

## **Jornalista nas telas: A representação do jornalismo em produções cinematográficas ficcionais**

Maria Luiza de Alcântara Rodrigues  
Deisy Feitosa

### **Resumo**

A presente pesquisa investigou como se dá a relação entre a representação do jornalismo e do jornalista no cinema e a escolha da profissão por jovens estudantes. Para isso, partimos da problematização do conceito do jornalismo no imaginário comum, de quais estereótipos são perpetuados nas telas e de que forma são recepcionados pelo público. Fazem parte do referencial teórico autores como Nelson Traquina (2005), José Marques de Melo (2006), Felipe Pena (2024) e Isabel Travancas (2001). O corpus da pesquisa foi composto por obras cinematográficas de diferentes décadas, utilizadas como ferramentas para compreender as questões trazidas pelo estudo, que verificou, junto a uma pesquisa de campo, se a escolha dos jovens de cursar graduação em Jornalismo é influenciada e/ou idealizada por atitudes heroicas e conquistas profissionais dos personagens. Constatou-se que, apesar de o cinema transmitir valores e sentidos sobre a profissão, é o telejornalismo que influencia, de fato, a escolha da carreira.

**Palavras-chave:** Cinema; Representação; Jornalismo; Estereótipo; Comunicação

### **Introdução**

O cinema, como meio de comunicação, é capaz de unir a realidade à fantasia e de gerar, em seu público, formas de identificação e de representação. Dessa forma, molda comportamentos, cria ideais, difunde valores e crenças e reforça, ou mesmo constrói, estereótipos. Para Bazin (1945), o cinema deve ser entendido como uma arte intrinsecamente conectada à realidade. Ou seja, a imagem cinematográfica não seria uma representação do real, mas sim uma extensão da própria realidade.

Desde a sua invenção, em 1895, pelos irmãos Lumière, o cinema vem criando e compartilhando diversas histórias, tornando arte parte do cotidiano. Dessa forma, o cinema e o século XX estão intrinsecamente interligados; o primeiro registrou o segundo e expressou muito do que era sentido e percebido no período, como reflete a autora Isabel Travancas ao dizer inclusive sobre personagens ligados à imprensa que “O cinema privilegiou e continua privilegiando a imprensa e sua figura mais paradigmática – o repórter – como tema de seus filmes” (Travancas, 2001.p.11)

E, nessa seara, a imagem do jornalista passou por diferentes representações ao longo da história do cinema, que ora é apresentado como vilão, ora como mocinho. Na linha de pensamento de Robert E. Park (1950), o jornalista é caracterizado nas telas como um “super-repórter”, aquele herói que desvenda a verdade, tal qual no filme *Spotlight* (2015). Tal representação cimenta o ideal do jornalismo como parte da democracia e como ferramenta de vigilância social da realidade. Porém, há também a representação do repórter como vilão, no caso de *A Montanha dos Sete Abutres* (1951), que apresenta o profissional como aquele guiado pelo lucro, o que, para Traquina (2005), se dá pela associação do jornalismo às questões econômicas da profissão e às práticas de sensacionalismo.

Assim, entende-se que a tradução do jornalismo para as produções cinematográficas gerou diversas concepções no imaginário das pessoas sobre o que é ser jornalista e o papel desse profissional no mundo. Por isso, pesquisar a construção da imagem destes profissionais no cinema é uma oportunidade de compreender como são percebidos pela sociedade e de refletir sobre de que modo, nas últimas décadas, o exercício do jornalismo e o referido profissional têm sido representados nas telas. E, partindo do pressuposto de que a imagem que se criou do jornalismo é ambígua e até idealizada, pretende-se, nesta pesquisa, entender como as formas de representação desse profissional no cinema impactam a escolha dos jovens pela profissão.

### **O que é o jornalismo: sobre a profissão e seu papel social**

O questionamento “O que é o jornalismo?” tem mobilizado pesquisas nas últimas décadas. Uma das perspectivas defendidas é a do jornalismo como uma atividade intelectual cujos profissionais são agentes ativos na definição e na construção das notícias e, por consequência, na construção da realidade (Traquina, 2005). Deste modo, o jornalismo é visto para além de apenas uma forma de registro, passando a ser um meio de intervenção social.

