

# O Papel do Jornalismo Impresso na Ficção: Função Social da *Gazeta de Tambury* na Série *After Life* da Netflix<sup>1</sup>

Juliana Fernandes Teixeira  
Allysson Viana Martins

## Resumo:

Este artigo investiga a função social do jornalismo por meio da *Gazeta de Tambury*, representação ficcional de um veículo impresso local e gratuito, numa pequena cidade do Reino Unido, na série *After Life*, com produção e veiculação da Netflix. Com subtexto que aborda questões como o jornalismo como empresa e a rotina produtiva de um jornal, observamos a relação do jornalista protagonista com o modesto jornal em que trabalha, bem como a relevância do veículo para a sua comunidade e o seu público-alvo, os idosos. Além dos aspectos administrativos, profissionais e deontológicos abordados, é possível destacar um eixo mais geral problematizado pela série: o esforço individual dos profissionais para que o jornalismo se renove, sobretudo a partir da relação entre os repórteres Tony, veterano, e Sandy, novata.

**Palavras-chave:** Função social do Jornalismo. *After Life*. Netflix.

## The Role of Printed Journalism in Fiction: the Social Function of The *Tambury Gazette* in Netflix Series *After Life*

### Abstract:

This article investigates the social function of journalism through the *Tambury Gazette*, fictional representation of a free, local printed newspaper in a small town in the United Kingdom, in the Netflix series *After Life* series. With subtext about issues such as journalism as a media company and the work routine of a newspaper, we observe the relationship of the protagonist journalist with the modest newspaper where he works, as well as the relevance of the vehicle to his community and his target audience, the elderly. In addition to the administrative, professional and deontological aspects addressed, it's possible to highlight a more general aspect problematized by the series: the individual effort of professionals to renew the journalistic field, especially from the relationship between reporters Tony, a veteran in the job, and Sandy, a beginner.

**Keywords:** Social role of Journalism. *After Life*. Netflix.

Recebido em: 12.12.19  
Aprovado em: 24.08.21

**Juliana Fernandes  
Teixeira**

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (Salvador/Brasil) e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (Covilhã/Portugal), por meio do regime de co-tutela entre as duas instituições. É professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí.

E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com

**Allysson Viana Martins**

Professor de Jornalismo e coordenador do COMtatos - Grupo de Pesquisa em Espaços e Temporalidades Comunicacionais da Universidade Federal de Rondônia (UNIR).

E-mail: allyssonviana@unir.br

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Estudos em Jornalismo e Mídia  
v.18, n.2, jul./dez. 2021.  
ISSNe 1984-6924

A produção jornalística, em qualquer meio, mas sobretudo no jornalismo impresso, tendo em vista as suas raízes históricas, deve seguir em alguma medida o que se preconiza do papel do jornalismo na sociedade, em outras palavras, os aspectos da institucionalização da profissão. Como muitas das funções aparecem como um ideal da atividade, é facilmente perceptível uma (as)simetria entre a instituição (dever) e a organização (ser). Ainda assim, esse dever-ser não pode ser encarado como algo inalcançável, externo à atividade jornalística, uma utopia acima do real, afinal, “não é só de ideal, mas de experiências reais que se constrói a convicção de que a prática de um jornalismo de qualidade é exequível” (BENEDETI, 2009, p. 118).

Embora existam preceitos que guiam os profissionais da imprensa – o modelo de jornalismo praticado e realizado no qual não se importam as circunstâncias em que ele é produzido –, não se pode avaliar a prática jornalística sem considerar as situações reais, com todos os seus rituais, hábitos e constrangimentos, isto é, sem salientar o *ethos* jornalístico existente em toda produção noticiosa. Nesse caso, para além dos princípios que regem a profissão – a sua institucionalização –, entram em jogo aspectos próprios da organização, as questões empresariais e de rotina produtiva, até nos produtos mais artesanais (SCHUDSON, 2010). Para Seixas (2009, p. 73), “é no nível das organizações que podemos compreender as responsabilidades e competências exigidas”. Esses aspectos podem ser percebidos e avaliados em produções jornalísticas em qualquer mídia, reais ou representados em produções fictícias.

A série ficcional *After Life*, definida como de humor negro ou humor seco pela sua produtora e distribuidora, a Netflix, foi lançada em 2019 e conta a história de um jornalista depressivo e suicida que precisa lidar com a morte por câncer da sua esposa. Em seis episódios com aproximadamente 30 minutos de duração, mais do que acompanhar o cotidiano mórbido do mau-humorado protagonista, acompanhamos a relação do jornalista com o modesto jornal local e gratuito em que trabalha, a ficcional *Gazeta de Tambury*, bem como a relevância do veículo para a sua comunidade e o seu público-alvo, os idosos de uma pequena cidade do Reino Unido, que preferem as notícias na mídia impressa às publicações na internet. O subtexto da série aborda questões acerca da relação do dever-ser de um veículo jornalístico, como: função social de um produto jornalístico; jornalismo como empresa; e rotina produtiva de um jornal. Como se trata de uma obra de ficção, existe uma liberdade para abordar essas questões maior do que se seguisse o exemplo de um veículo real, podendo, dessa maneira, extrapolar a realidade e entrelaçar diversos aspectos relevantes para a instituição e a organização jornalísticas.

