

Representações do jornalista no cinema americano: mapeamento das recorrências desde a década de 1970¹

Rafaela FOGGIATO DOMINGUES²

Liliane JOCHELAVICIUS³

Ísis MAÈVE SOBRINHO⁴

Luiz Eduardo NASCIMENTO ROCHA⁵

Eloisa BELING LOOSE⁶

Centro Universitário Internacional – UNINTER

Resumo

Este artigo apresenta um mapeamento inicial das representações mais recorrentes do que é ser jornalistas nos filmes americanos dos anos 1970 até hoje e discute a identidade do jornalista a partir da literatura da área, escrita por jornalistas. A proposta apresenta alguns resultados de uma análise inicial de conteúdo, de abordagem quantitativa, a respeito de características mais evidentes, que, por meio do cinema, auxiliam na construção de uma imaginário sobre a profissão e/ou o profissional e tenta perceber se houve mudanças perceptíveis dessa representação com o passar dos anos. Dentre os resultados, constata-se que os jornalistas que estão mais representados no cinema são os homens que trabalham como repórteres em veículos impressos.

Palavras-chave

Representação do jornalista; filmes americanos; cinema; jornalismo.

Introdução

Este trabalho apresenta resultados iniciais de um mapeamento realizado em filmes americanos a respeito das representações do jornalista desde os anos 1970 até os dias atuais (2017). A pesquisa faz parte de um projeto mais amplo que busca investigar como

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Jornalismo do 2º quadrimestre da Uninter. Bolsista PIC. E-mail: foggiorafa@gmail.com

³ Estudante do 4º semestre da Uninter. Bolsista PIC. E-mail: lilianejochelavicius@gmail.com.

⁴ Jornalista pela Uninter. Integrante de projeto de pesquisa da instituição. E-mail: isis_sobrinho@hotmail.com

⁵ Jornalista pela Uninter. Integrante de projeto de pesquisa da instituição. E-mail: luizeduardo_rocha@hotmail.com.

⁶ Coordenadora do projeto de pesquisa “Estudo de recepção com jovens universitários de jornalismo: consumo e interpretação das informações”, orientadora do trabalho e professora do curso de Jornalismo da citada instituição. E-mail: eloisa.l@uninter.com.

os estudantes de Jornalismo consomem e interpretam as informações jornalísticas produzidas jornalísticas, assim como se percebem enquanto futuros profissionais, que começou a ser desenvolvido neste ano.

O artigo em questão discute as questões profissionais e identitárias do jornalista e apresenta alguns dados de natureza quantitativa, recolhidos ao longo de quase seis décadas de produção cinematográfica, que se repetem, reforçando a representação de quem seria o profissional de Jornalismo. Assim como trabalhos anteriores (GOMES, 2013; TRAVANCAS, 2011; BERGER, 2002), entende-se que as imagens construídas nos filmes sobre o jornalista guardam alguma semelhança com a realidade e, desse modo, poderão ser retomadas pelos estudantes que escolhem a profissão.

Em um primeiro momento, apresentam-se algumas características do que os autores da área entendem como questões inerentes a estes profissionais e, em seguida, expõe-se uma breve revisão de literatura sobre as representações do jornalista no cinema. A próxima seção trata das questões metodológicas – e suas dificuldades -, e da apresentação dos resultados com as análises. Por fim, expõem-se as considerações finais.

O que é ser jornalista?

A curiosidade é inerente ao ser humano, faz parte da sua natureza. Aristóteles (384-322 a.C.) já falava sobre isso em sua *Metafísica* e a psicologia confirma essa ideia. Para sanar as dúvidas sobre o desconhecido, os indivíduos vão atrás do conhecimento e, a partir do interesse pela exploração do mundo e da necessidade de responder o porquê das coisas, surge o jornalismo. Pena (2008) aponta que a natureza do jornalismo está no medo do desconhecido, razão que leva o homem a conhecer – e, para conhecer, é preciso que existam relatos que sejam transmitidos a todos os membros da comunidade.

As pessoas leem jornais para se informar desde acontecimentos cotidianos à economia, querem saber o que acontece à sua volta (FIDALGO, 1996). Se o público consome jornais por conta da curiosidade, o jornalista também deve ser curioso. Segundo Kotscho (2007), ele não deve se assustar com empecilhos no meio de uma reportagem e deve procurar saber o máximo sobre o assunto que vai escrever.

Traquina (2005), ao descrever o que é o jornalismo, discute que sua produção é ancorada na realidade, o que permite que seu fazer tenha credibilidade. Embora a ideia de que o jornalismo reflita a realidade já foi superada no âmbito acadêmico, há um

pensamento de senso comum que confunde o fato de o jornalismo não ser ficção, ou seja, invenção por parte dos jornalistas, com a presença das subjetividades existentes em diferentes parte do processo de fabricação das notícias.

