consertar]), 1ª temporada (2012).

os informes de emissoras de rádio e TV de que a congressista teria morrido após ser baleada, mas a equipe considera que os relatos se baseiam em uma notícia da emissora de rádio NPR ainda sem confirmação, e por isso reluta em publicar a história. Em um dos momentos mais emblemáticos da série, Reese Lansing, o presidente do canal que exibe o programa jornalístico, tenta interferir, demandando que o âncora informe a notícia da morte, para evitar a fuga da audiência em busca de notícias mais atuais em outros canais, e procura escorar-se no produtor Don Keefer, antigo funcionário do programa:

Reese Lansing [presidente da AWM, empresa proprietária do canal de TV]: Every second you are not current, a thousand people are changing the channel to the guy who is. That's the business you're in. MSNBC, FOX and CNN all say she is dead. Don, tell him. Don!
Don Keefer [produtor]: It's a person. A doctor pronounces her dead, not the news⁷.

Ao resistir em repetir o exemplo da concorrência – e ceder ao impulso da audiência e às demandas dos proprietários da empresa – o programa recusa-se a seguir as regras do jogo, denunciando-as como parte do mecanismo que impede o público de ser informado corretamente.

Quando surgem as notícias de que a congressista sobrevivera ao atentado, a prudência da equipe é recompensada: ao resistir às pressões e garantir a precisão de suas informações, esse episódio parabólico sugere o respeito à apuração dos fatos, o respeito ao interesse público e também o respeito aos envolvidos particularmente na história – ainda que a família da congressista tenha realmente sofrido com os relatos de parte dos veículos jornalísticos que reportaram prematuramente sua morte (SHEPARD, 2011, online).

Ao contrário da primeira temporada, as outras duas apresentaram uma linha narrativa maior, com a cobertura de uma grande reportagem em cada uma delas. Diferentemente do modelo inicial, as duas grandes reportagens foram construídas ficcionalmente, apesar de baseadas em casos semelhantes na realidade, o que borrou ainda mais as fronteiras entre real e ficcional, visto que algumas das reportagens menores da segunda e terceira temporadas ainda tratavam de fatos reais ocorridos nos anos anteriores. Apesar de ficcional, a história que amarra a maior parte dos episódios da segunda temporada apresenta uma interessante faceta da capacidade metacrítica dessa série, voltando o foco de sua atenção aos erros e imprecisões cometidos pelos seus próprios personagens.

Durante os episódios iniciais da segunda temporada acompanhamos a apuração de uma denúncia fictícia de que as forças armadas dos Estados Unidos teriam usado ilegalmente gás sarin – banido pelas leis norte-americanas e pelas convenções internacionais que vetam o uso de armas químicas – durante o resgate de soldados em um vilarejo no Paquistão. Uma série de pequenos deslizes inocentes é cometida,

⁷ *Newsroom*, episódio 4 (“*I’ll try to fix you*” [Eu vou tentar te consertar]), 1ª temporada (2012).

culminando com a edição manipuladora de entrevista com um general que não confirmara o uso de gás sarin nessa missão – mas que, devido aos cortes promovidos intencionalmente por um dos produtores do programa, dá a impressão de confirmar o que não havia acontecido. Quando a reportagem é exibida e a fonte aponta a deformação de suas palavras, a equipe é ameaçada com processos pelo governo norte-americano e por parte do jornalista que fora demitido quando sua manipulação veio à tona. A segunda temporada acompanha os depoimentos dos jornalistas da equipe a uma equipe de advogados após a veiculação da denúncia inverídica, enquanto, em flashback, reconstrói-se a história da apuração e de seus erros.

É revelador que, durante a apuração, parte da equipe tenha sido deixada de fora dessa investigação para, antes de sua divulgação, poder verificar os dados, refazer os passos de seus colegas e apontar eventuais imprecisões, excessos ou erros que impedissem sua publicação. Essa equipe paralela de checagem atua como uma espécie de “advogado do diabo”, e deve apontar buracos na lógica do caso apresentado, o que pode eventualmente exigir novas investigações ou o arquivamento do caso, caso não seja possível comprová-lo suficientemente. O grupo de autocrítica é chamado de “red team”, uma expressão explicada em diálogo entre a líder dos advogados, Rebecca Halliday, e um dos produtores do programa, Don Keefer:

Rebecca Halliday [advogada]: Why is it called a red team?

Don Keefer [produtor]: The blood cells. White blood cells attack an infection; red blood cells clean it up. You have a group of people investigating a story, they're the white team. Other people are purposely kept out of the loop so that when the white team is ready, they can...

Rebecca: Fresh eyes.

Don: We're supposed to poke holes in it.

R: And where you able to?

D: We...

R: The first red team. You, Kim Harper, Sloan Sabbith. Was anyone able to poke holes in it?

D: No. Other than the made-up interview, it was a solid story.

R: I'm asking if you were able to poke holes on it.

D: This is exactly what I'm talking about. What does it matter?

