

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

MARIA LUISA OLIVEIRA ARAKI

REPRESENTAÇÕES DA MULHER NO MEIO JORNALÍSTICO NO CINEMA

Um olhar a partir da identidade profissional e de questões de gênero

GOIÂNIA

2021

MARIA LUISA OLIVEIRA ARAKI

REPRESENTAÇÕES DA MULHER NO MEIO JORNALÍSTICO NO CINEMA

Um olhar a partir da identidade profissional e de questões de gênero

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Pontifícia
Universidade Católica de Goiás
como requisito final para a
conclusão do Curso de
Jornalismo, orientado pela
professora Ms. Sabrina Moreira.**

GOIÂNIA

2021

ARAKI, Maria Luisa Oliveira. Representações da mulher no meio jornalístico no cinema: um olhar a partir da identidade profissional e de questões de gênero. Trabalho de Conclusão de Curso. Pontifícia Universidade Católica de Goiás – Escola de Direito, Negócios e Comunicação: Curso de Jornalismo. Goiânia. 2021.

Trabalho de Conclusão de Curso Aprovado em ___/___/_____ para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof. Ms. Sabrina Moreira de Oliveira

Prof. Ms. Gabriella Luccianni Calaça

Prof. Dr. Rogério Pereira Borges

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha orientadora, Sabrina Moreira, que se dedicou incansavelmente para a concretização deste trabalho. Ela foi a responsável por semear o desejo de que, além de jornalista, eu experimentasse o desafio de ser, também, pesquisadora. Sempre muito sábia, ela apresentava soluções e conselhos até mesmo nos momentos mais desafiadores deste trabalho. Passamos um ano inteiro operando em conjunto para obter como resultado um trabalho que contribuísse para as discussões de gênero e relacionadas ao exercício do jornalismo hodiernamente. Juntas tivemos a oportunidade de aprendermos e nos aprofundarmos em questões que nos tangem e precisam ser discutidas. Levarei comigo todos os ensinamentos e discussões para a vida acadêmica, profissional e pessoal. Sinto que amadureci de forma imensurável neste processo.

Também agradeço à minha família e amigos, que me apoiaram e ofereceram suporte neste longo ano decorrido. Muitas vezes acreditei que não conseguiria finalizar o trabalho, e sempre me cobrei para executá-lo da melhor forma possível. Foi por meio do suporte que recebi que fui capaz de me acalmar e me dedicar com maior cuidado ao meu Trabalho de Conclusão de Curso. Por fim, agradeço ao meu avô, Robério, que, infelizmente, não terá a chance de me presenciar encerrando o ciclo da Universidade. Porém, foi por meio dele que aprendi a ler e escrever, e sempre foi ele o responsável por me levar à escola e a acompanhar o meu desempenho acadêmico. Serei eternamente grata por ter tido a oportunidade de crescer e aprender com ele e espero que, de onde ele esteja, tenha orgulho do caminho que trilhei até aqui.

“Você tem que agir como se fosse possível transformar radicalmente o mundo. E você tem que fazer isso o tempo todo.”

(Angela Davis)

RESUMO

Este trabalho objetiva analisar as representações da mulher no meio jornalístico no cinema *hollywoodiano* a partir dos vieses de identidade profissional e gênero. Bourdieu (2012), Traquina (2003,2004,2005) e Pereira (2008) são as principais referências desta análise. Por meio da análise de conteúdo de Bardin (2016) foi possível definir categorias capazes de sintetizar os principais pontos relacionados às mulheres nos filmes. Foram analisadas questões como: representação da empresa jornalística, vida privada, feminilidades e presença de mulheres em posição de poder. No que tange às representações cinematográficas, ainda persistem diversos estereótipos relacionados à figura da mulher. As jornalistas e mulheres que ocupam a organização jornalística são reduzidas ao campo da vida privada e têm seus anseios profissionais atrelados ao sentimento, na maioria dos casos. O heroísmo é outro fator preponderante, que persiste em atribuir ao indivíduo a capacidade de transformar problemas coletivos a partir de soluções individuais. Também foi possível inferir que apesar de tentativas por parte dos diretores, produtores e roteiristas de apresentarem aspectos que fujam dos estereótipos, trata-se de uma estrutura que permanece enraizada no imaginário coletivo da contemporaneidade.

Palavras-chave: Feminismo; Estudos de gênero; Jornalismo; Identidade profissional; Cinema.