Ainda para Traquina (2005), é preciso entender que a profissão não se reduz ao domínio técnico da construção das notícias, reconhecendo que o jornalista é um intelectual, um profissional criativo, embora tenha uma autonomia relativa frente às condicionantes da própria rotina produtiva. O autor relaciona o desenvolvimento do campo jornalístico no contexto das sociedades democráticas, evidenciando o papel de guardião do governo. Para ele, além de o jornalismo ter a atribuição de quarto poder - fiscalizando os três primeiros: executivo, legislativo e judiciário -, precisa dar voz à opinião pública. O trabalho do jornalista está diretamente relacionado com o interesse público, ou seja, a perspectiva de contribuir para o bem comum. Mas, há empecilhos, derivados especialmente do polo econômico (no qual as notícias são vistas como negócio), que mostram que nem só de interesse público vive o jornalismo.

O embate entre o papel social do jornalismo e a questão mercadológica é um dos dilemas constantes entre os profissionais da área (TRAQUINA, 2005). Kotscho (2007, p.8) afirma que o jornalismo é “a arte de informar para transformar”, mas é importante notar que a própria informação pode se tornar uma fonte de poder, dependendo da forma que é utilizada e exposta. Sob o ponto de vista mercadológico, notícia é “a informação transformada em mercadoria em todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais” (MARCONDES FILHO, 1989, p.83). É nesse sentido que, muitas vezes, por querer tornar os fatos mais atrativos, o sensacionalismo se faz muito presente e pode distorcer o seu propósito de ser, conforme os códigos deontológicos da profissão. Nelson Traquina (2005) destaca sobre o poder que a profissão tem diante a sociedade. A partir da obra de Lippmann, o autor reflete sobre a relação da divulgação e recepção de informações, afirmando que o jornalista pode direcionar o leitor para quais assuntos devem ser debatidos e levá-lo a pensar de determinada maneira sobre algo.

Logo, embora tenham um papel reconhecidamente importante nas sociedades, seu trabalho desfruta de uma autonomia relativa, pois trabalham em empresas que visam lucro com a venda das notícias. Adghirni (2012, p.536) pontua:

O jornalista não é um observador passivo da realidade limitando-se a descrevê-la para o público leitor. [...] No exercício de suas rotinas

produtivas, o jornalista está mais para executor de ordens previamente estabelecidas (reuniões de pauta, sistemas internos de avaliação de jornais, limitações das fontes, imposições de deadlines, matérias limitadas por certo número de linhas que não podem ser ultrapassadas sob pena de serem sumariamente cortadas, enfoques determinados pelos editores, disputa de espaço com matérias de última hora ou com anúncios publicitários, etc.) do que para super-herói que controla os deslizes da sociedade.

A identidade profissional dos jornalistas está associada à cultura profissional da "tribo jornalística" (TRAQUINA, 2005), que engloba uma série de mitos, crenças, valores e representações, e de modos particulares de ser/estar, agir, falar e ver o mundo. Além de profissionais que colocam sua missão de servir o público acima de qualquer coisa, como os heróis, os jornalistas são assolados pela questão do tempo e pela ideia de que devem ser jornalistas 24 horas por dia. Travancas (2011, p.40-41) expõe a dimensão do tempo para os jornalistas:

Para esta categoria profissional, a relação com o tempo vai dominar um estilo de vida próprio. Os jornalistas parecem viver dentro de “um outro tempo”, como se o seu relógio funcionasse bem mais rápido e em outro ritmo. Não é o tempo do dia e da noite, dos dias de trabalho ou dos fins de semana, mas o tempo do trabalho e o tempo do não trabalho, pois trabalha-se de dia e de noite, todos os dias da semana, sem grandes distinções.

Além disso, o tempo está atrelado à urgência, à necessidade de dar primeiro a informação nova, ao fato de a notícia ser um produto altamente perecível. Este contexto também traz a ideia de que o jornalista é um profissional que se sacrifica pela sua profissão, afinal ele é um profissional voltado para o trabalho (TRAVANCAS, 2011), que, conseqüentemente, não se dedica a relacionamentos ou preocupações fora deste âmbito.

Sobre as formas de agir, Traquina (2005) coloca que o jornalista é um profissional pragmático, da ação. A notícia – principal produto do jornalismo - retrata os fatos e não reflete sobre eles.