No período de novembro de 2017 até abril de 2018, a Jigsaw Research (2018) analisou o hábito dos britânicos no consumo de notícias. Entre os principais resultados, o jornal impresso aparece como quarto (40%) meio de comunicação mais consumido entre os adultos no Reino Unido, excluindo as revistas impressas da contagem e atrás da TV (79%) e da internet (64%) e muito próximo do rádio (44%). No tocante ao noticiário local naquele país, o jornalismo impresso (14%) se mostra ainda relevante, ficando atrás na preferência apenas da programação televisiva regional e local (38%), empatando com as mídias sociais (14%) e à frente dos sites jornalísticos (11%) e do rádio (10%). Os idosos – público-alvo da ficcional *Gazeta de Tambury* – segundo o relatório, consomem mais a televisão (94%), seguido do jornalismo impresso (60%) e do rádio (54%); as notícias na internet são consumidas por somente 38%. Esses dados da realidade nos permitem entender o motivo da série relacionar um público dessa faixa-etária com um jornal diário impresso, demonstrando que essa representação da ficção busca respaldo em aspectos verossímeis para o espectador. Desta maneira, a intenção deste texto é investigar a função social do jornalismo através da representação de um veículo impresso local e gratuito de uma pequena cidade do Reino Unido, a *Gazeta de Tambury*, pela ótica da série de ficção *After Life* da Netflix.

## Do dever ao ser jornalístico

A profissão de jornalista se institucionaliza em consonância com o movimento civilizatório da Europa do século XVII, que se torna paradigmático nas sociedades ocidentais do século XIX. O período iluminista marca a formação base da atividade jornalística, transformando a liberdade de expressão num direito inalienável. Carlos Franciscato (2003) explica que a Inglaterra e os Estados Unidos ajudaram a desenvolver esse modelo de jornalismo moderno ocidental. A partir daí, entendemos por que Schudson (2008) afirma que o jornalismo parece essencial à democracia graças à autopromoção dos jornalistas de que seu trabalho era vital para a sociedade, considerando a liberdade de expressão primordial para as democracias liberais, contexto no qual se insere a série de ficção.

O jornalismo inglês e o norte-americano, em vez de ‘inventarem’ o jornalismo, definiram mais exatamente um modelo específico de jornalismo, com base em transformações particulares de suas sociedades, modelo este que se tornou predominante para caracterizar o jornalismo moderno (FRANCISCATO, 2003, p. 38).

Essa institucionalização ocorreu porque, nos séculos XVII e XVIII, novos hábitos sociais foram institucionalizados com o nascimento da imprensa periódica, como a leitura de livros e de jornais. A recepção se dava através de um ato isolado de leitura e os leitores dos jornais formavam grupos, mesmo que não reunidos presencialmente. O século XIX propiciou o surgimento do jornalismo ocidental moderno, contudo, é importante ter ciência de que o papel chegou ao ocidente no século XII, a imprensa em 1450 e os primeiros jornais (não eram diários ainda) já eram veiculados desde o século XVII. No Brasil, a primeira regulamentação do jornalismo foi realizada em 1938 e o primeiro curso criado em 1947, na Faculdade Cásper Líbero. Em 1969, a legislação brasileira outorgou o exercício da profissão apenas aos profissionais diplomados, ainda que essa exigência tenha sido feita desde 1918, no primeiro congresso dos jornalistas brasileiros.

Tais problematizações acerca do atual papel da profissão jornalística, sobretudo diante dos potenciais oferecidos pela internet, permeiam os seis episódios de *After Life*. Na série, de maneira mais ou menos enfática, o protagonista Tony faz críticas à lógica contemporânea do jornalismo, revelando que ele e nós, espectadores, compartilhamos do mesmo universo. Por volta dos 10 minutos e 30 segundos do primeiro episódio, inclusive, trava uma discussão com o editor-chefe, seu cunhado, alegando que “o problema é que estamos distribuindo jornais de graça, que ninguém vai ler”. O chefe refuta essa afirmação, argumentando que “tem muita gente que ainda lê nosso jornal; nem todo mundo usa o *Twitter*”, citando e incorporando na história uma das principais redes sociais da nossa realidade, demonstrando, assim, uma preocupação de associar-se à realidade que vivenciamos. Em seguida, o chefe convoca Tony para uma conversa privada e pede para que o repórter seja mais “profissional” nesse sentido.

