

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

A FORÇA DO JORNALISMO NO FILME “O QUE É ISSO, COMPANHEIRO?”: ANÁLISE DA HIPÓTESE DA AGENDA-SETTING

Tayná Aparecida Sousa de Freitas; tayna@discente.ufg.br¹
Ângela Teixeira de Moraes; atmoraes@ufg.br (orientadora)²

RESUMO

O presente artigo propõe a análise da representação da imprensa no longa-metragem “O que é isso, Companheiro?” a partir da hipótese da *agenda-setting*, para compreender como a função de agendamento dos meios de comunicação de massa se comporta em relação à narrativa, baseada em acontecimentos reais. Por meio da pesquisa bibliográfica para conceituar o que é a *agenda-setting* e da seleção de recortes do filme com base em critérios pré-estabelecidos, é feita a construção da relação entre o papel da imprensa e a função de agendamento a partir da obra cinematográfica.

PALAVRAS-CHAVE

Agenda-setting. Jornalismo. Imprensa. Cinema.

1. INTRODUÇÃO

O filme “O que é isso, Companheiro?” é um longa-metragem brasileiro de 1997 dirigido por Bruno Barreto e baseado no livro homônimo do jornalista Fernando Gabeira, hoje comentarista da Globo News. A história é um retrato de um acontecimento real no ápice da ditadura militar do Brasil (1964 a 1985), especificamente em um acontecimento de 1969. A narrativa acompanha Fernando (rebatizado de Paulo por seus companheiros) e o grupo Movimento Revolucionário Oito de Outubro (MR8) durante a execução do sequestro do embaixador americano Charles Burke Elbrick. Mesmo não sendo protagonista, a imprensa teve um papel

¹ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação (FIC) e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG).

² Pós-doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Professora associada da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG).

fundamental no sucesso do plano, aparecendo em muitos momentos como a peça-chave para o sucesso ou o fracasso do sequestro em troca das demandas do grupo.

Durante toda a narrativa do filme, os meios de comunicação estiveram presentes, alternando entre um plano de fundo para a história e um agente ativo, essencial para os objetivos do MR8.

Em diversos momentos, a censura à imprensa foi abordada a partir da necessidade de realizar um plano que quebrasse o silêncio imposto sob a mídia por meio da censura do Ato Institucional 5 (AI5). Dessa forma, a população poderia tomar ciência das atividades contra a ditadura que o grupo praticava, além de chamar a atenção do público para a resistência ao governo.

Esse papel da imprensa pode ser descrito pela hipótese da *agenda-setting*, estudo teórico centrado no jornalismo e formulado por Donald Shaw e Maxwell McCombs em 1972, a partir do artigo “*The agenda-setting Function of Mass Media*”. A teoria do agendamento, como também é chamada, nada mais é do que a identificação da alta capacidade de os meios de comunicação têm em pautar os assuntos que o público deve falar sobre (Pena, 2005), sem necessariamente convencê-los de uma certa ideia ou interpretação.

O presente artigo tem por objetivo compreender e estabelecer a relação entre a representação da imprensa no filme e os fundamentos da hipótese da *agenda-setting* da mídia jornalística.

2. METODOLOGIA

Para conseguir estabelecer a relação analítica entre a produção audiovisual “O que é isso, Companheiro?” (1997) e a hipótese da *agenda-setting*, é necessário, antes dos demais passos metodológicos, realizar a análise da obra cinematográfica dirigida por Bruno Barreto em uma adaptação do livro de mesmo nome. O filme está disponível gratuitamente no YouTube, no canal Europa Filmes, e também na plataforma de streaming Prime Video mediante assinatura.

A análise de conteúdo é o que permitirá o maior aproveitamento da obra, uma vez que o modelo permite a inferência, dada como “uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada” (Fonseca Júnior, 2011, p. 284), o que dialoga ainda com o que diz Krippendorff em seu livro “*Content Analysis: an introduction to its methodology*” (2004, p. 18, tradução nossa): “a análise de conteúdo é uma técnica de investigação destinada a formular inferências reproduzíveis e válidas a partir de textos (ou outros formatos tão significantes quanto) que podem se aplicar a seu contexto”³.