[...] o jornalismo, devido à sua “autonomia relativa”, tem “poder” e, por consequência, os seus profissionais têm poder. Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias e, por consequência, na construção da realidade. (Traquina, 2005.p. 26)

Nesse aspecto, as notícias ocupam um lugar central na formação do consenso e da opinião pública. Robert E. Park (1945) analisou as notícias como elementos responsáveis por gerar choques de opinião que, ao longo do tempo, resultam na perpetuação da opinião e do senso comum. O resultado desses choques de opinião é uma das formas cruciais de moldar e criar a realidade social de um grupo, estabelecendo os tópicos de discussão e os pontos de vista da sociedade.

A primeira reação típica do indivíduo a uma notícia será, provavelmente, o desejo de repeti-la a alguém. Isto gera a conversação, desperta novos comentários, talvez uma discussão. Mas o que há nesse fato de singular é que, iniciada a discussão, o acontecimento discutido deixa de ser notícia e, sendo diferentes as interpretações de um acontecimento, as discussões se transferem do plano da notícia para o dos problemas que ele suscita. O choque de opinião e pareceres, que a discussão invariavelmente evoca, termina, via de regra, numa espécie qualquer de consenso ou opinião coletiva que nós denominamos opinião pública. É na interpretação dos acontecimentos presentes, ou seja, da notícia, que se funda a opinião pública (Park, 1970, p. 176).

A rejeição ao paradigma do “espelho”, no qual os “fatos substituem os comentários e, assim, acredita-se que a palavra pode refletir a realidade” (Pena, 2024, p. 126) , auxilia na compreensão da posição do jornalista como membro ativo na construção da realidade. Deste modo, o jornalismo se aproxima da construção social de uma suposta realidade no modelo teórico do newsmaking, o que acaba por rejeitar o ideal do espelho. Uma perspectiva construtivista dada por essa teoria defende a ideia de que a imprensa não é neutra em suas ações. Ao contrário, seus profissionais atuam como agentes na construção da realidade por meio da escolha das palavras e dos pontos de vista apresentados em suas matérias.

A formalização e a evolução da profissão ao longo das últimas décadas são outros pontos essenciais para compreender a representação dos profissionais da imprensa, que lutaram pelo reconhecimento de seu status profissional na sociedade. Sendo assim, a posição dos jornalistas é “marcada pela dificuldade de delimitar seu campo de trabalho, apesar de terem construído uma identidade profissional ligada a papéis sociais claramente definidos”, como explica Traquina (2005, p. 118). Ou seja, a imagem estabelecida pelos jornalistas pode

ser entendida como “satisfação de um mandato acordado pela sociedade (informar o melhor possível os cidadãos) e pela valorização de um saber e de um saber-fazer” (Rieffel, 1992, p. 70).

A percepção do jornalismo como essa força ativa da sociedade, e de seu profissional como aquele que possui um papel social, é refletida na cultura. O cinema, em certos momentos, adota o mesmo olhar teórico, retratando o jornalismo como uma potência capaz de moldar a realidade e a opinião pública. Filmes como *Cidadão Kane* (1941) demonstram como a imprensa e seus profissionais não se restringem a reportar eventos, mas também a construir e a dramatizar narrativas, criando uma realidade para consumo da sociedade.

### **O jornalista e suas representações do cinema**

Como já discutido, a relação entre cinema e jornalismo é constante e antiga. E a indústria cinematográfica adaptou a prática jornalística para diferentes gêneros, histórias, cenários e abordagens apresentados em suas telas. Deste modo, o cinema naturaliza as atividades jornalísticas ao abordá-las em seus roteiros, ao mesmo tempo em que explora mecanismos funcionais que auxiliam na propagação da realidade ficcional. Porém, a forte presença da profissão em roteiros de Hollywood também apresenta certa ambiguidade quanto à representação, como analisam Meireles e Caleiro (2012).

[...] a figura dramática do profissional de imprensa preserva uma dualidade parcialmente fragmentada com a consolidação do jornalista como herói em aspectos que fortalecem a integridade da profissão e, paralelamente, introduz uma imagem pouco valorizada e volúvel do profissional em atividade. (Meireles e Caleiro, 2012, p. 04)

Inclusive, ao longo da análise dos filmes escolhidos para esta pesquisa, foi percebida uma certa dualidade na ideia do que é ser jornalista, ao ser apresentado como o herói, em filmes como *Todos os Homens do Presidente* (1976), ou como uma figura boêmia e mau caráter, no caso de *A Montanha dos Sete Abutres* (1951). Vale mencionar que *Todos os Homens do Presidente* (1976), que foi indicado ao Oscar de Melhor Filme em 1977, é um dos principais filmes utilizados nesta pesquisa. O longa retrata dois repórteres do Washington Post, Bob Woodward (Robert Redford) e Carl Bernstein (Dustin Hoffman), que investigam um arrombamento no complexo Watergate. A partir de pistas aparentemente pequenas, os profissionais desvendam uma grande conspiração que leva à renúncia do presidente dos