Embora o jornalismo surja pela necessidade de veiculação de informação de forma metódica em sociedades capitalistas, a função da atividade também está ligada à carência de integração social. Extrapolam-se, de fato, as finalidades democráticas da profissão – informar e servir de fórum público (SCHUDSON, 2008; BENEDETI, 2009). O jornalismo costuma ser tratado pela perspectiva de uma linha tênue: de um lado, com seu papel social bem delimitado; de outro, como uma prática para lucrar e dominar, afinal, a notícia seria um produto à venda, ainda que não seja um produto qualquer (MEDINA, 1988; GENRO FILHO, 1987). O jornalista Marcelo Salles (2009, s.p.) é mais idealista e vai além, ao dizer que “não faz mais nenhum sentido chamar de Jornalismo o que fazem as corporações de mídia. (...) Quando a empresa passa a ter como principal meta o lucro, essa empresa pode ser tudo, menos uma instituição jornalística”.

O jornalismo é uma prática bastante relacionada às sociedades democráticas e capitalistas. Genro Filho (1987), todavia, defende que a profissão de jornalista produz uma forma de conhecimento além do modo de produção e filosofia capitalistas, apesar de criada e desenvolvida neste contexto, enquanto Michael Schudson (2008) defende que o jornalismo pode existir fora do sistema democrático. Embora este seja o berço da profissão, há casos em que ele não é essencial, como no Chile (ditadura nos anos de 1980), na Espanha (marcada pelo franquismo) e na China (socialista). Portanto, é importante perceber que “a democracia não necessariamente produz jornalismo nem o jornalismo necessariamente produz democracia” (SCHUDSON, 2008, p. 3, tradução nossa), afinal, “as técnicas propostas pelos jornalistas do ‘bloco socialista’ não diferem das técnicas ocidentais, que propugnam a ‘objetividade’ e a ‘verdade dos fatos’” (GENRO FILHO, 1987, p. 123), ou seja, não diferem o modo de produção nem os ideais que regem a profissão.

Na série *After Life*, a objetividade é problematizada sobretudo a partir da discussão sobre religião travada rotineiramente pelos repórteres Tony (protagonista) e sua colega Katie. No terceiro episódio, por volta dos 16 minutos, por exemplo, Katie sugere uma pauta sobre o poder de cura dos cristais, que Tony recusa, posicionando-se como ateu. Os dois iniciam uma discussão acalorada sobre a crença em Deus, o que evidencia que, embora o jornalismo se apresente como independente de crenças individuais, a relação com outras instituições, como a religião, é presente e, algumas vezes, bastante questionável. No último episódio, em torno do minuto três, os dois repórteres retomam a discussão, ainda que de uma maneira mais amena, e Tony argumenta que a questão central não é “o sentido da vida” e sim o “amor à vida”, ao que a colega Katie parece ceder.

Esse é apenas um exemplo da série analisada de que a constituição do jornalismo no ocidente – da qual ele faz parte, pois o enredo ficcional se entrelaça com a nossa realidade – apresenta questões contraditórias, como: ser uma atividade de interesse público, mas majoritariamente de propriedade privada – de um lado, existe o público, cidadão, do outro, a audiência, cliente; ter de atingir a coletividade, mas priorizar uma audiência específica; interpretar os fatos do mundo e pretender a objetividade; trabalhar sob a pressão temporal e almejar precisão (BENEDETI, 2009). Na verdade, o jornalismo não precisa apagar os interesses por trás da produção noticiosa, mas assegurar a relevância do interesse público em detrimento do interesse do público.

Na percepção de Josenildo Guerra (2010b), o Jornalismo possui três funções fundamentais nas sociedades democráticas: *watchdogs*, *agendasettters* e *gatekeepers*. *Watchdogs* se aproximaria da noção de quarto poder, com os meios de comunicação como vigilantes dos poderes executivo, legislativo e judiciário; a função de *agendasettters* se refere à atribuição de uma agenda que informa sobre o que se deve falar, ou seja, quais são os temas de relevância pública; por fim, o papel de *gatekeepers* trata da pluralidade de perspectivas expostas sobre um tema. Por sua vez, Schudson (2008) acredita que, nas democracias atuais, o jornalismo adquire seis funções primordiais: informação (uma função educacional), investigação (um *watchdog* e um instigador do interesse da audiência), análise (articula o *background*), empatia social (sensibiliza os leitores), fórum público (agendamento da interação e emissão por parte da audiência) e mobilização (convencimento).

Algumas dessas funções, todavia, não são facilmente perceptíveis como próprias do papel social do jornalismo, como empatia social, que mais parece uma estratégia para atrair e manter audiência do que um ofício. Outros aspectos de cada ponto também poderiam ser problematizados, como a mobilização: é dever da mídia procurar um diálogo ou convencer com uma visão ideológica? Como a mídia pode ser quarto poder se é uma instituição comercial com fins lucrativos, diferente da constituição dos poderes no Brasil, onde os representantes são escolhidos por eleição ou concurso público?