Traquina (2005) apresenta como competências da “tribo jornalística” o "saber de reconhecimento", que seria a capacidade de identificar quais são os acontecimentos que possuem valor de notícia, o "saber de procedimento", associado aos conhecimentos específicos de coleta de dados e checagem dos fatos, e o "saber de narração", capacidade de reunir as informações e transformá-las em uma narrativa interessante em tempo útil.

As representações do jornalista

O jornalismo ou o jornalista está presente em uma série de filmes e outras produções culturais. Em pesquisa realizada entre 1998 e 2000, Berger (2002) identificou cerca de 25 mil filmes, de diferentes países, que incluíam nas sinopses palavras-chave associadas ao exercício da profissão. As representações deste profissional estão vinculadas a um imaginário que conjuga investigação, aventura e arrojo, e, ao mesmo tempo, cinismo e falta de escrúpulos (BERGER, 2002) – evidenciando bem a o polo ideológico (papel social do jornalismo) *versus* o polo econômico (a produção da notícia direcionada para aquilo que dá audiência), discutido por Traquina (2005).

Travancas (2011) realizou um estudo sobre as rotinas produtivas do jornalista e a forma como ele se vê, não apenas como profissional, mas na vida pessoal, que é diretamente afetada pelo trabalho. A autora coloca duas funções como paradigmáticas no jornalismo: a do profissional que trabalha no jornal, definido por seus pares como um modelo, e a função de repórter, por reunir diversas funções do jornalismo. A partir de entrevistas feitas com jovens jornalistas, Travancas (2011, p.123) faz um resumo das características que consideram essenciais:

Ao tentarem descrever como seria um jornalista típico, muitos o qualificam, por exemplo, como esperto, comunicativo, supervaidoso, aquele que conhece um pouco de tudo, mas nada a fundo. Alguns salientam que, por lidar com o poder, deixa-se influenciar por ele. Para outros, é alguém que está sempre ligado e costuma ser nervoso - o adjetivo ‘neurótico’ é frequentemente utilizado para definir esse profissional. ‘Para ser jornalista é preciso ser pelo menos um pouco neurótico’, enfatizam. Não só pelo ritmo de vida, mas também por ser preciso abdicar da vida pessoal.

Entretanto, essa não é a mesma forma que os jornalistas mais experientes enxergam a profissão. Travancas (2011) conversou com sete desses profissionais, na tentativa de definir como o “jornalista ideal” deve ser. De acordo com um dos entrevistados da pesquisa, o jornalista precisa “[...] ter talento para escrever, ser bem formado e informado, ter lido muito. Precisa ter curiosidade e ser intransigente com princípios éticos.” (TRAVANCAS, 2011, p.81). Os jornalistas entrevistados ainda citam cultura, aprendizado constante, ética, humildade e grande responsabilidade social como

características importantes ao profissional da área.

Importante dizer que, com as mudanças tecnológicas, a lógica do funcionamento da produção também tem se alterado. Se nos anos 1970 o jornalismo impresso possuía uma forma de produção mais artesanal e que permitia uma melhor apuração dos fatos, com a informatização das redações, este modo de fazer vai se alterando e, conseqüentemente, modificando a imagem do jornalista. De acordo com Fonseca (2009, p.59): “A nova conjuntura econômica e tecnológica exige do jornalista a maximização de conhecimentos de natureza técnica [...] o que implica o uso mais de habilidades que, propriamente, de conhecimentos acerca da realidade a ser representada”. Nesse contexto, a autora afirma que o jornalista agora acumula funções de redação, criação de pauta, apuração e diagramação.

A ideia de que lugar de repórter é na rua (KOTSCHO, 2007), cada vez menos é algo compatível com a realidade. Isso porque o atual cenário de trabalho dos jornalistas está se modificando. É cada vez mais comum os jornalistas ficarem presos em suas “ilhas” de trabalho, buscando as informações, por meio das tecnologias digitais.

Na época em que os impressos eram mais valorizados, os jornalistas saíam de seus escritórios e procuravam as notícias nas ruas, tinham fontes espalhadas por toda a cidade, conversavam, faziam amizades com moradores, que no futuro, poderiam se tornar fontes de matérias produzidas por eles. Noblat (2002) afirma que hoje o jornalista prefere sentar-se à frente do computador, com o telefone em mãos (ou outros dispositivos tecnológicos). Pode-se dizer que o contexto organizacional não permite que o jornalista ocupe muito do seu tempo em apuração, pois a demanda por notícias, especialmente nos veículos online, é crescente, embora o número de profissionais esteja diminuindo.