Estados Unidos, Richard Nixon. O filme é baseado em uma reportagem investigativa real e no livro de Carl Bernstein e Bob Woodward, escrito por Robert L. Wolfe. Durante 2 horas e 18 minutos, os telespectadores podem acompanhar os bastidores da investigação jornalística que revelou o escândalo de Watergate — após investigação dos repórteres do Post, foi revelado que Nixon fez um "caixa dois" de campanha, ou seja, fundos com dinheiro não declarado para financiar uma operação de espionagem dos democratas. A obra traz os profissionais como membros ativos na elaboração da notícia — como define a Teoria do Newsmaking — e, conseqüentemente, da realidade, como reflete Traquina “[...] os profissionais do campo jornalístico definem em última análise para nós as notícias e contribuem ativamente na construção da realidade”(Traquina, 2005. p.29).

Já Orson Welles apresentou, em *Cidadão Kane* (1941), um retrato da profissão nos Estados Unidos no período do pré-“Novo Jornalismo”, correspondente às duas últimas décadas do século XIX. O longa se inicia após a morte de Charles Foster Kane, magnata da indústria editorial, e apresenta jornalistas correndo para descobrir o significado da última palavra que ele pronunciou: “Rosebud”. O filme apresenta a discussão em uma redação sobre a melhor forma de noticiar o falecimento do jornalista. O editor do jornal envia seu mais experiente repórter investigativo, Thompson (William Alland), para buscar o significado de ‘Rosebud’, o que dá início à sua jornada de investigação por meio de relatos de pessoas próximas a Kane. O filme é construído por meio desses flashbacks e, por meio da sua montagem, acaba revelando duas facetas da profissão: uma delas pela imagem de Charles Foster Kane, jornalista guiado pelo lucro, e a outra pela presença do repórter Jerry Thompson, profissional guiado pela ética.

Tomando como contexto a antiga Hollywood, esta pesquisa também utiliza o filme *A Montanha dos Sete Abutres* (1951) para análise. Estrelado por Kirk Douglas, o filme apresenta um jornalista falido, Chuck Tatum, que, depois de ser demitido de diversas redações, se muda para o Novo México e passa a trabalhar em um jornal local. Ao ser enviado para cobrir uma corrida de cascavéis, Tatum descobre um homem preso em uma caverna e percebe que a situação requer um resgate complicado. O jornalista se depara com a oportunidade de realizar o furo de sua carreira e se esforça para que a notícia seja publicada na primeira página de todos os jornais do país.

Ressalta-se que a obra, dirigida por Billy Wilder, foi citada por todas as fontes utilizadas na elaboração desta pesquisa como um dos filmes que marcaram a história do

jornalismo no cinema. Inclusive, o jornalista Yan Boechat, em entrevista exclusiva para esta pesquisa, enxerga a falta de caráter de Chuck Tatum como uma das formas de retratar a profissão. Para ele, o personagem sem escrúpulos dialoga com o período em que o jornalismo americano vivia nos anos 1950, ano da criação do longa "Tem períodos muito obscuros da história do jornalismo em que a profissão é usada para ganhos profissionais, ganhos pessoais, e interesses próprios, isso foi muito usado como inspiração"(Knijinik, 2025).

No questionário aplicado na pesquisa, o filme mais citado entre os jovens foi *O Diabo Veste Prada* (2006). O longa traz Andrea Sachs (Anne Hathaway), uma jovem jornalista recém-formada que consegue um emprego na revista Runway, como assistente de uma poderosa e implacável editora de moda, Miranda Priestly, representada por Meryl Streep. Apesar de não se interessar por moda, Andrea entra nesse mundo e passa a questionar seus próprios valores pessoais e profissionais à medida que sua carreira avança.

Nesta obra, a profissão é apresentada sob uma faceta diferente daquela dos filmes citados até o momento. Conectado com o mundo do entretenimento, moda e luxo, o jornalismo aqui passa por uma glamourização ao mesmo tempo que aborda dilemas que estão presentes em todos os filmes citados, como tensões entre os ideais do jornalismo e os interesses do mercado e a rotina alucinada de uma redação, como é apresentado por Pakula, no filme de 1976 sobre Watergate.