Essa é uma problemática também levantada pelo protagonista de *After Life* em praticamente todos os episódios da série, em especial quando critica incisivamente as pautas abordadas pela *Gazeta de Tambury*. Entre as temáticas cobertas por Tony em cada episódio, pode-se citar: 1) agricultor que cultiva uma batata parecida com Lionel Richie e idoso que recebeu o mesmo cartão de aniversário por cinco anos seguidos; 2) rapaz que toca flauta com as narinas; 3) idoso que vê o rosto de Kennedy Brown numa mancha de infiltração na parede provocada por cano rompido; 4) acidentada que estava no hospital após ser atingida por um pedaço de madeira, o que ela considerava um milagre; 5) mulher que faz pudim com leite materno (do próprio seio) e pão com fermento vaginal; 6) bebê que pais acreditam se parecer com Adolf Hitler.

Na pauta do segundo episódio, inclusive, Tony relaciona a cobertura com as pessoas que observam acidentes na estrada, afirmando que se costuma pensar: “ah, que interessante” e, em seguida, “nossa, não deveria ter olhado”. O protagonista questiona, desse modo, a relação já mencionada nesse artigo do conflito recorrente no jornalismo entre o interesse público e o interesse do público – que existe na realidade e também na obra de ficção. A crítica mais incisiva está, possivelmente, no episódio três, em que Tony destaca que a fonte entrou em contato com a imprensa para relatar a mancha de infiltração na parede; mas menciona apenas de maneira superficial que a esposa estava doente por ter levado uma martelada na cabeça após o ataque de uma gangue de motoqueiros. No sexto episódio, o protagonista se revolta com o fato dos pais do bebê forçarem uma semelhança com Adolf Hitler – personagem histórico da nossa realidade e também da série, uma vez que busca representar nosso cotidiano contemporâneo –, em que afirma contundentemente: “as pessoas fazem qualquer coisa para aparecer no jornal”. Ainda assim, o jornalista e seu veículo não são capazes de perceber as pautas com potenciais humanos e sociais que os circundam, como: a vida de uma pessoa, potencial suicida ou resignada, após a morte do(a) companheiro(a); abandono de idosos, mesmo em casa de repouso; médicos antiprofissionais e com tratamento pouco humanizado.

Embora os grupos de comunicação estejam cada vez mais envolvidos ao espírito comercial, o jornalismo não pode ser inocentemente colocado ao lado de outros produtos, afinal, ele não é qualquer produto e não pode estar à mercê do lucro. “O jornalismo não pode ser reduzido às condições de sua gênese histórica, nem à ideologia da classe que o trouxe à luz. Parafraseando Sartre: a notícia é uma mercadoria, mas não é uma mercadoria qualquer” (GENRO FILHO, 1987, p. 14). O autor compreende que o jornalismo passou por duas fases, até chegarmos a essa atual. Na primeira fase, as notícias representavam as necessidades econômicas e comerciais geradas por um capitalismo inicial que ainda engatinhava. No segundo momento, a imprensa se tornou um espaço para opinião e para o jornalismo literário, ou *new journalism*, gênero surgido nos Estados Unidos na década de 1960. A terceira e última fase gira em torno, novamente, de um espírito capitalista que já está mais desenvolvido e aliado à tecnologia, não sendo mais artesanal, mas uma empresa tipicamente capitalista (como o concebemos atualmente).

O francês Patrick Charaudeau (2006) percebe que a imprensa pode realizar produções de qualidade, ainda que a lógica comercial seja indissociável. A separação dos conteúdos do poder do capital seria um erro, pois daria brechas para utopias e incompreensões do contexto no qual os meios de comunicação estão inclusos.

Se não se levar em conta a lógica comercial à qual estão submetidas as mídias, dois obstáculos parecem opor-se a uma reflexão sobre a questão da deontologia: os discursos de justificativa da profissão diante das críticas que são feitas; a recusa em considerar que o que se poderia chamar de verdade da informação encontra-se preso numa armadilha (CHARAUDEAU, 2006, p. 263).

O jornalismo é percebido geralmente como um instrumento de dominação para manter o *status quo*, do poder corrente e dominante, uma forma de manipulação da sociedade ou como algo meramente descritivo e ilustrativo, tipicamente funcionalista. A partir dessa perspectiva, pode-se questionar a visão estreita que se tem do jornalismo, sobretudo devido à sua origem no âmago do capitalismo.

Ou os capitalistas inventaram, conforme seu arbítrio, o moderno jornalismo e as necessidades que ele satisfaz, ou perceberam as novas e reais necessidades (da informação de tipo jornalístico) e fizeram delas uma fonte de lucros. Esta última alternativa parece mais viável, inclusive porque não vê a história sendo feita maquiavelicamente segundo a vontade soberana e autônoma do capital (GENRO FILHO, 1987, p. 93).