Para dar seguimento à análise, a seleção das cenas para este estudo teve como base dois critérios. O primeiro considera momentos em que o que é informado por meio de televisão ou jornal impresso, na frente ou por trás das câmeras, se torna assunto de conversa entre os personagens, independente da relação deles com o feito ou entre si. O segundo critério levou em conta cenas onde é abordado diretamente pelos personagens a ausência de informações provocada pela censura à liberdade de imprensa por meio do AI5.

A partir da análise das cenas fílmicas selecionadas, é preciso também compreender o que é a *agenda-setting* para trazer a hipótese à discussão. Nessa parte, a pesquisa bibliográfica se torna a metodologia escolhida para analisar textos dos autores Maxwell McCombs (1972, 2009), Donald Shaw (1972), Walter Lippmann (2008), Bernard Cohen (1963) e Felipe Pena (2005), imprescindível para a conceitualização teórica.

A etapa se encaixa metodologicamente para o passo pretendido, uma vez que a pesquisa bibliográfica é caracterizada por Stumpf (2011, p. 51) como “o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa [...], de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores”.

Estabelecidas as cenas do filme e o conceito base da *agenda-setting*, pode-se então averiguar a correlação entre os conceitos teóricos expostos na literatura dos autores acima e as cenas selecionadas no longa-metragem de 1997. Dessa forma, é

³ Content analysis is a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the contexts of their use.

possível a análise da obra audiovisual e a sua correlação com a realidade jornalística fora do mundo ficcional com base na teoria de agendamento.

3. DESENVOLVIMENTO

A hipótese da *agenda-setting* foi formalmente apresentada por Maxwell McCombs e Donald Shaw em 1972 no estudo publicado no *The Public Opinion Quarterly* sob o título “*The agenda-setting Function of Mass Media*”⁴. Ao realizar uma pesquisa com o eleitorado da cidade de Chapel Hill, nos Estados Unidos, os pesquisadores conseguiram chegar à conclusão que as escolhas de candidatos políticos estavam relacionadas ao que a mídia mostrava: “Mas enquanto os três candidatos à presidência davam ênfases distintas sobre diferentes assuntos, a opinião dos eleitores parecia refletir a composição da cobertura midiática.”⁵ (McCombs e, Shaw, 1972, p. 181, tradução nossa).

Essa conclusão conseguiu exemplificar o conceito que Bernard Cohen descreveu em seu livro “*The Press and Foreign Policy*” (1963), o que seria chamado de agenda-setting por McCombs e Shaw:

Isso quer dizer, então, que a imprensa é significativamente mais do que uma fornecedora de informação e opinião. Ela pode não ter sucesso na maior parte do tempo em dizer às pessoas o que pensar, mas é incrivelmente bem-sucedida em dizer aos seus leitores sobre o que pensar. E entende-se disso que o mundo parece diferente para pessoas diferentes, dependendo não apenas de seus interesses pessoais, mas também do mapa que é desenhado para elas pelos repórteres, editores e proprietários dos jornais que leem. (Cohen, 1963, p. 13)⁶

De forma mais sintética, Felipe Pena (2005) traduz o que é a *agenda-setting* ao afirmar que o conceito

⁴ A Função de Agendamento dos Meios de Comunicação de Massa.

⁵ But while the three presidential candidates placed widely different emphasis upon different issues, the judgments of the voters seem to reflect the composite of the mass media coverage.

⁶ This is to say, then, that the press is significantly more than a purveyor of information and opinion. It may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about. And it follows from this that the world looks different to different people, depending not only on their personal interests, but also on the map that is drawn for them by the writers, editors, and publishers of the papers they read.

defende a ideia de que os consumidores de notícia tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam as nossas conversas. Ou seja, a mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos. (Pena, 2005, p. 142)

A *agenda-setting* nada mais é que a capacidade de a mídia criar um tipo de guia de assuntos para que o público discuta sobre, seja de forma positiva, neutra ou negativa — o que importa é que o que a mídia fala é o tema sobre o qual o público conversa e debate. O exemplo que Pena (2005) traz em seu livro se baseia em uma análise de como, no Rio de Janeiro, o tópico que os meios de comunicação mais abordam é a violência, principal assunto também usado por agentes políticos cariocas para se promover. Isso porque o jornalismo explora bastante as notícias sobre violência em suas notícias, reportagens e artigos de opinião.