### **O personagem jornalista**

O cinema é o que McQuail (2003) e outros teóricos denominam “mídia de massa”, uma forma de descrever meios de comunicação de grande alcance que envolvem virtualmente a maior parte dos membros de uma sociedade (McQuail, 2003). No âmbito cultural, a mídia de massa estabelece-se como a principal fonte de delineamento conceitual e de formação das imagens da realidade social, colocando-se como uma manifestação estendida da identidade comum.

Segundo McQuail (2003), as mídias de massa possuem uma força de engajamento essencial nos campos simbólicos, visto que acabam por estruturar a compreensão dos eventos e dos contextos inerentes à realidade, abrangendo tanto a esfera particular quanto a coletiva. Deste modo, o efeito do cinema está inevitavelmente ligado aos valores e ao entendimento social. Apesar dos filmes serem entendidos pelo público como uma realidade ficcional, eles

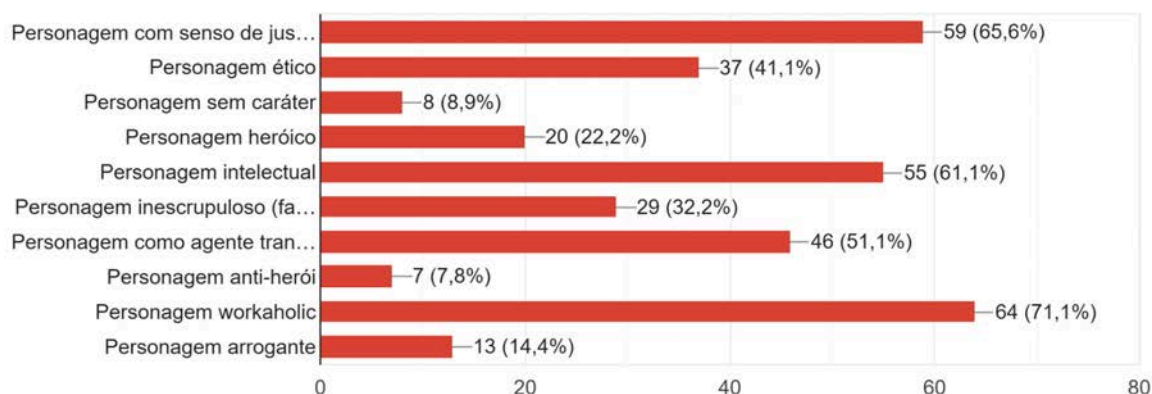
não estão desvinculados da lógica humana na construção de sentidos; logo, a construção dos personagens é um dos pontos essenciais no processo de transmissão de valores. Neste âmbito, os filmes acabam por se tornar “uma máquina tecnológica, institucional e, sobretudo, ideológica, com profundos efeitos na identificação espectral” (Felix, 2016, p. 4).

Em entrevista exclusiva para a pesquisa, a jornalista e roteirista Marília Juste refletiu sobre a forte presença do profissional no cinema, partindo da ideia de que os filmes pareciam ter um personagem que se aproximava do público, responsável por descobrir a história junto ao telespectador. “O nosso trabalho é esse: entender, reproduzir, colocar e explicar o que está acontecendo. Então, naturalmente, quando você quer contar uma história, você está inventando um personagem, e o jornalista se encaixa perfeitamente nesse perfil.”

Segundo Bezunarte (2010), o cinema tende a fantasiar e a valorizar os mitos que o cidadão comum possui sobre a profissão, refletindo nas telas a imagem que o público alheio ao mundo da informação carrega dos jornalistas. Os roteiristas possuem ainda um segundo agravante: ao criarem esses personagens, precisam condensar a narrativa e, para isso, acabam por maximizar os traços de personalidade. Em conexão com esse pensamento, o roteirista João Knijnik, também em entrevista exclusiva, afirma que, para criar um personagem em uma trama, é necessário que ele seja tridimensional e, para isso, muitos roteiristas recorrem a estereótipos.

Após a análise dos filmes e das respostas ao questionário desta pesquisa, revelou-se um perfil de características dominantes entre os personagens da imprensa. O “vício pelo trabalho” foi a característica mais citada, com 71,1% das respostas. Com isso, constata-se que os jovens enxergam os personagens jornalistas como “*workaholics*” (pessoas viciadas no trabalho); em seguida, estão os “personagens com senso de justiça” (65,6%) e os “intelectuais” (61,1%). Já nas entrevistas individuais, as características mais citadas foram “curiosos” e “sozinhos”.

