

A Representação do Jornalista no Seriado Americano *House Of Cards*¹

Leonardo Barbosa de OLIVEIRA²

Fábio Luis ROCKENBACH³

Universidade de Passo Fundo, Rio Grande do Sul, RS

RESUMO

O presente trabalho, ainda em desenvolvimento, tem por objetivo principal compreender a representação do jornalista no seriado americano *House Of Cards*. Para isso utiliza-se primeiramente um embasamento teórico que busca explicar como se dá o processo representativo do profissional partindo de um contexto histórico do cinema até a chegada da televisão. Logo após é traçada uma pequena discussão sobre cultura da mídia e narrativa seriada e ao apresenta-se a metodologia, amostragem e também as variáveis que serão utilizadas para responder o problema de pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: cultura da mídia; narrativa seriada; representação seriada; house of cards.

INTRODUÇÃO

Os seriados questionam a realidade e proporcionam uma infinidade de discussões acerca de sua trama - seja ela uma produção original ou adaptação literária, na qual a narrativa seriada constrói com o espectador uma linha atemporal que chama a atenção por apresentar uma notável evolução de cenário, enredo e personagens. Todos os anos milhares de seriados são produzidos ao redor do mundo e os gêneros são os mais variados possíveis: drama, comédia, ficção científica, terror, suspense e fantasia. Estes são apenas alguns exemplos que podem ser citados quando o assunto entra em debate.

O presente trabalho fundamenta-se, em primeiro plano, pelo interesse particular em seriados americanos e também a relevância que apresentam no processo cultural. A escolha do seriado *House Of Cards* como objeto de estudo desta pesquisa está inteiramente ligada

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UPF, email: leonardo-oliveira-123@hotmail.com

³ Professor Orientador. Professor do Curso de Jornalismo da UPF, email: fabio@upf.br

ao enredo exposto e ao sucesso que a mesma tem apresentado desde a sua primeira temporada, além de contemplar a carência de pesquisas que envolvam o objeto.

Quanto à organização a pesquisa será desenvolvido em três capítulos. O primeiro apresenta um panorama sobre as representações sociais, utilizando o resgate feito por Serge Moscovici em 1961. A cultura da mídia e os jornalistas na mídia, utilizando-se como fundamentação teórica Sêga (2000), Morigi (2004), Pereira Junior (2005), Rockenbach (2009), Garbelotto (2013) entre outros. No segundo capítulo é discutido um pouco mais sobre narrativa seriada, o que é, diferenças entre séries, seriados e telenovelas. Também será feito um breve resgate sobre o papel do jornalista em outras séries de TV como *The Flash*, *Newsroom*, *Supergirl* e *Murphy Brown*. Além de apresentar com mais especificidade a série *House of Cards*, seu enredo e personagens.

No terceiro capítulo é exposta a metodologia que terá como base a análise de conteúdo, buscando semelhanças nas categorias encontradas por Rockenbach (2009) e utilizadas por Garbelotto (2013). Todos os elementos que possam intervir na trama como figurino e cenário presentes nas três primeiras temporadas do seriado produzidas entre 2013, 2014 e 2015, totalizando 39 episódios serão levados em consideração durante a análise.

2. AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Ao longo de décadas a mídia vem construindo constantemente a sua importância no meio social com certa determinação, colocando em seu discurso novas formas de pensamento que acabam por influenciar quem a acompanha. Esta nova forma de compreensão do campo social produziu uma nova realidade no olhar crítico do público que recebe a mensagem e a manifesta em sua realidade.

Estas manifestações receberam grande atenção através das representações sociais que ganharam forma a partir dos anos 1960, onde foi possível perceber um grande entusiasmo dos pesquisadores pelos “fenômenos do domínio simbólico”. Mas somente na década de 1980 os questionamentos sobre a consciência e o imaginário ganharam força e foi possível construir uma teoria que explicasse as representações sociais.