Apesar da contradição, há quem defenda que o jornalista é a ponte entre o excesso de informações que estão disponíveis na rede e o que realmente deve ser consumido como notícia pelos leitores. Wolton (2010, p. 72) afirma que a função do jornalista torna-se cada vez mais requisitada, já que cabe a ele o papel de “selecionar, hierarquizar, verificar, comentar, legitimar, eliminar e criticar” os fatos. Nesse sentido, a defesa pelos princípios básicos da profissão ganha ainda mais sentido, em um contexto onde não há limitações para diferentes tipos de emissões.

O impacto tecnológico afeta de forma profunda o jornalismo, aumentando cada vez mais a pressão das horas de fechamento (até acabar com o deadline e conceber a

atualização contínua), exaltando um valor central da cultura jornalística – o imediatismo. De novas edições dos jornais no mesmo dia à quebra da programação televisiva anunciada como boletins, os novos avanços tecnológicos das últimas décadas do século XX tornaram possível, de longa distância, atingir o cúmulo do imediatismo – “a transmissão direta do acontecimento” (TRAQUINA, 2005, p.53).

Diferentemente dos jornalistas mais experientes entrevistados por Travancas (2011, p.139), os jovens jornalistas são mais neutros. “[O] jornalista não é mais o herói que está lutando em uma batalha por seus ideais políticos e sociais”. Os mais experientes eram mais engajados politicamente e, geralmente, de esquerda. Fonseca (2009) explica isso devido à intensificação da globalização do mercado, que permite o crescimento dos conglomerados de mídia - o que tornou a lógica da produção de bens simbólicos igual ao da produção de bens materiais. Para que uma notícia possa ser consumida pelo maior número de pessoas possível, a busca por neutralidade é mais rentável que a do jornalismo opinativo.

Para Fonseca (2009), ainda há a questão da carga de trabalho, que costuma superar a prevista por lei, além de que o grande número de novos profissionais formados anualmente aumenta a concorrência por vagas de trabalho, enquanto que os sindicatos perdem força. Essa questão está também nos relatos dos jornalistas entrevistados por Travancas (2011), que dizem ter suas vidas pessoais afetadas pela rotina de trabalho: eles têm hora para começar, mas não para terminar, e se houver algum imprevisto vão trabalhar, mesmo em feriados. Além da escala de plantão, de acordo com a qual trabalham dois finais de semana por mês. Essa situação enfrentada pelo jornalista encontra respaldo na visão de Adghirni (2005, p.46):

Mais do que o exercício de uma profissão, a imagem do jornalista foi historicamente construída calcada sobre os ideais nobres da democracia, da justiça e da liberdade. Mas a realidade do século XXI é outra. Nem herói nem vilão, os jornalistas, como os guerrilheiros, estão apenas cansados.

Para esta autora, a “migração de jornalistas para o setor das assessorias e a atração pelos concursos públicos pode ser explicada, em parte, pela crise das empresas, quase todas endividadas e pela precariedade das condições de trabalho oferecidas nas

redações.” (ADGHIRNI, 2005, p. 54) O jornalista não quer mais ser o herói do cinema, ele quer fazer seu trabalho, subir na carreira e sobreviver à pesada rotina. O jornalista é hoje um profissional híbrido, pois varia entre redação, assessoria de imprensa, pode escrever para um blog ou alimentar o site de uma ONG, por exemplo.

Essa visão está também na pesquisa de Tarapanoff (2011), em relação à representação dos jornalistas no cinema nos anos 1980, “com as novas tecnologias, o jornalista perde essas referências e não sabe quais deve assumir em um mundo capitalista em que a notícia virou produto.” (TARAPANOFF, 2011, p. 5). A autora assume uma análise mais histórica da representação do jornalista no cinema, para a qual usa três filmes: *A montanha dos sete abutres* (1951), *Todos os homens do presidente* (1976) e *Intrigas de Estado* (2009). Nesse último filme fica estabelecida a diferença entre o jornalista mais experiente e a profissional mais jovem. “Ele é o protótipo do jornalista investigativo, paciente, preocupado com a apuração. Sabe que a informação deve ser checada diversas vezes. Já a garota é dona de um blog. Para ela, o que vale é a velocidade, a notícia em cima da hora.” (TARAPANOFF, 2011, p. 10)

O jornalista é tema de diversos filmes, neles é apresentado como herói ou vilão. “É possível afirmar que o cinema colaborou com a construção de uma imagem, ou melhor, de algumas imagens do jornalista; representações que certamente influenciaram na escolha profissional de futuros repórteres. (TRAVANCAS, 2001, p. 1). O jornalista aparece no cinema como alguém que afeta o mundo para o bem, ou para o mal, de forma direta ou indireta, às vezes visa o bem da sociedade, em outros casos apenas sua própria ascensão profissional.