Adicionalmente, em entrevista realizada com a jornalista Isabella Faria, ela ponderou que o vício em trabalho é o maior estereótipo da profissão. Para ela, a característica “*workaholic*” está muito ligada à forma como o retrato da profissão é feito: “No cinema mostram-se vários jornalistas fazendo 1000 horas extras e adorando o que fazem [...]. É a romantização da profissão, de achar que é muito empolgante toda vez que tem furo todo dia e que as pessoas vão sempre te apoiar nisso”.



Fonte: Google Forms (2025)

A profissão é retratada com diferentes estereótipos no cinema, como já citado na pesquisa; há aqueles que são colocados como heróis da história e outros que são considerados vilões. Apesar disso, após observação dos resultados, foi percebido que, independentemente da carga moral do personagem, ambas as posições se encaixam nas características destacadas nos resultados das entrevistas e da análise dos filmes. Os ideais de jornalista transmitidos pelo cinema, todavia, não são falsos, como observa Marília Juste. Para ela, o cinema tende a apresentar os profissionais reais de forma mais dramatizada para torná-los mais interessantes.

Boechat, Faria e Juste concordam ao dizerem que não se enxergam, em todos os aspectos, na representação feita pela mídia e pelos jornalistas da profissão, mas veem uma conexão entre o profissional que ganha vida nas telas do cinema e a realidade dos profissionais. Seguindo essa direção, Travancas (2001) analisa que o cinema precisa de heróis para contar suas histórias e que o jornalista se encaixa devidamente nesse papel. “O jornalista mostrado nos filmes ainda que em alguns não como herói, é aquele profissional de dedicação integral ao trabalho e à notícia. Com caráter ou não, com fins escusos ou não, vemos a apuração da notícia acima de tudo” (Travancas, 2001, p. 11) .

### **Influência da representação do cinema na escolha profissional dos jovens**

Mais uma vez, recorrendo a Traquina (2005), a relação entre a representação feita pelos diretores de cinema e os jovens graduandos em Jornalismo pode ser entendida pela força do "polo ideológico" e da cultura profissional, a saber:

Apesar da sua incapacidade histórica de delimitar o seu "território" de uma forma minimamente rigorosa, poucas profissões tiveram



tanto êxito como o jornalismo na elaboração de uma vasta cultura rica em valores, símbolos e cultos que ganharam uma dimensão mitológica dentro e fora da "tribo" e de uma panóplia de ideologias justificativas em que é claramente esboçada uma identidade profissional, isto é, um ethos, uma definição de uma maneira de como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo). (Traquina, 2005, p. 126).

O fato é que a profissão no cinema é acompanhada por “mitos magníficos que transformaram os próprios jornalistas em heróis discretos, como, por exemplo, os famosos jornalistas do caso "Watergate", Woodward e Bernstein” (Traquina, 2005, p.30). Os filmes se colocam no lugar de reforço do polo ideológico da profissão, que define o jornalismo e, principalmente, seus profissionais, como “guardiões dos cidadãos”. Neste sentido, a escolha pela carreira de profissional da imprensa é claramente influenciada pela aspiração a uma imagem heroica e de responsabilidade social transmitida pelo cinema.

Ademais, ressalta-se que as obras, além de proporcionarem entretenimento, geram impacto significativo na vida de adolescentes e jovens adultos. Com uma carga emocional e subjetiva elevada, “existe um processo de projeção-identificação-transferência que se origina a partir do cinema, o qual constitui um mecanismo de excitação que faz o espectador se projetar como personagem do filme, sentimento este ainda mais presente entre os jovens” (Fiuza et al., 2015. p. 378).

Nesse sentido, o cinema é “como um sonho que, por meio de um processo lúdico, realiza uma troca de sentimentos e sentidos com o telespectador” (Fiuza e D’Oliveira, Brutti e Carvalho, 2015. p. 379). E, como os jovens estão em busca da própria identidade, o cinema, ao apresentar personagens fortes e identificáveis — como é o caso dos jornalistas —, acaba por auxiliar na construção de um ideal, tornando-se, assim, uma das fontes responsáveis por moldar o imaginário do dia a dia dos jornalistas.