Para Arruda (2002) e Sêga (2000) as obras de Serge Moscovici, *La Psychanalyse, son image, son public* de 1961 e Denise Jodelet, *Representações sociais: um domínio em expansão* de 1989, apresentam conceitos importantes que auxiliam na interpretação desta teoria. Sêga defende que a representação social parte de uma conceituação prática que dá

sentido a tudo aquilo que soa normal aos nossos olhos, é a representação de alguma coisa ou de alguém. É através desta impressão que Arruda constrói o pensamento de que as representações sociais são variáveis e tem base no senso comum e na consciência coletiva.

Desta forma é possível compreender que a representação social se dá por meio da repetição, ou seja, tudo aquilo que a mídia conseguiu levar para o público como uma verdade absoluta através do cinema, dos quadrinhos e dos seriados por muitos anos. Ao unir realidade e ficção encontramos o elemento que dá forma as representações sociais. Este elemento projeta-se no imaginário da sociedade e constitui uma forma representativa de algo ou alguém. Podemos citar como exemplo o profissional jornalista. Rockenbach (2009) sobre a representação da profissão expõe:

As diferentes visões da profissão, disseminadas pelo cinema de forma constante criaram, no público, uma realidade aceita pelo senso comum pela própria repetição e pela forma como esse “real” produzido se sujeita à lógica do mundo midiático e ao cotidiano de quem recebe essa mensagem. A percepção dessa representação pode ser associada aos modos de perceber e “ler” do público, que muitas vezes rompe a lógica dos sentidos ou mesmo dos fatos concretos. (ROCKENBACH, 2009, p. 47)

A figura do jornalista dentro das suas inúmeras representações na mídia ganhou espaço especialmente no cinema norte-americano. De Souza (2007) discute que a representação do profissional acompanhou as inovações e mudanças pela qual a profissão passou durante os últimos anos. “Na produção da imagem do jornalista no cinema - consagrada, sobretudo, a partir do início do século passado -, observa-se a presença de convenções narrativas originadas de construções simbólicas que gravitam em torno do profissional do jornalismo.” (DE SOUZA, 2007, p. 38). Sendo assim as representações sociais são determinadas por características que compõem o conhecimento comum, elas podem mudar de acordo com o pensamento de cada indivíduo e se manifestar de várias formas levando em consideração o meio que a reproduz.

2.1 A Cultura da Mídia

O conceito que envolve a cultura da mídia é tão amplo que seriam necessárias inúmeras páginas para descrevê-lo como tal, no entanto iremos nos ater apenas a uma conceituação simples utilizando como plano de fundo principal as discussões de Kellner (2001).

Para o autor a cultura da mídia está inteiramente ligada à sociedade do consumo e a cultura contemporânea onde a mídia e os meios de comunicação em geral exercem poder sob o seu público. Desta forma Kellner (2001, p. 11) explica brevemente que “a cultura da mídia é um terreno de disputa no qual grupos sociais importantes e ideologias políticas rivais lutam pelo domínio, e que os indivíduos vivenciam essas lutas por meio de imagens, discursos e espetáculos veiculados pela mídia”

As primeiras teorias sobre a cultura da mídia surgiram na década de 1960 e 1970, mas sempre foram muito complexas e a discussão acerca delas pouco viável. Segundo Kellner essas teorias se desenvolveram a partir da máxima de que os meios de comunicação possuem certo domínio sobre a sociedade. Com o passar dos anos foi possível perceber que as vítimas (a sociedade que é manipulada pela mídia) conseguiam resistir à dominação através da matéria prima extraída da sua própria cultura.

A cultura da mídia está presente no nosso dia-a-dia e molda grande parte das nossas decisões, faz parte do nosso comportamento e oferece ao indivíduo modelos para construção da sua própria identidade (Kellner, 2001). Este formato oferecido pela mídia pode ser entendido como um modelo industrial como defende Kellner (apud Rocha e Castro, 50). Para ele o modo como as pessoas vivem a sua rotina é condicionado por padrões já pré-estabelecidos pela cultura da mídia.