Portanto, isso pode se relacionar diretamente com o que McCombs (2009) afirma: “independentemente do veículo, um foco restrito sobre poucos temas transmite uma mensagem poderosa a uma audiência sobre quais são os mais importantes tópicos do momento” (p. 42).

A realidade é que em 1922, Walter Lippmann, em seu livro *Opinião Pública* (2008), criou a gênese da *agenda-setting* que seria apresentada por McCombs e Shaw 50 anos depois. E ele traz um detalhe importante sobre a teoria posteriormente formulada: a mídia não é a responsável por entregar a opinião que o indivíduo deve ter sobre o assunto — ela apenas seleciona os tópicos que julga como mais importante.

Lippmann (2008) afirma que cada indivíduo interpreta o que vê com base em seus próprios estereótipos, reforçando-se, assim, a grande chave do agendamento, onde o público forma suas opiniões com base no que ele mesmo pensa, não apenas no que é informado a ele, conforme retrata: “Certamente para a maior parte, a forma como vemos as coisas é uma combinação do que há lá e o que esperamos encontrar” (Lippmann, 2008, p. 112).

Dessa forma, chega-se à conclusão que a *agenda-setting* conceitua a mídia como grande organizadora de tópicos que devem receber ou não maior atenção e enfoque do público, julgado a partir de critérios de noticiabilidade (Pena, 2005), e que não visa dizer ao público o que pensar, mas sobre o que pensar.

Com a conceitualização da agenda-setting, a próxima etapa é a compreensão de como o filme “O que é isso, Companheiro?” é orquestrado. Dirigido por Bruno Barreto e roteirizado por Leopoldo Serran, “O que é isso, Companheiro?” é um longa-metragem brasileiro de 110 minutos que estreou logo após a redemocratização do País.

A narrativa se ambienta durante a ditadura militar no Brasil, mais precisamente no ano de 1969, quando já estava em vigor o AI5, que estabeleceu a censura da imprensa e a violação da liberdade de expressão. Neste cenário, um grupo de jovens participantes da causa Movimento Revolucionário Oito de Outubro (MR8) decide orquestrar o ousado plano de sequestrar o embaixador americano Charles Burke Elbrick para reivindicar a soltura de outros revolucionários que estavam sob custódia dos militares.

Por mais engenhosa que a trama pareça, o filme retrata um caso real vivenciado pelo autor, que era um dos integrantes do grupo. Jornais da época noticiaram esse episódio envolvendo o MR8.

FIGURA1: MANCHETE DE 5 DE SETEMBRO DE 1969 DO JORNAL ‘O GLOBO’ NO FILME



Fonte: captura de tela do filme pela autora, 2025.

A página do jornal apresentada para o telespectador é a verídica do veículo, correspondente à edição circulada no dia cinco de setembro de 1969, um dia após o sequestro de Elbrick. A única alteração realizada foi na primeira foto onde, no filme,

aparece a casa do embaixador no universo cinematográfico, enquanto na manchete circulada no País aparece a foto do embaixador e sua esposa.

FIGURA 2: MANCHETE DE 5 DE SETEMBRO DE 1969 DO JORNAL ‘O GLOBO’ CIRCULADA NO BRASIL



Fonte: Acervo O Globo.

Com o título “Exército caça seqüestradores”, um dos jornais mais influentes na época, O Globo, agenda o próprio filme, cujo roteiro e filmagem destacam a primeira página do impresso. Aliás, registros feitos pelo jornalismo, em geral, têm sido recurso exaustivamente utilizado no cinema, como forma de resgatar a memória e evidenciar certa importância desse tipo de mídia.

Conforme expresso na metodologia, foram usados dois critérios para recorte das cenas a serem exploradas e analisadas com a teoria do agendamento em mente. Ao fim da seleção, o filme foi afinado em cinco recortes de cena cruciais para compreender a relação entre a representação dos meios de comunicação e seus impactos na narrativa e a agenda-setting.

TABELA 1: RECORTES SELECIONADAS DE “O que é isso, Companheiro?”