R: It matters. It matters because there were holes in the story, right?

D: Yeah.

R: Now, Don, a ton of them, right?

D: We didn't see the holes because...

R: Ah! That's institutional failure, right?⁸

O caso pode ser visto como um passo de humildade na construção dos personagens, reduzindo sua idealização heroica (e por vezes romantizada) da primeira temporada épica. Mas é possível perceber, além da reconstrução de seus próprios vícios, uma nova bateria de crítica contra o sistema midiático: de um lado, a “falha institucional” que permitiu uma notícia incorreta ser divulgada envolveu a imperícia na sua apuração e

⁸ *Newsroom*, episódio 7 (“Red team III” [Time vermelho III]), 2ª temporada (2013).

no insuficiente ceticismo dos jornalistas envolvidos nessa reportagem. Por outro lado, a informação é corrigida por outras instituições – como as fontes, jornalistas da equipe ou de outros veículos, além de agentes governamentais – que procuram apontar suas incoerências e imprecisões. Da mesma forma como, em sua primeira temporada, a equipe procurava fomentar a crítica do público, em papel mediador da produção e da recepção das notícias, agora era, ela mesma, alvo de crítica.

Newsroom pode então ser visto como um “red team” do jornalismo, apontando suas falhas sistêmicas, imprecisões e vícios, assim como revela o processo de mediação em que essas notícias são moldadas pelas fontes, pelas expectativas do público e dos proprietários dos meios de comunicação. O programa ficcional dentro da série (*News Night*) critica as falhas de apuração dos jornalistas e aponta caminhos para melhorar a produção televisiva, mas o seriado como um todo (*Newsroom*) procura aprimorar a recepção por parte do público, incentivando que todos façamos parte do “red team” dos meios de comunicação que consumimos, incentivando uma cultura de crítica do viés midiático e das falhas inerentes a um sistema que, procurando agradar a audiência dentro de cada lar particular, comete tantas falhas com impactos devastadores no espaço público.

À GUIA DE CONCLUSÃO

Ao colocar-se de modo questionador frente ao jornalismo televisivo, além da convocação para que o público assuma legitimamente um posicionamento crítico em relação às mídias, entre fabulação e reconstrução, vemos surgir em *Newsroom* uma nova proposição para o telejornalismo: afastar-se da perspectiva hegemônica que afirma ser possível narrar fielmente os acontecimentos, de modo neutro – fazendo com que os relatos correspondam aos acontecimentos – e instaurar, de outro lugar, o caráter sempre provisório e parcial das interpretações dos fatos possíveis ao jornalismo. Identificamos também aqui a visada metacrítica pretendida pela série.

Ao problematizar o imaginário que o jornalismo tem sobre si mesmo, operando como se propusesse uma forma idealizada de cobertura mais correta ou mais apurada dos fatos, a trama televisiva, justamente por ser crítica, provoca um efeito de sentido diverso: como espectadores que compartilhamos esse mesmo imaginário sobre o jornalismo, somos levados a perceber o engodo de tal ambição, assistindo à cobertura alternativa proposta pela sala de notícias ficcional como *mais uma* possibilidade narrativa, e não a história definitiva sobre o evento narrado.

Colocando em relevo o próprio fazer midiático em formato referencial, e revelando ao público o caráter fabular dessa produção, *Newsroom* nos situa em um ponto de virada para a compreensão de reportagens: as notícias, ao final, possuem sempre uma estrutura

de *ficção*, engendradas que são nas estratégias discursivas. Em vez de reiterar aquilo que supostamente negaria – que ao jornalismo seria possível apreender a realidade e aprisionar o presente –, a série *Newsroom* parece repetir, a cada episódio, que o telejornalismo é, sobretudo, um processo de tradução cultural no qual

o (re)escrito não é nunca original – o que vemos são camadas discursivas que se desdobram em outras, de modo infundável (...). O jornalismo, ao mesmo tempo que se pretende objetivo e imparcial, realiza todo o tempo um trabalho de tradução dos fatos em relatos. Ao contrário do acesso à verdade e à representação fiel da realidade, é um processo de descontinuidades que se inscreve no fazer jornalístico (SILVA; SOARES, 2013, p. 111-112).

Se a *metacrítica* pode ser definida como uma crítica feita dentro das próprias mídias (não apenas de maneira conteudística ou voltada à qualidade dos produtos, mas buscando também a inovação nos formatos e gêneros televisivos), ao realizar tal empreendimento ela não apenas trata de suas produções correntes – operando como uma desconstrução narrativa –, mas possibilita a renovação de suas linguagens, como se uma nova obra pudesse romper e problematizar as anteriores.