Na visão do teórico norte-americano Douglas Kellner (2001, 2006), a própria constituição dos modos de ser e viver são hoje em grande parte condicionados pelos padrões e modelos fornecidos pela cultura da mídia, levando-o a considerá-la como hegemônica na atualidade. Referindo-se ao conceito frankfurtiano de indústria cultural, o autor esclarece que a mídia funciona segundo um modelo industrial, cujos produtos são mercadorias para atender aos interesses de seus controladores: gigantescos conglomerados transnacionais, hoje dominantes. (KELLNER apud ROCHA e CASTRO, 2009, p. 50)

Nesta mesma singularidade Valim (2002) observa utilizando também Kellner (2001) como embasamento para suas conclusões que o papel da imagem, da moda, da música popular “na construção da identidade é muitas vezes moldado por visões fictícias de uma sociedade cada vez mais dominada pela mídia e pela informação” (Kellner, 2001 apud Valim, 2002).

Esta construção da identidade tem relação com a cultura divulgada hoje pela mídia que exerce um papel dominante em nossas vidas. Muitas vezes é necessário um pouco de atenção e até mesmo um alto nível de conhecimento para decodificar as mensagens

transmitidas. Neste meio Kellner (2001) descreve a cultura da mídia como uma “força dominante de socialização”. Para o autor tudo o que a mídia produz e reproduz tem um poder de substituição, ou seja, utilizamos como exemplo as celebridades ou subcelebridades que muitas vezes ocupam boa parte da nossa rotina com as suas opiniões, dicas de como se vestir e agir, e levamos isso como uma verdade capaz até mesmo de modificar a nossa própria identidade. Em seus estudos Kellner adverte para o que ele denomina como fluxo sem precedentes de imagens e sons, defendendo que:

Com o advento da cultura da mídia, os indivíduos são submetidos a um fluxo sem precedentes de imagens e sons dentro de sua própria casa, e um novo mundo virtual de entretenimento, informação, sexo e política está reordenando percepções de espaço e tempo, anulando distinções entre realidade e imagem, enquanto produz novos modos de experiência e subjetividade. (KELLNER, 2001, p. 27)

A cultura da mídia estreia em um formato extremamente político. Esta afirmativa é discutida por Kellner em seu livro, ele acredita piamente que as formas conceituais da cultura da mídia são extremamente políticas e ideológicas. O autor traduz isso através da forma como compreendemos o que é a cultura e o que ela pode trazer para as nossas vidas, isso demonstra uma compreensão plena e uma leitura completa do conceito.

2.2 O profissional jornalista em foco

Diante das percepções que envolvem a Teoria das Representações Sociais e a Cultura da Mídia podemos observar como é natural um indivíduo construir a sua interpretação individual do outro. Desta forma, podemos utilizar uma das mais poderosas ferramentas representativas da cultura contemporânea, o cinema, como ponto de partida para compreender o histórico de representações de profissionais da própria mídia junto ao público, particularmente o jornalista.

Para compreendermos melhor como se dá o papel do jornalista nas séries de TV é necessário fixar um ponto inicial para as primeiras aparições do profissional na mídia. Segundo Senra (1997, p.37). a figura do jornalista está presente no cinema desde o início do século XX, ele tem uma importância histórica e o jornal impresso e também o próprio jornalista, contribuíram muito para que a representação do profissional fosse apresentada de várias formas

Estudos como o de Senra (1997) abordam a representação do jornalista no cinema como uma garantia de conexão com a realidade. Para a autora o profissional jornalista reflete segurança em sua imagem que está presente desde o início do seu histórico cinematográfico. Segundo ela a simples presença do jornalista no cinema “tem tido o dom de “contaminar” as imagens que o acompanham, conferindo-lhes a caução de uma veracidade que o cinema sempre esteve preocupado em restaurar” (SENRA, 1997, p. 39).

Assim, podemos afirmar que a imagem reproduzida pelo cinema passa a ser a representação social da profissão de jornalista para o grupo de indivíduos que assiste ao filme e absorve o que vê nas telas. A partir destas afirmativas utilizaremos para a construção de argumento as cinco categorias mencionadas por Rockenbach (2009) no que tange os estereótipos do jornalista construídos pelo cinema. Em seu estudo Rockenbach partiu de uma análise minuciosa sobre os principais filmes que retrataram o jornalista ou o cotidiano do jornalismo no cinema norte-americano do século XX.