## **Metodologia da Pesquisa**

Este trabalho insere-se no campo da pesquisa básica; ou seja, o objetivo não é apresentar resultados imediatos, mas sim contribuir para o avanço teórico da representação do jornalismo no cinema e no audiovisual contemporâneo como um todo. Predominantemente exploratória, após a delimitação do tema, prosseguiu-se com a formulação de hipóteses, o levantamento e a análise bibliográfica e de dados, e a apresentação de resultados.

Com uma abordagem qualitativa, o processo foi focado na interpretação dos dados coletados na pesquisa de campo e na atribuição de significados utilizando a realidade dos estudantes de jornalismo e dos profissionais da área como fonte direta. Sobre os procedimentos técnicos, que serão explorados neste tópico, a pesquisa se desenvolveu por meio de fontes bibliográficas (incluindo livros e artigos científicos), entrevistas, questionário e análise crítica de obras cinematográficas.

Durante o processo de elaboração da pesquisa, foram selecionados e analisados dez filmes. A escolha das obras foi realizada, primeiramente, a partir de observações empíricas e de consultas realizadas previamente com estudantes de Jornalismo. O segundo recorte foi feito após a aplicação do questionário.

Por fim, após entrevistas com as fontes, foram selecionados três filmes para uma análise mais aprofundada: Todos Os Homens do Presidente (1976), A Montanha dos Sete Abutres (1951) e O Diabo Veste Prada (2006). As obras foram utilizadas para auxiliar no processo de identificação das características de um jornalista essencialmente presentes no cinema.

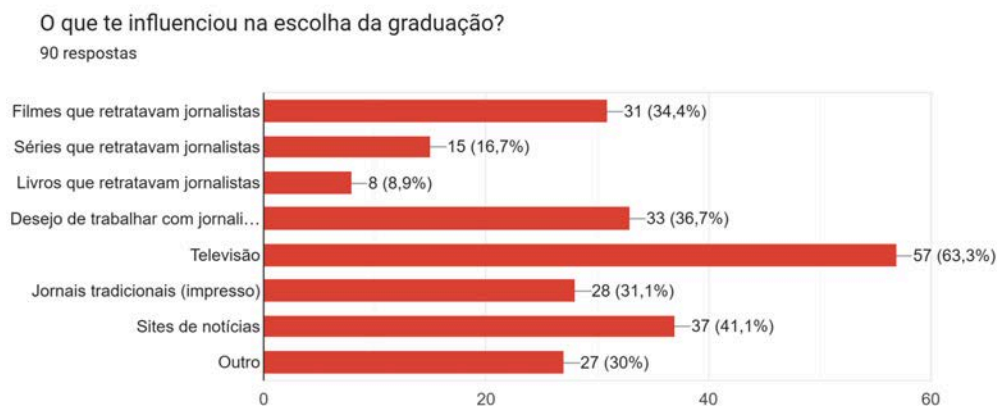
O questionário, realizado como uma das fases dos procedimentos técnicos, foi publicado no *Google Forms* e distribuído para estudantes da graduação em Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, do 4º ao 8º semestre, por meio das redes sociais. A faixa etária dos estudantes foi de 17 a 25 anos sem um recorte de gênero definido. Os participantes responderam a cinco perguntas objetivas e a quatro subjetivas, que versavam sobre o tema central do trabalho.

Ao longo deste tópico, será apresentada a análise das duas perguntas principais da pesquisa.

- ***O que te influenciou na escolha da graduação?***
- ***Você já assistiu a algum filme com personagens jornalistas?***
- ***Alguma obra cinematográfica te influenciou na escolha do curso?***
- ***Alguns dos filmes abaixo te influenciaram na escolha da profissão ou na criação da ideia da profissão de jornalista? (filmes: Cidadão Kane, A Montanha dos 7 Abutres, Todos os homens do presidente, O Diabo Veste Prada, Bom Dia Vietnã, Homem***

*Aranha 1, Spotlight, O Abutre, Como perder um homem em 10 dias e Boa Noite e Boa Sorte)*

- *Quais estereótipos prevalecem quando há um jornalista como personagem de filmes que você assistiu?*
- *Você, como estudante, acredita que a credibilidade da imprensa pode ser afetada pela representação destes profissionais nos filmes?*



Fonte: Google Forms (2025)

Em relação à influência dos filmes na escolha pela graduação, um dos questionamentos-base da pesquisa, a maior parte dos estudantes se mostrou influenciada a cursar jornalismo por meio da televisão; menos da metade dos graduandos foi influenciada pelos filmes: 31 alunos de um total de 90. Apesar disso, a maioria dos jovens se mostrou influenciada pelo audiovisual, em geral, como a televisão, séries e filmes.