ABSTRACT

This paperwork aspires to analyze the representations of women in journalism field in Hollywood cinema from biases of professional identity and gender. Bourdieu (2012), Traquina (2003,2004,2005) and Pereira (2008) are the major reference of this analysis. Through Bardin's (2016) content analysis it was possible to define categories capable to synthesize the major points related to these women in the movies. It were analyzed matters like: representation of the journalistic organization, private life, muliebrieties and presence of female journalists in power positions. In reference of cinematographic representations, many stereotypes related to woman's image are still perceived. The journalists and women who occupy the journalistic organization are decreased to the field of private life and have their professional aspirations attached to their feelings, in most scenarios. Heroism is another overriding factor, that persists in attributing to the individual the ability to transform collective problems based on individual solutions. It was also possible to infer that although the attempts of directors, producers and writers of presenting aspects that escape from stereotypes, it is a structure that remains engrained in the collective imagination of contemporaneity.

Key words: Feminism; Gender studies; Journalism; Professional identity; Cinema.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. O QUE É IDENTIDADE?	12
1.1. IDENTIDADE DO JORNALISTA.....	13
1.1.1. Concepção romântica	14
1.1.2. Impactos do fim da “Era de Ouro do Jornalismo” na identidade profissional	18
1.1.3. Jornalismo no século XXI	21
1.2. AFINAL, QUEM É O JORNALISTA?.....	23
2. O QUE É SER MULHER?	24
2.1. A MULHER AO LONGO DA HISTÓRIA.....	24
2.2. MULHER X MERCADO DE TRABALHO.....	29
2.3. A MULHER JORNALISTA.....	31
2.4. A DOMINAÇÃO MASCULINA É INQUESTIONÁVEL?.....	34
3. BREVE HISTÓRIA DO CINEMA	35
3.1. A MULHER NO CINEMA.....	39
3.2. CINEMA E JORNALISMO.....	43
3.3. A MULHER JORNALISTA NO CINEMA.....	45
4. METODOLOGIA	48
5. ANÁLISE FÍLMICA	53
5.1. O HOMEM DE AÇO.....	53
5.2. O DIABO VESTE PRADA.....	59
5.3. THE POST – A GUERRA SECRETA.....	67
5.4. COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS.....	78
5.5. CONCLUSÕES.....	84

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89

INTRODUÇÃO

De que forma as profissionais do jornalismo têm sido representadas no cinema *hollywoodiano*? Esta é a pergunta que incitou a curiosidade por esta pesquisa. Notando a existência de discriminações de gênero no jornalismo, percebi na Sétima Arte uma representação dessas disparidades na figura das personagens femininas. Saturadas por estereótipos de gênero, estas profissionais têm seu desenvolvimento afetado por diversos preconceitos.

O cinema é um instrumento comunicacional extremamente poderoso, tanto para o bem, quanto para o mal. Mesmo sendo uma das formas mais queridas entre as artes, ele atua como propulsor de ideias – ainda que nem sempre tão construtivas, como pontua Berger (2002). A principal indagação a ser feita neste trabalho é justamente a influência da Sétima Arte na vida em sociedade, chamando a atenção para a forma como estas mulheres, e a profissão, são apresentadas nos filmes.

As imagens projetadas pelos estereótipos influenciam a sociedade e afetam a comunicação, limitando a produção cinematográfica ao olhar masculino, já que, segundo Bourdieu (2012) a sociedade contemporânea ainda sofre marcas de violências simbólicas que engendram a dominação masculina no imaginário coletivo. Ao observar a forma como mulheres inseridas no meio jornalístico são representadas pelo cinema estadunidense, compreende-se a importância da discussão acerca das desigualdades de gênero na comunicação.

Para promover um estudo consciente sobre os assuntos relacionados nesta pesquisa, os capítulos são estruturados da seguinte forma: no primeiro, “O que é identidade?”, é apresentado um panorama geral acerca de diversas definições para o termo “identidade”. Além disso, são apresentadas várias formas de representação do jornalista ao longo dos anos, a partir de pontuações de autores como Traquina (2003, 2004, 2005) e Pereira (2008).

No segundo, “O que é ser mulher?”, são trazidos apontamentos a respeito das diferenças entre sexo e gênero, além da evolução do papel das mulheres na sociedade ao longo dos anos. Explicita-se as principais conquistas do movimento feminista e a importância destes feitos para a sociedade, além de apresentar o papel das conquistas feministas no ingresso e permanência da

mulher no mercado de trabalho, chegando à realidade das mulheres que exercem o jornalismo como profissão.