Com a sua observação o autor coletou amostras que elencaram as cinco principais representações do jornalista nas telas do cinema, O jornalista profissional; O jornalista boêmio; O jornalista manipulador; O jornalista investigador; O jornalista correspondente e como um mesmo personagem pode adquirir mais de uma característica. Os estereótipos que cercam a representação do jornalista muitas vezes são de cunho negativo e retratam um certo glamour da profissão.

Diante disso construímos o pensamento de que os estereótipos são representações sociais que retratam a visão que o público tem do jornalista e elas tem base na repetição. Sendo assim à base de rigidez e de reiteração os estereótipos acabam parecendo naturais; “a sua finalidade é, na realidade, que não pareçam formas de discurso, e sim formas de realidade. Finalmente, são reducionistas, porque transformam uma realidade complexa em algo simples.” (FERRÉS, 1998 apud PEREIRA JÚNIOR, 2005). Neste mesmo panorama Rockenbach acredita que a representação do profissional tem relação direta com o exercício da profissão. Para ele isso pode ser

[...] um elemento definidor da representação da profissão vista pelo cinema, já que a constante repetição de uma ideia por parte da mídia colabora para tomar certas representações, de forma convencionalizada pela plateia, como verdades aceitas como reais. (ROCKENBACH, 2009, p. 46).

O dia-a-dia da redação de um jornal é o cenário preferido dos filmes e seriados, afinal ela confere realidade aos olhos de quem vê - mesmo que a trama seja de super-heróis como discute Senra ao citar o repórter Clark Kent do *Super-homem*. Para Senra o personagem tem um vínculo vital com a informação, ou seja, “sua solidariedade com a história, o forte sentimento de ligação do herói à sua comunidade de origem lembram a sólida inserção comunitária do profissional de imprensa e sua atividade de testemunho dos acontecimentos” (SENRA, 1997, p. 54).

Com a popularização da televisão o jornalista começou a ganhar um espaço bem significativo. Ele é parte crucial em tramas que envolvam investigação, suspense, drama e até mesmo super-heróis como é o caso da jornalista Cat Grant (Calista Flockhart) na série *Supergirl* (2015); Iris West (Candice Patton) na série *The Flash* (2014) e Lois Lane e Clark Kent (Amy Adams e Henry Cavill) no filme *O Homem de Aço* (2013). Berger acredita que o a televisão reestruturou a forma como o cenário jornalístico é adaptado. Diferente dos filmes na televisão a profissão recebe uma gama do entretenimento e o profissional sai das redações e ganha a função de jornalista assessor.

3. NARRATIVA SERIADA

A forma de narrar as manifestações cotidianas é antiga, ela está presente desde a origem do homem. Já o conceito de narrativa seriada surgiu muito antes do que se imagina, ela já existia nas cartas, sermões e também em histórias como por exemplo “As mil e uma noites⁴”. Esta forma narrativa ganhou mais atenção quando começou a ser desenvolvida através da técnica do folhetim - principal forma de literatura publicada pelos jornais do século XIX.

O nascimento dos seriados segundo Machado (2001) data do ano de 1913 por meio das mudanças no mercado cinematográfico da época. Neste período os filmes de maior duração conhecidos por longas-metragens eram exibidos apenas em cinemas maiores que possuíam mais conforto, em contrapartida, eram mais caros e com pouca expressividade.