Recorte	Minutagem	Descrição da cena
Recorte 1	2:07 – 03:47	Cobertura televisiva ao vivo do homem pousando na lua. Primeiro trecho da cena mostra Fernando, César e Artur conversando sobre o feito em um tom saudosista sobre os alcances da URSS. Segundo trecho da cena mostra festa na casa do embaixador americano, onde o público se reuniu para assistir à cobertura do homem na lua. Todos falam positivamente sobre o feito.
Recorte 2	18:50 – 19:40	Companheiros do MR8 estão reunidos discutindo sobre o assalto bem-sucedido ao banco e Paulo fala sobre como ninguém ficará sabendo sobre a ação do grupo. Por conta disso, sugere o sequestro do embaixador americano para quebrar a censura à imprensa, pois um fato tão grande faria “pôr abaixo o muro do silêncio”, fazendo com que isso fosse noticiado em rádio, jornal e televisão.
Recorte 3	50:10 – 51:20	Fernando (Paulo) encontra com Artur, que após cumprimentos iniciais, menciona o sequestro do embaixador e indica Fernando como autor do crime. Ambos conversam, em diferentes opiniões, sobre o tema de grupos revolucionários na ditadura.
Recorte 4	51:29 – 51:54	Taxista pergunta a Paulo se ele viu na televisão sobre o sequestro do embaixador, e começam a conversar sobre isso.
Recorte 5	1:21:24 – 1:21:54”	Paulo e Maria discutem sobre se eles imaginaram que a situação seria tão grave assim e se perguntam se o governo deixaria o embaixador morrer. Durante a cena, Paulo observa manchete do O Globo.

Fonte: Elaboração da autora, 2025.

Como conceituamos, a *agenda setting* é uma espécie de ‘*sommelier*’ de assuntos para o público, e o recorte 1 retrata perfeitamente a prática disso. Paulo, César e Artur são contra a ditadura e o capitalismo, mas mesmo assim assistiram à cobertura do homem na lua e fazem seus comentários controversos à vitória

alcançada pelos Estados Unidos com o feito. Enquanto isso, na festa do embaixador americano, o público reunido também está em frente à tela assistindo a mesma transmissão, mas com uma opinião completamente diferente da de Fernando. Enquanto o então futuro membro do MR8 assiste à televisão com certo desgosto, o embaixador e seus convidados acompanham com alegria a transmissão.

A diferença de impressões e opiniões dos personagens sobre uma mesma informação noticiada pela mídia é uma reafirmação do que Cohen (1963) diz ao escrever que a mídia é mais bem-sucedida em dizer ao público sobre o que pensar, e não no quê pensar. Essa linha de raciocínio está em concordância com Pena (2005), uma vez que a “imprensa não pretende persuadir” (Pena, 2005, p. 144), mas sim orientar ao indivíduo as pautas de conversa consideradas relevantes pelos meios de comunicação de massa.

Os veículos de comunicação também podem escolher o que o público não ficará sabendo. Antes da internet, as mídias tradicionais tinham mais poder em relação ao controle da circulação da informação. Isso fica bem exemplificado no recorte 2 do filme de Bruno Barreto. Mesmo com um grande assalto bem-sucedido a um banco no Rio de Janeiro, durante o ápice da ditadura militar no Brasil, o companheiro Paulo afirma que não vale de nada, já que ninguém vai ficar sabendo disso por conta da censura à imprensa. O personagem incita o grupo a sequestrar o embaixador americano, porque isso desafiaria a censura e faria com que os jornais noticiassem finalmente a luta do grupo revolucionário, já que episódios que envolvem autoridades tem grande impacto na cultura jornalística (McCombs, 2009).

A partir de uma ação inédita e em grande escala, como no caso o sequestro de Elbrick, a informação atinge os principais critérios de noticiabilidade: importância dos envolvidos, infração, violência. Isso faz com que o jornalismo se obrigue a noticiar algo, dada a importância do valor-notícia. Essa constatação está na *agenda-setting*, ao dizer que os meios de comunicação são donos do palco e do holofote por onde são postas as informações que receberão a atenção e conhecimento do público.

critérios de noticiabilidade [...]. Nas palavras de Shaw, citado por Wolf, “as pessoas têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo”. É disso que trata o agendamento. (Pena, 2005, p. 144)

A partir da divulgação do ato do MR8, a população tomou ciência do acontecimento. Os recortes de cena 3 e 4 mostram duas situações em que o sequestro do embaixador tomou conta do diálogo narrativo entre Paulo e Artur, na frente do teatro, e entre o revolucionário e o taxista.