E para melhor compreender o resultado que indica uma maior atração dos jovens pelo telejornalismo, recorremos à definição de Melluci (2001), que o reconhece como um agente na compreensão do mundo em sociedades complexas como a nossa. Essa influência explica sua força no imaginário de futuros jornalistas e, apesar de o resultado ir contra a hipótese inicial, ele também pode ser justificado, ao tomarmos o telejornalismo como representação, como “um ‘lugar’ para os brasileiros, muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo” (Vizeu, 2009, p. 77).

Vale aqui mencionar que, em 2008, Isabel Travancas realizou uma pesquisa para analisar a recepção do Jornal Nacional da Rede Globo, a maior referência de jornalismo televisivo no país, por um grupo de estudantes universitários e concluiu:

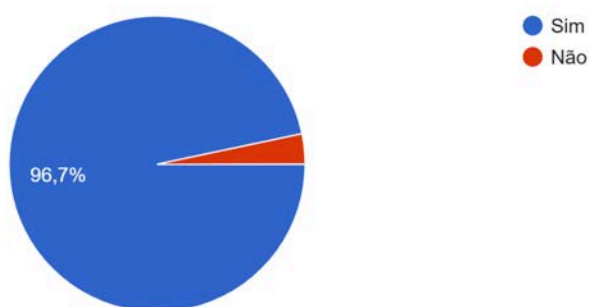
[...] aos poucos, não só fui confirmando o quanto o JN é uma referência também para eles, como ele é fonte de

sentimentos os mais variados, que vão do amor ao ódio. Jamais de indiferença. Ficou nítido que o JN, como parte de um sistema mais amplo de comunicação, pode afetar e influenciar no conjunto de informações e conhecimentos que estes jovens adquirem, assim como seus projetos pessoais. (Travancas, 2008. p.12 - 14)

Embora a influência do jornalismo televisivo seja superior, os filmes, objeto principal desta pesquisa, também impactam os jovens, com 34,4% das respostas afirmativas. A força desse percentual reside na forma como o cinema constrói seus personagens. Ao retratar a profissão, os roteiristas e diretores acabam por escolher e idealizar um perfil e um ideal para transmitir em seus personagens, o que justifica as representações ficcionais e dramatizadas citadas por Isabella Faria, Marília Juste e João Knijnik.

Você já assistiu algum filme com personagens jornalistas?

90 respostas



Fonte: Google Forms (2025)

A maior parte dos pesquisados já assistiu a filmes com jornalistas - 87 de 90. O interesse por essas narrativas é justificado, para Knijnik, pelo fato de o jornalista ser, naturalmente, um “personagem fascinante”. Já de acordo com Patrícia Novato Meireles e Maurício de Medeiros Caleiro (2012), a recorrência do tema no cinema pode ser compreendida pela relevância social do jornalismo na sociedade e, sobretudo, pela profissão possuir, em sua própria existência, a “fórmula” de sucesso que Hollywood exige. A atividade jornalística é dramática e cheia de ação, o que acaba por suprir as “exigências hollywoodianas” para a construção de um roteiro envolvente.

A naturalização das atividades jornalísticas evidenciadas em um mesmo plano de projeção da imagem, assim como a restrição a determinados mecanismos funcionais de propagação da realidade ficcional, retrata de forma emblemática a interseção constituída entre a exposição do profissional de imprensa e o

## **Considerações Finais**

Em um contexto contemporâneo em que o jornalismo vive uma crise de credibilidade, a reflexão sobre a imagem social do jornalista torna-se essencial para a compreensão dos desafios enfrentados pela profissão. Esta pesquisa buscou investigar a contribuição do cinema para a construção do imaginário coletivo ao longo das últimas décadas, analisando a interação dos filmes com o campo do jornalismo e suas práticas.

A partir da análise de autores como Traquina (2005), Pena (2024), Travancas (2001), confirmou-se que o retrato do profissional da imprensa, frequentemente representado nas telas, contribui para debates sobre a ética, estereótipos e valores associados ao jornalismo. A profissão, que desempenha um papel central na sociedade moderna, tem sua definição e seu papel social moldados por tais representações dos profissionais no cinema.