⁴ “As Mil e Uma Noites” tem como plano de fundo principal histórias que envolvem o mundo islâmico, utilizando-se de imagens de gênios, magos, lâmpadas mágicas e tapetes voadores. Personagens como Aladim e Ali Babá ganharam o mundo através de livros, filmes, peças de teatro e desenhos animados. A origem desses contos é controversa. Alguns autores defendem que a sua origem data do século IX em Bagdá, outros acreditam que estas histórias foram escritas na Pérsia onde hoje é o Irã. (DE VASCONCELLOS, 2008)

3.1 Em busca de uma classificação

As narrativas seriadas evoluíram muito nas últimas décadas e as principais mudanças estão nos termos de estrutura do roteiro e procedimentos fílmicos (ECO, 1993). Para Mungiolli e Pelegrini (2013) a ficção televisiva americana é a que mais se destaca em todo o cenário mundial. Ambos os autores acreditam que a tradição da ficção americana é apresentar duas formas básicas de serialização: a serial e a série. Ou seja,

Serial (que, no Brasil, corresponderia à série) é o modo em que a narrativa acontece ao longo dos episódios, com arcos dramáticas que atravessam diversos capítulos até uma conclusão. É a forma que predomina, por exemplo, nas telenovelas brasileiras. No caso do serial tipicamente americana, geralmente, os limites do arco dramático ocorrem dentro de um temporada anual. Já a série (que corresponderia ao nosso seriado) é a forma em que os arcos dramáticos têm o limite do episódio – o desequilíbrio dramático ocorre no início do episódio e é resolvido no mesmo episódio. (MUNGIOLI e PELEGRINI, 2013, p. 28).

Ao contrário do que pensa Mungiolli e Pelegrini (2013) existe um abismo entre os termos série e seriado. É importante frisar que esta pesquisa se apoia nas explicações de Gerbase (2014) que acredita que o seriado é baseado em uma história longa que é desenvolvida durante “vários episódios que se sucedem em ordem pré-estabelecida. É praticamente impossível acompanhar a narrativa se o espectador não estiver presente desde o primeiro episódio”. (GERBASE, 2014, p. 41). Já as séries são constituídas por:

[...] pequenas histórias com começo, meio e fim, vividas por um grupo de personagens fixos, normalmente compartilhando um mesmo espaço de atuação (um edifício, uma cidade, um escritório). O espectador pode acompanhar qualquer episódio, em qualquer ordem, embora, é claro, o objetivo seja torná-lo fiel à série como um todo. As séries também são divididas em temporadas. (GERBASE, 2014, p. 41)

Inseridas neste contexto de serialização existem três tipos básicos de narrativas seriadas na televisão. A narrativa única se sucede de forma linear ao longo de vários capítulos. Podemos citar como exemplo os teledramas, telenovelas e até mesmo as minisséries. Esta forma de construção é descrita por Machado (2001) como **teológica** pois resume-se em um ou mais conflitos básicos estabelecidos logo no início por meio de um desequilíbrio estrutural. O objetivo final é uma evolução contínua dos acontecimentos buscando estabelecer o equilíbrio perdido, resultado obtido geralmente nos capítulos finais.

Cada emissão é uma história completa e autônoma, ou seja, possui um começo, um meio e um fim, e o que se vê nos episódios seguintes é uma repetição dos personagens

principais e uma mesma situação narrativa. Para Machado “temos um protótipo básico que se multiplica em variantes diversas ao longo da existência do programa”. (2001, p. 86-87).

A última classificação preserva nos vários episódios o espírito geral das histórias ou temática. No entanto, em cada sentença a história, os personagens, os atores, os cenários, roteiristas e diretores são diferentes. Elencar os três tipos básicos de narrativas seriadas na televisão nos mostra que a maioria das séries atuais possui em comum apenas o estilo das histórias, mas cada episódio é uma narrativa diferente e independente. (MACHADO, 2001)

A produção de séries na televisão permite um pensamento novo, ou seja, uma espécie de **estética da repetição** que se baseia na dinâmica da relação entre os elementos variáveis e invariantes como classifica Calabrese (apud MACHADO, 2001, p.90). Balogh (2002) afirma que a televisão permanece no ar a maior parte do dia e isso exige novas formas de produção, levando em conta que parte da programação televisual é feita em série, pois traz consigo uma simplificação do trabalho e uma boa rentabilidade que permite realizar uma programação extensa e variada. No entanto Machado (2001) completa que a diversidade da serialização televisual se dá através dos processos de fragmentação da narrativa, fazendo com que se busque modelos de organização que sejam complexos e nada previsíveis. (MACHADO, 2001, p 97).