O terceiro capítulo é intitulado “Breve história do cinema” e traz um apanhado a respeito da evolução da Sétima Arte desde meados do século XX até os dias atuais. Ademais, é explicitada a relação entre jornalismo e cinema, além da atuação das mulheres nos filmes, seja na produção ou atuação.

Em seguida, apresenta-se em “Análise filmica” a análise foco deste trabalho. Trata-se os estereótipos, a caracterização das mulheres nos filmes, a forma como a profissão é vista e o que estes filmes analisados têm em comum. Como principais critérios para seleção dos filmes analisados, estão: ter origem nos Estados Unidos; contar com uma mulher que atue no meio jornalístico em posição de destaque; ter sido produzido no Século XXI e ser um filme comercial, de notável popularidade e sucesso financeiro. Entre os 4 filmes analisados estão: “O Homem de Aço”, “O Diabo Veste Prada”, “The Post – A Guerra Secreta” e “Como Perder Um Homem em 10 Dias”.

Não há uma solução rápida para o fim das desigualdades. Por isso, este trabalho se propõe a ser um instrumento de reflexão acerca de preconceitos, estereótipos e convenções relacionadas ao feminino e ao jornalismo em nossa sociedade.

1. O QUE É IDENTIDADE?

O conceito de identidade é uma questão que tem sido amplamente discutida desde, ao menos, meados do século XX. Isso porque trata-se de uma concepção bastante complexa, que abrange aspectos psicológicos, filosóficos, antropológicos e sociológicos.

No âmbito da Filosofia, Habermas (1988) reconhece que a identidade é formada a partir da relação entre indivíduo e sociedade. Para o teórico, o processo de construção da identidade abrange tanto a identificação própria, quanto a identificação reconhecida por outrem.

Partindo para uma esfera sociológica, Stuart Hall (2006) delinea o percurso da identidade a partir de três concepções distintas. São elas:

- a) Sujeito do Iluminismo;
- b) Sujeito sociológico;
- c) Sujeito pós-moderno.

Os primeiros ideais a respeito da identidade estavam relacionados à ideia de um sujeito unificado, que nascia, se desenvolvia e permanecia, essencialmente, o mesmo ao longo de toda a vida. “O sujeito do Iluminismo estava baseado numa concepção da pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação.”, (HALL, 2006, p.10).

A complexidade do mundo moderno foi o que impulsionou o surgimento do conceito do sujeito sociológico, uma visão mais abrangente da individualidade do ser. Esta concepção presume a existência de uma identidade formada a partir da interação entre o “eu” e a sociedade. Para Hall (2006, p.12), é a partir deste momento que o indivíduo é visto como um ser multifacetado. “O sujeito, previamente visto como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas”.

A partir disso, o processo de identificação entre o indivíduo e identidade tornou-se mais provisório, emblemático e variável. Mudanças estruturais e institucionais

também contribuíram para uma conformidade com as necessidades subjetivas em detrimento das objetivas.

Esta sucessão de acontecimentos foi responsável pelo surgimento do sujeito pós-moderno, conceitualizado como não tendo uma identidade fixa ou permanente. Na verdade, o indivíduo passa a ser visto como uma composição de múltiplas, desconcertantes e distintas identidades, e é possível identificar-se com cada uma delas, ao menos temporariamente.

(A identidade) é definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente. A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. (HALL, 2006, p.13)

Sob este mesmo ponto de vista, Bauman (2005, p. 57) define o cenário da pós-modernidade como “a liquefação das estruturas e instituições sociais. Estamos passando agora da fase sólida para a fase fluida. E os fluidos são assim chamados porque não conseguem manter a forma por muito tempo”. É neste ambiente incerto e fluido que as pessoas vivem e precisam formar e reinventar suas identidades.

Uma identidade coesa, firmemente fixada e solidamente construída seria um fardo, uma repressão, uma limitação da liberdade de escolha. Seria o presságio da incapacidade de destravar a porta quando a nova oportunidade estiver batendo. (BAUMAN, 2005, p.60)

Ou seja, os sujeitos da pós-modernidade, segundo as teorias de Hall (2006) e Bauman (2005), são reflexo de uma sociedade maleável e instável, tornando-se, assim, fluidos da mesma forma. Partindo destas suposições, analisaremos a seguir as identidades designadas ao jornalista ao longo do tempo.