Entre os amigos, no recorte 3, Artur acusa Paulo e ressalta sua opinião de exagero na necessidade de cometer um crime para lutar contra a ditadura, enquanto o tema do sequestro leva Paulo a defender a atitude que representa uma forma de combate à ditadura.

Logo após isso, no recorte 4, quando o integrante do MR8 entra no táxi, onde o motorista diz “Viu na televisão? Sequestraram o embaixador americano”. A fala é uma marcação forte do agendamento, em especial a TV no Brasil. Em comparação com Artur, na cena anterior, o taxista tem uma opinião extremamente positiva em relação ao sequestro, reafirmando que a mídia não diz ao indivíduo qual opinião ele deve ter, mas sim sobre o quê ele deve opinar.

O último recorte (5) retrata de forma diferente a agenda-setting. Enquanto Paulo e Maria estão conversando sobre uma situação de conflito no grupo, os dois personagens dialogam sobre o nível de gravidade em que se encontram. A dualidade entre esperar a liberação dos presos em troca do embaixador e a morte de Elbrick caso as exigências do MR8 não sejam atendidas joga os personagens em uma espiral de desespero.

Ao Maria perguntar “você pensou que a gente fosse chegar nisso?” enquanto Paulo lê a manchete do O Globo de cinco de setembro de 1969 (foto 1 e foto 2), podemos inferir (Krippendorff, 2004) que o tom da conversa se volta para a possibilidade de o governo permitir a morte do embaixador americano a partir da leitura do que o veículo trouxe, sob o título principal de “Exército caça seqüestradores”.

Nesse momento, os personagens percebem o nível de gravidade na qual o ato chegou — uma vez que um dos maiores jornais impressos do Brasil estampava o caso,

que estava sendo divulgado por toda a mídia. De forma, percebe-se que as pessoas se informam sobre suas próprias condições antes pela mídia que pela justiça.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia inicial desta análise era averiguar a relação entre a hipótese do agendamento e como a imprensa é retratada no longa-metragem “O que é isso, Companheiro?”. Ao estabelecer o que é a agenda-setting por meio da visitação à literatura dos autores que começaram esses estudos, como Lippmann (2008) e Cohen (1963), pôde-se observar como Shaw e McCombs (1972) conseguiram compor de forma bem estruturada essa hipótese.

A partir dessa compreensão, com revisão de Pena (2005) e adição do argumento dos critérios de noticiabilidade, a análise da obra cinematográfica brasileira rendeu cenas que retratam os meios de comunicação de massa não apenas como pano de fundo para uma história que dependia da mídia para o funcionamento do plano orquestrado pelos personagens, mas sim agentes ativos da narrativa e da realidade.

A compreensão do papel dos veículos de jornalismo no filme reforçou a pertinência de que, de fato, há certo poder na circulação massiva de notícias que acaba por pautar as conversações do cotidiano das pessoas, embora não tenha o poder de persuadir em relação a determinadas interpretações sobre os fatos.

REFERÊNCIAS

COHEN, Bernard. **The Press and Foreign Policy**. Nova Jersey: Princeton University Press, 1963.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1º Edição. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2011, p. 280-299.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content Analysis: an introduction to its methodology**. 2ª edição. Sage Publications, 2004.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.



MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda:** a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

O QUE É ISSO, COMPANHEIRO?. Direção de Bruno Barreto. Brasil: Luiz Carlos Barreto Produções Cinematográficas, 1997. Longa-metragem (110 minutos). Disponível em: <<https://youtu.be/3FqB35BLt8I?si=pRyl8wQhp4Eh3fya>>. Acesso em: 8 mar 2025.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** Contexto, 2005.

SHAW, Donald; McCOMBS, Maxwell. The agenda-setting Function of Mass Media. **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 36, N° 2, 1972. p. 176-187. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/317122086> The agenda-setting function of mass media. Acesso em: 8 de jan 2025.

STUMPF, Ida Regina Chitto. Pesquisa Bibliográfica. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 1° Edição. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2011, p. 51-61.