Enquanto o jornalismo se tornava uma organização com bases fortes para inserir-se no mercado e na briga pelo capital econômico – nos quais a razão e impessoalidade imperam –, conflitos surgiram, sobretudo entre o capital e sua função e seu papel social. De um lado, pensa-se no capital; de outro, o jornalismo está à mercê e subserviente à sociedade (BENEDETI, 2009; FRANCISCATO, 2003). Ainda assim, não são apenas as instâncias econômicas e políticas que regem as mudanças no capitalismo, mas também as históricas, tecnológicas, entre outras. Um desses exemplos é o emprego do telégrafo para o envio de informações, que acabou estabelecendo novos padrões de conteúdo para o jornalismo, como a fragmentação do texto e a hierarquização das informações, da mais importante para a com menor valor noticioso – pirâmide invertida; a diminuição do texto, tornando-o mais objetivo e conciso; a criação de um parágrafo inicial que contivesse as principais informações do fato noticiado – lide (FRANCISCATO, 2003; SCHUDSON, 2010).

Após essa fase de acomodação, tivemos a legitimação, a profissionalização e a posterior regulamentação do jornalismo, nas quais surgiram princípios considerados básicos, como: independência, imparcialidade e objetividade. Além dos conhecimentos técnicos, começou-se a exigir dos profissionais saberes específicos, de caráter deontológico e cognitivo, desenvolvendo, então, um *ethos* jornalístico, que reflete a interação entre jornalistas, organizações e sociedade através das informações produzidas. “Os jornalistas professam saber produzir as informações jornalísticas e realizar a mediação informativa que a sociedade precisa” (BENEDETI, 2009, p. 32), logo, as suas competências – questão à qual retornaremos na análise da *Gazeta de Tambury*, mais adiante, demonstrando como a ficção representou essa modalidade profissional também a partir desses aspectos.

O processo de institucionalização jornalística ganhou notoriedade em sociedades democráticas por proporcionar um espaço para se debater questões de interesse público e social e por produzir informações diversas de mesma finalidade. A função do jornalismo e a sua institucionalização em democracias circundam as necessidades de informar e de servir como fórum para assuntos de interesse público, ainda que também observemos outros papéis desempenhados. A instituição é composta por profissionais capacitados para a produção de um conjunto de saberes específicos da profissão. Entretanto, é formada ainda pela audiência e pela sociedade, não apenas pelos produtores da informação, a instância de produção.

Guerra (2005) faz uma distinção entre instituição e organização jornalística, pois se referem a diferentes aspectos do jornalismo, logo, declarações feitas sobre a instituição não podem possuir correlação direta com a organização, sendo o inverso também verdade. A primeira compreende as normas que definem a maneira como deve ser o jornalismo de qualidade, enquanto na organização estão as regras que determinam como se faz boas produções jornalísticas.

Na instituição, estariam os princípios e a função social da atividade jornalística, isto é, seus conceitos e princípios. A organização é uma forma de manifestar as normas e regras da instituição, ou seja, sua manifestação concreta, sua

aplicação na realidade e seu experimento. A organização se refere às pessoas e aos meios que põem na prática o conceito, a ideologia e a função impregnados na institucionalização do jornalismo. O que é de reconhecimento social como função do jornalismo não é necessariamente igual ao que efetivamente é produzido na organização, em outras palavras, “a primeira é da dimensão normativa, enquanto a segunda é de ordem empírica” (SEIXAS, 2009, p. 73). Dedicar-se às instituições jornalísticas significa entender a proliferação de grandes (conglomerados de mídias) e pequenas organizações, perceber que cada organização é livre para absorver as regras e as normas ao seu modo.

Cada organização é, em tese, uma manifestação empírica daquilo que a instituição determina formalmente. A instituição corporifica um conjunto de diretrizes normativas do dever-ser da atividade jornalística. A organização é a manifestação concreta que se pretende implementadora daquele “dever-ser”, mas que simultaneamente enfrenta todas as dificuldades práticas e cotidianas de sua realização, devido a problemas de diversas categorias: organizacionais e extra-organizacionais, institucionais e extra-institucionais (GUERRA, 2005, p. 9).

Se a institucionalização prega os preceitos para um jornalismo qualificado, a organização se encarrega do gerenciamento dessa qualidade, através do desempenho dos seus profissionais. Nesse processo, devem ser consideradas as especificidades do produto até a formação do jornalista, além do ambiente organizacional e da preparação do profissional para empregar suas capacidades nos constrangimentos corporativos. Nas experiências das organizações, isto é, no âmbito dos negócios jornalísticos, as empresas procuram demonstrar o compromisso que possuem com o público através da (suposta) qualidade de seu produto. Na concepção de Guerra (2005), existiria uma “doutrina da responsabilidade social”, que faria o jornalismo vender-se como “serviço público”, cujo reconhecimento, credibilidade e compromisso não permitiriam que o interesse social fosse colocado em segundo plano, devido às instâncias econômicas e políticas.