Através destas questões levantadas pelo autor acerca dos elementos que compõe as narrativas seriadas é importante compreender que Machado (2001) vai contra o formato do objeto de análise desta pesquisa. Para o autor existem inúmeras razões que condicionam a televisão à narrativa seriada. Para ele um produto televisivo não pode defender um modelo linear, com efeitos de continuidade atrelados rigidamente como no cinema. Se a televisão buscar uma programação mais recorrente ou assumir uma estrutura mais fragmentada a atenção do telespectador será condicionada a permanecer mais tempo sem dispersão. (MACHADO, 2001, p. 87). No próximo capítulo será possível perceber, através da metodologia e análise (ainda em desenvolvimento), como o seriado *House Of Cards* se comporta em relação aos critérios de Machado (2001) e como as variáveis delimitadas pelo autor já não se sustentam mais.

4. METODOLOGIA

O presente capítulo apresenta a metodologia a ser utilizada para compreender como o jornalista é representado no seriado americano *House Of Cards*. Para isso é necessário delimitar uma amostragem dos episódios que serão analisados bem como quais aspectos

serão avaliados nesta amostragem, além de um breve histórico sobre o seriado analisado e a Netflix. Este capítulo também tenta estabelecer uma conexão com a pesquisa bibliográfica.

4.1 Tipo de análise

A presente pesquisa se preocupa em aplicar os conceitos da análise de conteúdo cujo ponto inicial é a mensagem. Para explicar as ideias que cercam este termo utilizaremos Franco (2008) como embasamento teórico e na qual extrairemos os resultados finais da análise. Para começo de conversa é importante reiterar que toda mensagem expressa um significado e um sentido e isso não pode ser tratado de maneira isolada como descrito por Franco (2008). Segundo ela é importante não deixar de lado quem vincula esta mensagem, seja ela por meio de texto, áudio ou até mesmo imagens. Quanto ao conteúdo a ser analisado a autora descreve que este precisa ter uma certa relevância, afinal

[...] a análise de conteúdo requer que as descobertas tenham relevância teórica. Uma informação puramente descritiva não relacionada a outros atributos ou às características do emissor é de pequeno valor. Um dado sobre o conteúdo de uma mensagem deve, necessariamente, estar relacionado, no mínimo, a outro dado. (FRANCO, 2008, p. 20)

Com base na mensagem e no seu conteúdo é possível distribuir algumas características cuja capacidade é definir e facilitar o entendimento da análise. Como Franco (2008, p. 23) defende a “análise de conteúdo é um procedimento de pesquisa que se situa em um delineamento mais amplo da teoria da comunicação”. Para a autora toda comunicação tem cinco vertentes: uma fonte, um processo codificador, uma mensagem, um receptor e por fim o seu próprio processo decodificador.

A semântica que rodeia a estrutura da análise de conteúdo é aplicável a todas as áreas da comunicação como descreve Garbelotto (2013, p. 31) ao afirmar que este tipo de análise é “um instrumento de investigação de texto que, por ser aplicável a todas as áreas da comunicação – abrangam elas todas as plataformas midiáticas ou não -, enriquece a exploração textual e propõe uma espécie de interpretação universal. Para alcançar o objetivo principal desta pesquisa utilizaremos os conceitos defendidos por Franco (2008) quanto aos procedimentos/métodos que devem ser realizados a fim de obter o resultados desejado.

A autora defende que primeiramente deve-se elaborar um plano de pesquisa que tenha uma amostragem de dados, algumas categorias de conteúdo e por fim as unidades de registro. As unidades de análise para Franco (2008) são divididas em: a) unidades de registro e b) unidades de contexto. A primeira tem relação com a menor parte do conteúdo e é “registrada de acordo com as categorias levantadas.” (FRANCO, 2008, p 41). A partir das unidades de contexto é possível atribuir significado às Unidades de Análise. Desta forma Franco (2008) argumenta que estas unidades podem ser obtidas por meio do recurso a dados que apresentem: a caracterização dos informantes, suas condições de subsistência e a especificidade de suas inserções em grupos sociais diversificados.