Berger (2002, p. 15) ressalta a profissão do jornalista como fornecedora de bons elementos para as construções cinematográficas: “o jornalista em sua rotina de trabalho localiza problemas, investiga as suas causas, descobre fatos e deve apresentar soluções na forma de enunciados”. Segundo a autora, *O poder da imprensa*, produzido em 1909, foi o primeiro filme sobre a temática. Para Berger (2002), a imagem do herói de aventura que, posteriormente, se tornou clássica, foi criada no filme homônimo, de 1928, traduzido como *Mocidade Audaciosa*.

Travancas (2001), em um primeiro momento, usa em seu artigo a definição de herói proposta por Helal, mas na conclusão declara que há também aquele herói que “esquece de si, das suas necessidades pessoais, de seus problemas particulares em

função de uma causa maior, nobre. O jornalista [...] ainda que em alguns não como herói, é aquele profissional de dedicação integral ao trabalho e à notícia” (TRAVANCAS, 2001, p. 11).

Mapeamento dos filmes americanos

A representação do jornalista vai variar de acordo com o período histórico no qual ele vive – afinal, a representação do jornalista dos anos 1970 não é a mesma dos jornalistas multitarefa da última década -, do tipo de veículo para qual produz – o repórter de jornal diário não possui a mesma rotina e imagem que um jornalista que produz para uma revista mensal, por exemplo -, da própria idade do jornalista – que relaciona experiências de épocas diferentes -, e do vínculo empregatício a que está submetido – se é empregado, *freelancer* ou trabalha de forma alternativa. Ainda que se reconheçam tais diferenças, a tentativa é sublinhar as recorrências e aquilo que permanece, mesmo com o passar dos anos.

Ressalta-se que o processo de seleção dos filmes analisados encontrou diferentes dificuldades, pois não há uma única base com informações consistentes sobre os filmes e os textos das sinopses nem sempre são fiéis ao enredo. Gomes (2013, p.93) usa as expressões *journalism films* e *newspaper movies* para se referir aos filmes que abordam o papel do jornalista e destaca uma das questões percebidas nesta pesquisa:

Uma dificuldade recorrentemente apresentada por diferentes pesquisadores que se ocupam das análises de obras cinematográficas em geral, ou dos *newspaper movies* em particular, é a escolha da metodologia adequada para realizar de modo eficaz o empreendimento.

Após revisão bibliográfica, a fim de conhecer o estado da arte da pesquisa, optou-se por selecionar apenas os filmes que considerassem, por meio da leitura das sinopses, os jornalistas como protagonistas dos filmes americanos⁷. A fim de tentar fazer uma diferenciação das representações por década, decidiu-se realizar a busca a partir dos anos 1970 (consideramos que filmes mais antigos são mais difíceis de se encontrar na internet) até 2017. Para o mapeamento das obras cinematográficas ligadas ao jornalismo foram utilizadas as palavras-chave jornalista e jornalismo, e também suas respectivas traduções

⁷Na obra organizada por Berger (2002), os filmes produzidos nos Estados Unidos já mostravam ser os majoritários: dos 785 filmes que foram analisados, 536 foram produções americanas.

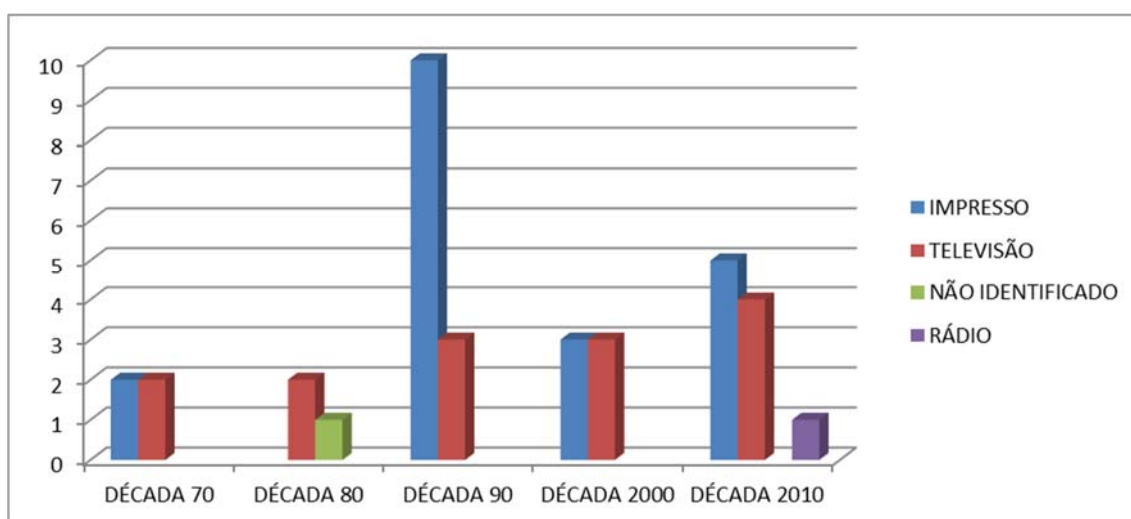
em inglês: *journalist* e *journalism*.