Os dados levantados ao longo do estudo indicam que o cinema, assim como o telejornalismo, impacta o imaginário popular, criando um ideal e transmitindo valores e sentidos sobre a profissão. Todavia, no decorrer das análises, ficou evidente que, embora os filmes sejam responsáveis por criar um ideal e por auxiliar na definição da profissão no imaginário comum, é o telejornalismo que, na prática, exerce maior influência sobre a escolha da carreira pelos jovens.

Em suma, a pesquisa constatou a influência do cinema na formação da percepção pública sobre a profissão, trazendo o jornalismo como um tema dinâmico e presente — há anos — na produção cultural. Assim, o verdadeiro desafio para o jornalismo contemporâneo consiste na verossimilhança dos filmes e na conciliação do ideal projetado pelos filmes com a prática cotidiana, o que é essencial para resgatar e consolidar a credibilidade em uma sociedade cada vez mais complexa.

## **Referências**

BEZUNARTEA VALENCIA, O.; COCA GARCÍA, C.; CANTALAPIEDRA GONZÁLEZ, M. J.; GENAUT ARRATIBEL, A.; PEÑA FERNÁNDEZ, S.; PÉREZ DASILVA, J. Á. O perfil dos

jornalistas no cinema: gigantescos estereótipos. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 33, n. 1, p. 145-167, jan./jun. 2010.

CUNHA, João Batista Chaves. **A Construção do Campo Cinematográfico: O Nascimento de um Meio de Comunicação Social**.

DE OLIVEIRA, Paula Graziela; NOGUEIRA, Dayane; DOS REIS, Talita Martins. **Jornalismo no cinema: Uma representação do fazer e ser jornalista. Múltiplos OLHARES**, p. 104.

FÉLIX, João Carlos. A teoria contemporânea do cinema. **Pontos de Interrogação – Revista de Crítica Cultural**, Salvador, v. 14, n. 2, p. 29-51, 2016

FIUZA, Jaqueline; D'OLIVEIRA, Mariane Camargo; BRUTTI, Tiago Anderon; CAMARGO, Maria Aparecida Santana. A influência do cinema para os jovens. **Revista Interdisciplinar de Ensino, Pesquisa e Extensão**, Cruz Alta, v. 3, n. 1, p. 374-385, 2015

HALL, Stuart. **Cultura e representação: a produção de sentido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

LANGMAN, Larry. **The Media in the Movies: A Catalog of American Journalism Films, 1900-1996**.

Luís Mauro Sá Martino, Angela Cristina Salgueiro Marques (Organizadores). **Teorias da comunicação: processos, desafios e limites** – São Paulo: Plêiade, 2015. 335 p.

LOURENÇO, Jaime. **Jornalismo no Cinema: representações do jornalismo em Hollywood (2010-2022)**. Comunicação Pública, [S. l.], v. 18, n. 35, 2023. DOI: 10.34629/cpublica.789.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discours et analyse du discours: introduction**. Paris: Armand Colin, 2014. 216 p. ISBN 978-2-200-28996-6

MELO, José Marques de. **Teoria e metodologia da comunicação: (tendências do século XXI)**. . São Paulo: Paulus.

PEREIRA JUNIOR, A. E. V. **Jornalismo e representações sociais: perspectivas teóricas e metodológicas**. Intexto, Porto Alegre, n. 12, p. 48–60, 2025.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992

RIOS, Maria Beatriz Pacheco de Menezes. **Cinema e representações: uma análise semiótica sobre a mulher jornalista na comédia romântica**. Disponível em:<  
<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/36510>>.

TARAPANOFF, Fabíola. **Jornalistas no Cinema**. São Paulo: Appris Editora, 2022

TRAVANCAS, Isabel. **Jornalista como personagem de cinema**. Anais do, v. 24, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. ,São Paulo 2001

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1994

## **Filmografia**

Frankel, David. **O Diabo Veste Prada**. USA: FOX, 2006

Garland, Alex. **Guerra Civil**. USA: A24, 2024

J. Pakula, Alan. **Todos Os Homens do Presidente**. USA: Wildwood Enterprises, 1976

Levinson, Barry. **Bom dia, Vietnã**. USA: Touchstone Pictures, 1987

McCarthy, Tom. **Spotlight**. USA: Rocklin, 2015

Petrie, Donald. **Como Perder um Homem em 10 Dias**. USA: Paramount, 2003

Raimi, Sam. **Homem Aranha**. USA: Marvel, 2002

Welles, Orson. **Cidadão Kane**. USA: Mercury Productions, 1941

Wilder, Billy. **A Montanha dos Sete Abutres**. USA: Paramount Pictures, 1951