Para alcançar uma qualidade em sua produção, o profissional deve valer-se de técnicas e métodos na construção da notícia e na interpretação da realidade. Quanto melhor e maior o manejo delas, mais o produto ficará próximo do desejável. Essas técnicas seriam: cognitiva, de conduta e de produção (GUERRA, 2005). A técnica cognitiva tem a ver com a capacidade de interpretar a realidade, ou seja, a habilidade de entender os fatos e os acontecimentos para além da aparência, conseguindo relacionar com outras instâncias e contextos. A técnica de conduta condiz com as atitudes requeridas dos jornalistas no instante de sua produção e são de três ordens: administrativa – direitos e deveres entre contratante e contratado; ética – respeito aos envolvidos; e metodológica – postura durante a investigação. A última técnica, de produção, é a realização do produto com aplicação das técnicas predecessoras.

A organização, por outro lado, seria composta por três núcleos: administrativo, operacional e técnico. O último se refere à constituição da atividade jornalística como profissional, as técnicas e os métodos empregados no momento do fazer noticioso. O núcleo administrativo se dedica à gestão das atividades-meio que dão suporte à atividade-fim, em que se definem a linha editorial do veículo e a sua rotina de produção, aspectos que delimitam um padrão de trabalho na organização. Por fim, o núcleo operacional possui relação com a tecnologia, compreendendo suas características, potencialidades e constrangimentos, como os equipamentos e o padrão do produto.

## Gazeta de Tambury

Os pontos discutidos nas seções anteriores podem ser exemplificados ao longo de todos os episódios de *After Life* os quais buscaremos sistematizar abai-

xo. Diante dos potenciais oferecidos pelas tecnologias digitais contemporâneas, a prática jornalística tem se reconfigurado, no mundo real, mas suas diretrizes são mantidas e, talvez, até ampliadas e intensificadas.

Destaque, em primeiro lugar, para a problemática *logística* de circulação e distribuição dos jornais impressos, em especial os gratuitos, locais e não vinculados a grandes conglomerados comunicacionais. Por volta do minuto 15 do primeiro episódio, o editor-chefe chama a atenção do entregador de que alguns leitores reclamam o não recebimento dos jornais, ressaltando o fato de que ele deve tocar as campainhas e subir as escadas de cada apartamento, pois grande parte do público é formada por idosos. Porém, logo após a saída do chefe, o protagonista Tony aborda o entregador e diz que sabe que ele jogará todos os exemplares no lixo e comprará heroína com o pagamento, o que é confirmado pelo contratado, que se revela ao longo da série um forte dependente químico a ponto de se suicidar com uma overdose financiada por Tony. Evidencia-se, por meio dessa cena, um problema que chega a ser rudimentar (como a dependência do entregador) para o desenvolvimento e manutenção do jornalismo impresso contemporâneo, em especial no âmbito de organizações menores e locais.

Isso nos conduz à outra questão que é a *administrativa*, também amplamente abordada ao longo de *After Life*, com base em aspectos da realidade contemporânea. O editor-chefe da *Gazeta de Tambury* sempre se revela imbuído em manter a coesão da equipe; mas, logo no primeiro episódio, por volta de 11 minutos, Tony critica o fato do chefe ser “uma pessoa legal”, e que vai continuar tirando vantagem disso para não ser demitido, tal como os demais colegas fazem. Tony pontua vários constrangimentos das rotinas de trabalho que se perpetuam, como colegas que faltam demais e o chefe que não toma nenhuma medida efetiva.

Apesar dessas críticas, o chefe persiste nas suas tentativas de integração da equipe do jornal, o que passa a se revelar benéfico, principalmente a partir do quarto episódio, quando Tony aceita um encontro amoroso marcado por ele; o fotógrafo oferece “dicas de estilo” ao protagonista e a novata Sandy chega a levar Tony para comprar roupas novas. Essa sequência de cenas, exibidas por volta do minuto 14, reforça a ideia de que a integração entre as equipes jornalísticas ultrapassa as questões administrativas e empresariais, requerendo que sejam considerados também aspectos pessoais e sociais específicos de cada profissional envolvido no processo produtivo.

Essa postura dos gestores deve passar, ainda, pelas *competências* exigidas dos integrantes de suas equipes. É recorrente a ideia de que, hoje, um jornalista pode cobrir qualquer pauta, com as fotos produzidas com mais facilidade pelas câmeras digitais cada vez mais portáteis. Esse ponto da realidade é evidenciado em *After Life* desde o segundo episódio, quando Tony vai à redação apenas para encontrar o fotógrafo e eles irem juntos para a cobertura da matéria, embora todas as fotos sejam feitas a partir de uma pequena câmera que poderia ser manuseada pelo jornalista.