Nesse trajeto, algumas perguntas retornam: onde se localizaria a potência crítica das mídias em sua forma metacrítica, nas próprias obras ou no modo de olhá-las? Se os conceitos de autoria e de obra se transformam, qual o lugar da crítica e quem pode fazê-la? Contra a ideia de uma crítica interpretativa concebida como chave de revelação dos sentidos ocultos das obras, poderíamos afirmar que cada espectador se torna, virtualmente, um *espectador crítico*? Ao tomar eventos cotidianos ou banais, muitos deles presentes nos discursos jornalísticos, a série *Newsroom* propõe outra forma de contá-los, apresentando ao mesmo tempo narrativas alternativas e as estratégias, sempre relativas, intrínsecas a qualquer processo de narração, revelando o *como seria* pressuposto nas práticas representacionais.

Desse modo, o que está em jogo na *metacrítica midiática* não diz respeito apenas às imagens representadas pela televisão, mas à exibição dos modos por meio dos quais tais imagens são construídas. A exibição do *como fazer* é pautada por imagens já vistas nas mídias justamente para permitir que o público as reconheça e, assim, possa aprender algo por meio desse reconhecimento. A metacrítica operaria, também, como uma pedagogia e literacia midiáticas, por meio de enquadramentos que recortam a realidade e propõem uma leitura do que é visto, tanto em termos estéticos, quanto políticos.

Se nos perguntamos sobre o lugar de emergência de imagens que desencadeiam um *efeito crítico*, e sobre possíveis obras que possam alcançar tal sentido, notamos que certas produções televisivas voltadas para o debate sobre a televisão se distinguem das demais justamente pela relação que estabelecem com o público. Nessa visada, a crítica da

mídia assumiria seu caráter metacrítico, sendo sempre completada pelo espectador e pelo fechamento de um circuito que se abriria a novas articulações – um entre-lugar em que outras obras surgem ao final do processo, abrindo-se novamente a seus espectadores e às recriações por eles propostas, retomando indefinidamente os processos de criação e circulação dos discursos presentes nas mídias.

REFERÊNCIAS

- COULDRY, N. “Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling”. *New media & society*. v. 10, n. 3, 2008, p. 373-391.
Disponível em:
http://eprints.lse.ac.uk/50669/1/Couldry_Mediatization_or_mediation_2008.pdf.
- ECO, U. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- FIGUEIREDO, V. L. F. “Encenação da realidade: fim ou apogeu da ficção?”. *MATRIZES*. v. 3, n. 1, jul./dez. 2009, p. 131-143.
- FRANÇA, V. R. V. “Crítica e Metacrítica: contribuição e responsabilidade das teorias da comunicação”. *MATRIZES*. v. 8, n. 2, jul./dez. 2014, p. 101-116.
- MATTONI, A.; TRERÉ, E. “Media practices, mediation processes and mediatization in the study of social movements”. *Communication theory*. v. 24, n. 3, 2014, p. 252-271.
Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/comt.12038/full>.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- PAGANOTTI, I. “O Aprendiz da Profissão Repórter: o ethos da competição/colaboração no lugar dos bastidores”. In: SOARES, R. L.; GOMES, M. R. (orgs.). *Profissão Repórter em diálogo*. São Paulo: Alameda, 2012.
- PAGANOTTI, I.; SOARES, R. L. “Metacrítica midiática: reflexos e reflexões das imagens em *Black mirror*”. In: SOARES, R. L.; GOMES, M. R. (orgs.). *Por uma crítica do visível*. São Paulo: ECA-USP, 2015, p. 37-53.
- RINCÓN, O. “O popular na comunicação: culturas bastardas + cidadanias celebrities”. *Revista Eco Pós*. v. 19, n. 3, 2016, p. 27-49. Disponível em:
https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/5420.
- SERELLE, M. “Metatevê: a mediação como realidade apreensível”. *MATRIZES*. v. 2, n. 2, jan./jun. 2009, p. 167-179.
- _____. “A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone”. *MATRIZES*. v. 10, n. 2, mai./ago. 2016, p. 75-90.
- SHEPARD, A. C. “NPR’s Giffords Mistake: Re-Learning the Lesson of Checking Sources”. *NPR Ombudsman*, 11 jan. 2011. Disponível em:

<http://www.npr.org/sections/ombudsman/2011/01/11/132812196/nprs-giffords-mistake-re-learning-the-lesson-of-checking-sources>.

SILVERSTONE, R. “The sociology of mediation and communication”. In: CALHOUN, C.; ROJEK, C.; TURNER, B. (eds.). *The international handbook of sociology*. Londres: Sage, 2005, p. 188-207.

SILVA, G. “Pode o conceito reformulado de bios midiático conciliar mediações e midiatização?”. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (orgs.). *Mediação & midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 108-122.

SOARES, R. L.; SILVA, G. “O jornalismo como tradução: fabulação narrativa e imaginário social”. *Galáxia*. n. 26, dez. 2013, p. 110-121.

_____. “Lugares da crítica na cultura midiática”. *Comunicação, Mídia e Consumo*. v. 13, n. 37, mai./ago. 2016, p. 9-28.

XAVIER, I. *O discurso cinematográfico – a opacidade e a transparência*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.