Inicialmente foram escolhidos para busca os sites *Adoro Cinema*⁸ e *IMDb*⁹, considerando a popularidade destes sites especializados em cinema no Brasil. Porém, verificou-se que o sistema de busca do *IMDb* era mais eficiente, além de já ter servido como uma das fontes da pesquisa de Berger (2002), o que nos restringiu a consultar apenas este site.

Após a busca inicial, com as palavras-chave citadas, chegou-se a 70 filmes, mas, após a leitura flutuante das sinopses, verificou-se que, muitos filmes, não tinham o jornalista como personagem central. Uma segunda triagem foi feita buscando filtrar apenas aqueles que trariam as questões associadas ao mundo profissional dos jornalistas de forma preponderante, o que resultou em 37 filmes, que foram categorizados, conforme a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2014), buscando evidenciar as representações mais evidentes.

Destaca-se que na década de 1990 foi identificado um maior número de filmes, porém também esta foi a década em que, em razão das análises preliminares das sinopses, mais obras foram excluídas por não revelarem centralidade no personagem jornalista ou na prática jornalística. Como a pesquisa ainda está em andamento, apresentam-se alguns dados quantitativos, que posteriormente deverão ser cruzados com a análise qualitativa.

Gráfico 1: Em qual veículo os jornalistas dos filmes trabalham?



Fonte: Os autores (2017)

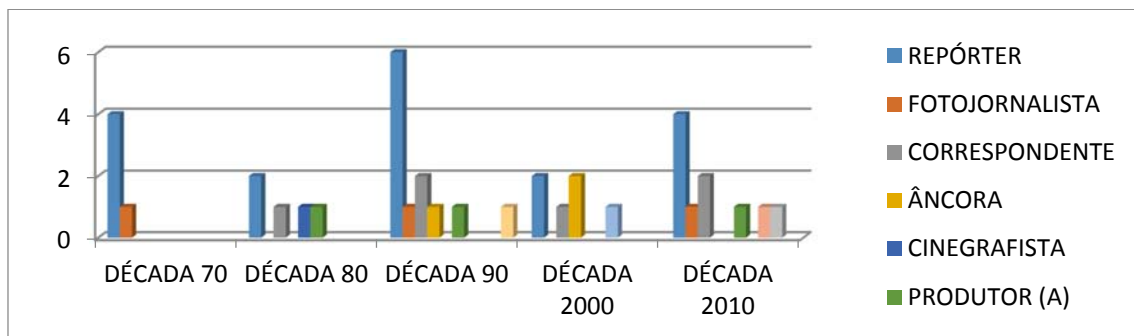
⁸ Disponível em: <http://www.adorocinema.com/>

⁹ Disponível em: <http://www.imdb.com/>

A partir do gráfico acima, observa-se que a redação de jornalismo impresso é o ambiente profissional mais representado nos *newspapers movie* (20 dos 37), seguido por televisão (14 dos 37). Isso pode ser explicado pelo fato de até os anos 2000, o impresso ser o veículo de mais prestígio e o que acabava empregando a maior parte dos profissionais. Chama atenção a falta de representação do jornalista de rádio e a ausência de filmes que retratem o dia a dia do jornalista multitarefa, típico das redações de portais, por exemplo.

Os jornalistas de televisão aparecem em seguida, reforçando uma ideia de que os jornalistas devem ter boa aparência. O trabalho mais investigativo, atrelado ao mundo das rotativas, dá espaço para o universo das câmeras. Berger (2002, p.32) ratifica a presença dessa representação, dizendo que os filmes mostram, “[...] a partir dos anos 80, as cenas dos apresentadores, retocando a maquiagem, antes de entrar no ar ou dos repórteres, ensaiando sua entrada na rua”.

Gráfico 2: Qual é a função desempenhada pelos jornalistas?