Quanto à organização da análise de conteúdo traça-se primeiramente uma pré-análise como afirma Bardin (1997) apud Franco (2008). Esta organização se dá através da “escolha dos documentos, formulação das hipóteses e/ou dos objetivos, e, a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.” (BARDIN, 1997, apud FRANCO, 2008, p. 51).

Para finalizar a análise é necessário a definição de algumas categorias que para Franco (2008, p. 59) é “uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação seguida de um reagrupamento baseado em analogias, a partir de critérios definidos”. Neste último estágio firmamos a proposta desta pesquisa que será descrita nas próximas páginas logo após a delimitação das variáveis.

4.2 Objeto

O seriado americano *House Of Cards* é o objeto principal desta análise e portanto é necessário contextualizar a sua trama. *House Of Cards* é uma produção original da Netflix. A Netflix foi fundada em 1997 e possui mais de 65 milhões de assinantes em mais de 50 países, incluindo o Brasil. O serviço de streaming proporciona ao assinante uma infinidade de filmes, séries, documentários e produções originais em troca de um valor mensal pela assinatura. (NETFLIX, 2015).

House Of Cards começou a ser exibida em 2013, possui três temporadas que totalizam 39 episódios com mais ou menos 60 minutos de duração cada e é disponibilizado na íntegra com 13 episódios por temporada para os assinantes da Netflix. O seriado desenvolve-se em Washington, D.C. a partir do ponto de vista de Francis Underwood (Kevin Spacey), um político que lidera a bancada majoritária da Câmara dos Representantes dos Estados Unidos. Com a eleição do novo presidente, que volta atrás em uma de suas

promessas, Francis Underwood e sua esposa Claire Underwood (Robin Wright) decidem destruir as suas alianças e jogar as regras pela janela em busca de vingança. (NETFLIX, 2016).

4.3 Amostragem

Para o desenvolvimento e aplicação da metodologia serão utilizados os trinta e nove episódios das três primeiras temporadas do seriado americano *House Of Cards* exibidas entre 2013, 2014 e 2015 pela *Netflix*.

4.4 Variáveis

A partir da classificação de Rockenbach (2009) acerca das representações sociais do jornalista no cinema, o presente trabalho tentará classificar a forma como os jornalistas são representados a partir da análise de

- a) Como interagem com os seus pares;
- b) Como o seriado apresenta o jornalista.
- c) Como os profissionais de outras áreas interagem com os jornalistas;
- d) Como são construídos os diálogos;
- e) Como se portam e se vestem nas mais variadas situações;

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Até o presente momento, esta pesquisa ainda em andamento, preocupou-se em distribuir de forma arbitrária os conceitos que cercam o estudo das representações sociais, elencou o jornalista primeiramente no cinema e depois nas mais diversas mídias como exemplo. Apontando a narrativa seriada como uma nova forma de interpretação utilizada hoje pela televisão e a cultura da mídia uma questão importante a ser discutida, espera-se construir um panorama entre estes conceitos e as inquietações futuras sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Angela. Teoria das Representações Sociais e Teorias de Gênero. 2002, Universidade do Rio de Janeiro, n. 117, p. 127-147, nov. 2002.

BALOGH, Anna Maria. *O Discurso Ficcional na TV*. São Paulo: Edusp. 2002

BARDIN apud FRANCO, Maria Laura Publisi Barbosa. *Análise de conteúdo*. 3.ed. Brasília: Liber Livro. 2008.

BERGER, Christa (Org.). *Jornalismo no Cinema*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

BORGES, M^a Paula de Almeida. *Professores: imagens e autoimagens*. Lisboa, 2007. Universidade de Lisboa. Faculdade de Ciências. Departamento de Educação.

CALABRESE apud MACHADO, Arlindo. *A Televisão levada a sério*. 2.ed. São Paulo: Editora Senac. 2001.