Esse aspecto vai sendo destacado de maneira crescente ao longo da série, sobretudo nos momentos em que Tony, irritado, usa o momento das fotografias como uma válvula de escape quanto às temáticas e às opiniões com as quais não concorda nas pautas. Torna-se notória também a importância das conversas entre os dois colegas após a realização de cada cobertura. Porém, a questão técnica em si não é central para a fotografia do jornal; o que fica claro no quarto episódio, quando o fotógrafo já sai do quarto da acidentada entrevistada conferindo as fotos produzidas na câmera portátil e confirmando que “ficaram boas”. De volta à redação, o fotógrafo ensina à novata Sandy como é simples baixar e editar as imagens no computador. Por fim, é pertinente mencionar as problemáticas *deontológicas* levantadas por *After Life*, entre as quais destacaremos duas: o financiamento dos jornais (em especial no que se refere a determinadas editorias) e os assédios praticados e/ou sofridos nesse exercício profissional (incluindo morais e sexuais).

O primeiro ponto aparece logo aos sete minutos do primeiro episódio, em que, ao apresentar a novata Sandy à equipe, o chefe diz que a repórter Katie é da área da gastronomia e pode levá-la à inauguração de algum restaurante. Também no terceiro episódio, essa questão entra em voga quando o chefe convida a todos para um show de comédia em um lugar que patrocina a *Gazeta de Tambury*. Katie destaca que poderiam todos entrar sem pagar nada, mas o chefe responde que resolveu “retribuir” ao patrocinador, pois é importante incentivar a cultura. Essas duas cenas ilustram a relação, questionável, entre o jornalismo e os financiadores, entre os setores dos conteúdos jornalísticos e as estratégias comerciais das organizações, sobretudo em editorias como cultura, gastronomia, automobilismo, moda, turismo e afins. Como argumentava Serra (2011, p. 559, tradução nossa), “O que é não-ético não é falar de marcas, empresas ou negócios – mas falar disso como se não se falasse disso, como se se falasse de outra coisa totalmente diferente”<sup>1</sup>. Essa situação torna a descoberta de estratégias apropriada para superar um dos grandes desafios dos jornalistas comprometidos com a ética, debate recorrente entre profissionais reais.

O segundo ponto que gostaríamos de ressaltar, sobre os códigos deontológicos, possui relação com o assédio, perceptível ao longo de toda a série. Tanto que o protagonista Tony já chega à redação, no primeiro episódio, discutindo com a colega Katie, que cobra o fato de ele estar atrasado em dia de fechamento. O chefe pede desculpas à novata Sandy, que presencia a discussão, e alerta que “Tony poderia ser grosso às vezes, mas que não era pessoal”, justificando as agressões verbais com a morte recente de sua esposa. Em seguida, o chefe chama o suicida e seu cunhado Tony para sua sala, onde afirma que “nem deveria estar dizendo para você não ser grosso com as pessoas”. Esses trechos, entre vários outros similares no decorrer da série, revelam como existe uma naturalização do assédio moral em alguns ambientes de trabalho, perpetrado, principalmente, pelas figuras masculinas, em virtude das suas características formas de lidar com a vida.

O assédio sexual, por sua vez, é abordado a partir do segundo episódio, quando o fotógrafo convida a mãe de um entrevistado – o rapaz que toca a flauta com as narinas – para um encontro amoroso. Percebendo a situação, Tony repreende o colega e classifica sua postura como “antiprofissional” e “vergonhosa” para todos os envolvidos na cobertura. O protagonista alega, inclusive, que não é correto manter esse tipo de atitude com relação a uma mulher que quer que seu filho apareça no jornal. Depreende-se, portanto, com base na análise aqui realizada, que *After Life* aborda alguns dos aspectos centrais da função social do jornalismo impresso e seus desdobramentos. Uma discussão ainda mais relevante se considerarmos o contexto específico dos jornais locais e gratuitos, que se encontram face a uma necessidade cada vez mais urgente de reformulações conteudísticas e reposicionamento no mercado comunicacional.

## Considerações finais

A função do jornalismo na sociedade atual passa por reconfigurações que poucos ainda conseguem compreender, no âmbito acadêmico ou profissional. Esses aspectos foram tratados neste texto através da produção ficcional da Netflix *After Life*. A série tem como fio condutor a vida de um jornalista deprimido; tanto que, com exceção apenas do terceiro episódio, todos se iniciam com o protagonista assistindo vídeos de sua esposa falecida. O seu potencial para este trabalho, contudo, está no subtexto com a discussão das problemáticas caras ao jornalismo impresso, sobretudo o local e gratuito, a partir do exemplo da fictícia *Gazeta de Tambury*. Mesmo se tratando de uma obra de ficção, diversas questões jornalísticas se apresentam, uma vez que o enredo traz um mundo verossímilante ao nosso, fazendo com que o espectador entenda que os problemas ali

<sup>1</sup>Tradução nossa: “Lo que es non-ético no es hablar de marcas, empresas o negocios – pero hablar de eso como se no se hablara de eso, como se se hablara de otra cosa totalmente diferente” (SERRA, 2011, p. 559)

debatidos poderiam estar na vida de qualquer profissional do mundo real que vivesse em condições semelhantes.