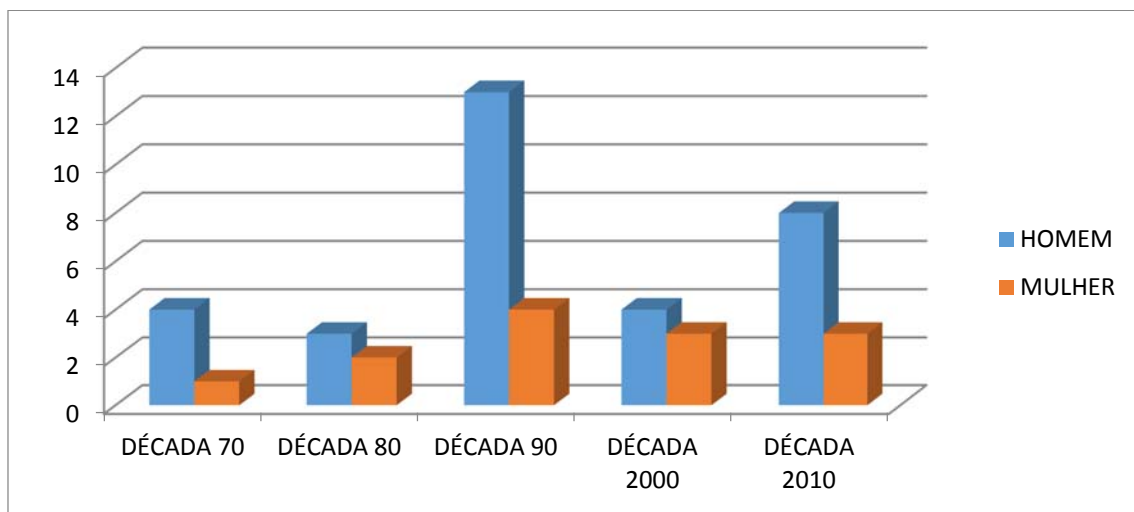
Fonte: Os autores (2017)

A ideia de que ser repórter é o que realmente representa a atividade jornalística, defendida por autores como Kotscho (2007), é a mais recorrente por década e no conjunto dos anos (em 18 filmes). Esta questão está associada ao gráfico anterior, no qual o impresso é mais retratado e, neste contexto, a figura do repórter é essencial. *Todos os homens do presidente* (1976) é um exemplo deste tipo de filme. Mostra as etapas de apuração de dados, a investigação de fatos e o trabalho conjunto de dois jornalistas.

A figura do correspondente de guerra é a segunda mais representada (em seis obras). De acordo com Berger (2002), neste tipo de filme se atualizam tipos recorrentes,

como aquele que parte para fazer história (pioneiro dos filmes de faroeste) e o que segue pistas atrás de uma estória (típico de detetive). Além disso, “[...] ao narrar os acontecimentos intervém, a seu modo, na História, pois o modo como ele conta os fatos e a repercussão que a sua narrativa alcança podem alterar o percurso previsto” (*Ibid*, p.30) No filme *Salvador - O martírio de um povo* (1986), por exemplo, mostra-se o trabalho de Richard Boyle durante a Guerra Civil de El Salvador.

Gráfico 3: Qual é o gênero do jornalista representado no cinema?



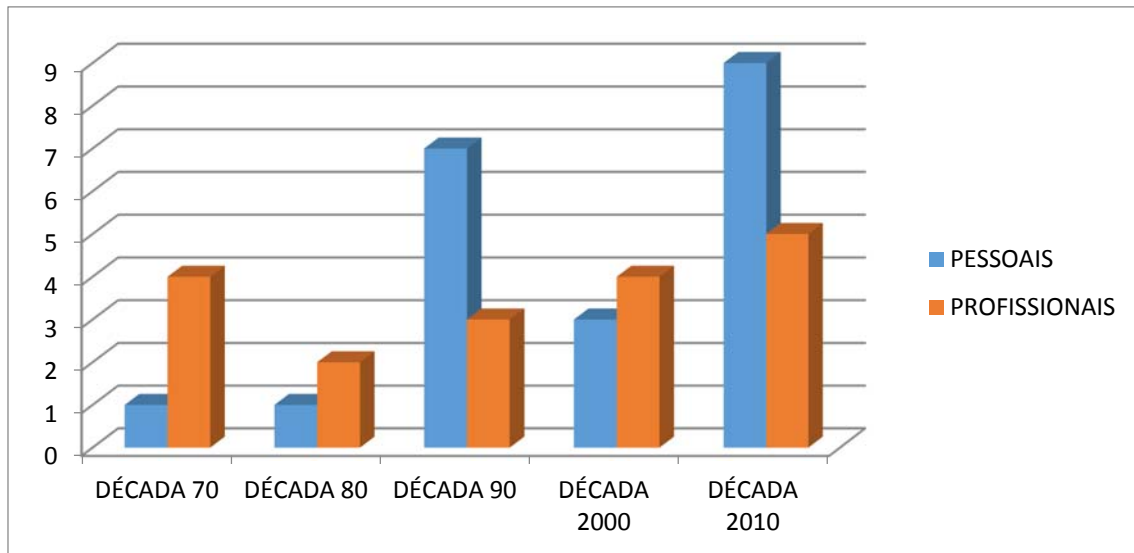
Fonte: Os autores (2017)