DE SOUZA, Nicole Fajardo Maranhã Leão. *As Multifaces do Jornalista-Herói no Cinema: Uma Análise de A Montanha dos Sete Abutres e Todos os Homens do Presidente*. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2007. Disponível em: < <http://docslide.com.br/documents/as-multifaces-do-jornalista-heroi-no-cinema.html> >. Acesso em abril de 2016.

DE VASCONCELLOS, Paulo Sérgio. *As Mil e Uma Noites: Contos Selecionados*. Disponível em < <https://apreendaaprender.files.wordpress.com/2012/05/as-mil-e-uma-noite.pdf> > Acessado em 16 de mar 2016.

DOS SANTOS, Maíra Bianchini. MIELNICZUK, Luciana. *O Universo Ficcional de Lost e a Narrativa Transmidiática*. Disponível em < http://www.logos.uerj.br/PDFS/34/10_logos34_Bianchini_Mielniczuk_universo.pdf > Acessado em 11 de mar 2016.

ECO, Umberto. *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. 9.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1993.

FERRÉS apud PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. *Jornalismo e Representações Sociais: perspectivas teóricas e metodológicas*. Disponível < <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/download/4190/4460> > Acessado em 18 mar 2016.

FRANCO, Maria Laura Publisi Barbosa. *Análise de conteúdo*. 3.ed. Brasília: Liber Livro. 2008.

GARBELOTTO, Sammara Guimarães. *As representações sociais do jornalismo nas histórias em quadrinhos*. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Jornalismo) – Faculdade de Artes e Comunicação, Universidade de Passo Fundo, 2013. Disponível em: <http://www.upf.br/biblioteca/index.php?option=com_content&view=article&id=24>. Acesso em abril de 2016.

GERBASE, Carlos. A elipse como estratégia narrativa nos seriados de TV. *Significação – Revista de Cultura Audiovisual*, São Paulo, n. 41, 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/83420/86405>>. Acessado em 10 abr 2016.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós moderno*; Tradução de Ivone Castilhos Benedetti. – Bauru – SP: EDUSC, 2001.

MACHADO, Arlindo. *A Televisão levada a sério*. 2.ed. São Paulo: Editora Senac. 2001.

MORIGI, Valdir José. *Teoria Social e Comunicação: Representações Sociais, Produção de Sentidos e Construção dos Imaginários Midiáticos*. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/9/10>>. Acessado em 11 mar 2016.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. PELEGRINI, Christian. *Narrativas Complexas na Ficção Televisiva*. In: *Revista Contracampo*, v. 26, n. 1, ed. Abri, ano 2013. Niterói: Contracampo, 2013. Pag: 21-37

NETFLIX. *House Of Cards*. – Disponível em <<http://www.netflix.com/title/70178217>>. Acessado em 13 mar 2016.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. *Jornalismo e Representações Sociais: perspectivas teóricas e metodológicas*. v.1, n.12, p.1-12. Porto Alegre: UFRGS, 2005

ROCHA, Rose de Melo. CASTRO, Gisela G. S. *Cultura da mídia, Cultura do Consumo: Imagem e espetáculo no discurso pós-moderno*. –

Disponível <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/logos/article/viewArticle/7033>>

Acessado em 11 abr 2016. Pag: 48-59

ROCKENBACH, Fábio Luis. *As representações do jornalista no cinema norte americano do século XX*. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Jornalismo) – Faculdade de Artes e Comunicação, Universidade de Passo Fundo, 2009. Disponível em: <http://www.upf.br/biblioteca/index.php?option=com_content&view=article&id=24>. Acesso em março e abril de 2016.

SÊGA, Rafael Augustus. O Conceito de Representação Social nas Obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici. *Anos 90*, Porto Alegre, n. 13, p. 128-133, jul. 2000.

SENRA, Stella. *O Último Jornalista: imagens de cinema*. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

TRAVANCAS, Isabel. *Jornalista como personagem de cinema*. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>> Acessado em 17 de abr 2016.

VALIM, Alexandre Busko. *Cultura e mídia em um estudo multidimensional*. – Disponível <<http://www.historia.uff.br/tempo/resenhas/res14-2.pdf>> Acessado em 12 abr 2016.