Além dos aspectos logísticos, administrativos, profissionais e deontológicos, é possível destacar, como conclusão, um eixo mais geral problematizado pela série e observado na realidade: o esforço individual e diário dos profissionais para que o jornalismo se renove. No terceiro episódio, por exemplo, surge um personagem que se revela central: um homem que vai à redação quase que diariamente pedir para que sua vida seja pauta. O protagonista parece conhecê-lo de outras visitas e apenas o conduz até a saída. Se outros moradores da cidade criavam acontecimentos mirabolantes para se tornar pauta, a figura era particularmente reconhecida pelo seu desejo e sua insistência para isso. No quinto episódio, o Tony visita a casa do homem, acompanhado pelo fotógrafo e pela repórter novata, e percebe que se trata de um acumulador compulsivo. O protagonista afirma que não havia uma pauta ali, mas Sandy decide escrever uma matéria sobre o homem, cujo nome se descobre ser Brian. A novata trabalha até que a redação se esvazie e mostra o texto final ao veterano, que sugere que seja matéria de capa, emocionando-a e, finalmente, cumprindo a vontade de Brian, em ser pauta.

Essas cenas resumem uma discussão que permeia toda a série: a escassez de pautas e perspectivas para o jornalismo local, um problema patente para todos que encaram tal ofício. No entanto, a conclusão parece ser sobre a importância de que cada jornalista se mantenha atento à realidade que o circunda. Tony sempre criticava suas pautas e desestimulava, inclusive, a jovem colega, chegando a afirmar, no quarto episódio, que “não existe uma boa carreira no jornalismo” e que, “em breve, não teremos mais jornais como conhecemos, em função das coisas nojentas e do discurso de ódio publicados na internet”. Encerra com a frase: “é um futuro terrível”. Essa perspectiva é enfatizada em alguns momentos, quando diz para Sandy ir embora, como fez um ex-funcionário contratado pelo *The Guardian*, jornal impresso tradicional do Reino Unido, aproximando ainda mais a série ficcional à nossa realidade.

Nas cenas que finalizam *After Life*, a perspectiva do protagonista é renovada. Tony pede desculpas ao chefe e demais colegas e afirma que a *Gazeta de Tam-bury* é um bom lugar para se trabalhar. Embora seja um jornal local, serve para passar o tempo e isso já é bom, ponderando: “não é literatura; é pertencimento”. E conclui que todos deveriam participar de um jornal local uma vez na vida. Fica claro que o encerramento da série, de certo modo, romantiza todos os problemas apresentados ao longo dos seis episódios, que não são tão tranquilos quando vivenciados na realidade profissional. De qualquer forma, é uma importante iniciativa (e ficcional, o que amplia o público atingido para além dos jornalistas profissionais) no sentido de discussão acerca da função social do jornalismo, sobretudo o impresso, na atualidade.

---

## Referências

- BENEDETI, C. **A qualidade da informação jornalística**: do conceito à prática. Florianópolis: Insular, 2009.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- FRANCISCATO, C. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. 2003, 336 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**. Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

GUERRA, J. Instituição e organização jornalística: uma distinção conceitual. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2005. **Anais...** Intercom, 2005.

GUERRA, J. O nascimento do jornalismo moderno. Uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, 2003. **Anais...** Intercom, 2003.

GUERRA, J. Sistema de gestão de qualidade aplicado ao jornalismo: possibilidades e diretrizes. **E-Compós**, Brasília, v. 13, n. 13, p. 1-16, set./dez. 2010b.

JIGSAW Research. News consumption in the UK: 2018. **Ofcom News Consumption Survey 2018**. Disponível em: <[https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0024/116529/news-consumption-2018.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0024/116529/news-consumption-2018.pdf)>. Acesso em: 4 abr. 2019.

MEDINA, C. **Notícia**: um produto à venda, 6. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1988.

SALLES, M. É preciso reconceituar o jornalismo. **Observatório da Imprensa**, ed. 558, s./p., 2009.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis-RJ: Vozes, 2010.

SCHUDSON, M. News and democratic society: past, present, and future. **The Hedgehog Review** – Institute for Advanced Studies in Culture, Charlottesville, v. 10, n. 2, p. 7-21, jun./set. 2008.

SEIXAS, L. Por uma outra classificação: gêneros discursivos jornalísticos e gêneros discursivos jornalísticos. **Revista Galáxia**, São Paulo, v. 9, n. 18, p. 70-84, jul./dez. 2009.

SERRA, P. La confusión entre información y publicidad: el caso de las revistas. In: VILLEGAS, J. C. S. (Ed.). **La ética de la comunicación a comienzos del siglo XXI**. Actas del I CONGRESO INTERNACIONAL DE ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN. Edufora: Universidad de Sevilla, 29-31/mar/2011, p. 548-560.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, jan./jun. 2005.

SOUSA, J. P. Qualidade percebida de quatro jornais on-line brasileiros. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**. Portugal: BOCC, 2001.