O jornalismo como profissão surgiu em uma época em que poucas mulheres trabalhavam e, portanto, era um exercício onde predominavam os homens. Embora atualmente esta situação tenha se modificado (no Brasil, a situação inverteu-se: a pesquisa sobre perfil dos jornalistas brasileiros mostra que a maioria são mulheres brancas¹⁰), muitos dos filmes analisados refletem ainda uma realidade do passado.

O resultado do Gráfico 3 também pode ser associado ao fato das funções mais retratadas serem a de repórter e a de correspondente de guerra, tipicamente representadas por homens.

¹⁰ Disponível em: <http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>

Gráfico 4: O jornalista vive conflitos pessoais ou profissionais?



Fonte: Os autores (2014)

Nesta análise separamos os conflitos pessoais (dramas familiares) dos conflitos profissionais (envolvendo a sobreposição dos interesses econômicos da empresa com o papel social do jornalista). Verifica-se que até a década de 1990 os dilemas profissionais são mais destacados. Os atritos decorrentes dos princípios do jornalismo com os do mercado, discutidos por autores como Traquina (2005) permanecem ao longo de todo período analisado, mas os conflitos pessoais mostram-se mais evidentes, especialmente nas décadas de 1990 e 2010. Nesta categorias podem-se enquadrar os filmes *O Jornal* (1994), no qual a esposa do jornalista reclama por ele passar muito tempo no trabalho e não se dedicar a família e *O Mensageiro* (2014), no qual o jornalista, após a publicação da reportagem, sofre diversos atentados.

Considerações finais

Esta breve análise quantitativa revela que, de 1970 até 2017, as representações mais recorrentes do jornalista são de um repórter, homem, que trabalha em um jornal impresso, que apresentará conflitos profissionais e pessoais (a depender da época, um desses conflitos terá mais evidência que o outro). Os dados iniciais revelam que os filmes mais recentes não alteraram ainda a imagem que o jornalista tinha no cinema, investigada

em décadas anteriores. A imagem do herói, que coloca em risco a vida em prol do interesse público, continua existindo.

Nas próximas análises desta pesquisa volta-se para reconhecer como as mudanças tecnológicas, que alteraram as rotinas produtivas, podem ser identificadas nestes filmes, assim como as personagens relacionam-se com o tempo e demais questões da cultura profissional.

Referências bibliográficas

ADGHIRNI, Z. L.. Rotinas produtivas do jornalismo em Brasília. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D.. (Orgs). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012. p.519-538.

ADGHIRNI, Z. L.. O Jornalista: do meio ao mercado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p.45-57, jan./jun. 2005.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**: edição revista e atualizada. Lisboa: Edições 70, 2014.

BERGER, C.. (org.). **O jornalismo no cinema**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2002.

FIDALGO, A.. **O Consumo de informação. Interesse e curiosidade**. Portugal: UBI, 1996. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-interesse-curiosidade-informacao.html>>. Acesso em: 10/06/2017.

FONSECA, V. P. S.; KUHN, W. L... Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, p. 57-69 julho/dezembro 2009.

GOMES, V. L. M.. O jornalista enquanto herói: uma proposta para análise das representações do jornalismo no cinema. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 10 Nº 1. Jan. - Jun. 2013.

KOTSCHO, R. **A prática da reportagem**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2000.

MARCONDES FILHO, C.. **O Capital da Notícia**. São Paulo: Ática, 1989.

NOBLAT, R.. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002.

PENA, F.. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

TARAPANOFF, F.. Jornalistas no cinema: imagens e representações. **INTERCOM**. Recife, set. 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2011/resumos/R6-1274-1.pdf>> Acesso em: 15 jun. 2017.

TRAQUINA, N.. **Teorias do Jornalismo** - Porque as notícias são como são. 2. ed.
Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, I.. **O mundo dos jornalistas**. 4 ed. revista. São Paulo: Summus, 2011.

TRAVANCAS, I.. Jornalista como personagem de cinema. **INTERCOM**. Campo grande. 2001. Disponível em:
<http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36494479/np2travancas.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1499708844&Signature=hKpO7Ldjcl8rGoIDKXpFa1xDjM%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DJORNALISTA_COMO_PERSONAGEM_DE_CINEMA.pdf>. Acesso em: 26 mai 2017.

WOLTON, D.. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulinas, 2011.