1.1. A IDENTIDADE DO JORNALISTA

O jornalismo é uma profissão ambígua e de difícil definição. Sob seu nome, se incorporam uma multiplicidade de funções, meios e formas discursivas distintas. O jornalista, portanto, tem a possibilidade de se mover dentro de um espaço diverso e repleto de limites fluidos. Em meio à vasta pluralidade, resta a questão: qual é a identidade do jornalista?

Segundo Traquina (2003), o século XIX se consolidou como uma etapa crucial para acender nos jornalistas os valores e representações que estão por trás do

ideal profissional. Isso porque foi durante este período que um novo modelo de jornalismo foi estabelecido.

Embora a profissão já fosse uma atividade conhecida no século XVIII, os jornais eram utilizados, em suma, como instrumentos de causas político-partidárias e tinham como base informações opinativas. A expansão do jornalismo como negócio foi o alicerce para que a informação deixasse de lado o caráter meramente opinativo e assumisse um teor informativo, com base nos fatos. Esta transformação é o que dá sentido e orienta o papel do jornalista na sociedade, abrindo espaço para o desenvolvimento de uma identidade profissional.

Entendida como um processo de construção social, a identidade corresponde à definição social de um grupo, que permite situar o indivíduo no conjunto social por meio de uma relação de alteridade, segundo os postulados de Cuche (1999). Ou seja, a identidade é, ao mesmo tempo, um processo de inclusão (identifica os membros de um grupo sob determinada ótica) e exclusão (diferencia-o dos demais grupos sociais).

Partindo desse ponto de vista, a construção da identidade profissional no campo jornalístico implica em definir “como ser jornalista e estar na profissão” (TRAQUINA, 2004, p.42), permitindo que o grupo se localize socialmente, diferenciando-se, por sua vez, dos outros grupos profissionais.

Poucas profissões são tão rodeadas de mitos e imagens como o jornalismo. Ao menos no mundo ocidental, a profissão tem sido alvo de diversas representações sociais ao longo do tempo. Para Roxo (2005), as profissões não são formadas por grupos homogêneos, o fato de partilharem os mesmos valores durante a formação não garante a homogeneidade e a mesma identidade profissional. Isso implica na existência destas múltiplas visões, que serão apresentadas em seguida.

1.1.1. Concepção romântica

“Quarto poder”, “*watchdog*” ou “servidor do público”. Todas estas definições estão relacionadas a uma visão romântica do jornalista. De acordo com tais expressões, o jornalismo teria um status diferenciado das demais profissões.

A visão romântica tem alicerce na identificação positiva de que alguns ofícios não se reduzem à troca econômica, e estão vinculados a gratificações simbólicas, que elevam o prestígio da profissão. O ato de testemunhar um grande acontecimento e colocar-se em defesa dos direitos da população seria o suficiente para que o jornalismo integrasse o rol de trabalhos que, de fato, são profissões.

Partindo de uma visão funcionalista, Dubar (2012) presume que nem todos os ofícios são considerados profissões. Este título cabe aos cargos que são capazes de gerarem uma construção identitária ao longo do tempo. Ou seja, mesmo mudando de emprego, é possível dar continuidade a sua trajetória profissional.

Ser um profissional não se trata fundamentalmente de acumulação de conhecimentos, e sim de incorporação de uma definição de si e de uma projeção no futuro, envolvendo, antes de tudo, o compartilhamento de uma cultura do trabalho profissional e a exigência do trabalho bem feito. (DUBAR, 2012, p.7)

Talvez a primeira identidade construída do jornalista seja a visão do profissional com o perfil de intelectual, membro de uma elite com capacidade de visão acima da média. É motivo de prestígio ser apontado como um “devorador de livros”, o qual possui conhecimentos sobrenaturais e capacidade para discorrer sobre os mais diversos assuntos. Esta concepção deriva do fato de que, antes da profissionalização do jornalismo, o ofício era exercido, em grande parte, por acadêmicos de Direito, algo que está diretamente atrelado a um imaginário erudito. “ (A elite) trata-se de um grupo de jornalistas influentes e notórios, capazes de oferecer uma interpretação dominante da realidade nos meios de comunicação. ”, (PEREIRA, 2008, p.51).

Roxo (2005) acredita que esta concepção do profissional intelectual também tem forte relação com o papel de educador. Isso porque o processo de informar seria, acima de tudo, um processo de formação. “Além do espírito inconformado, inquieto e questionador, o profissional deve ter em mente que o ato de informar é um processo de formação, de conscientização da sociedade. ”, (ROXO, 2005, p.50).

Dentro da visão romântica, o jornalista estaria, por princípio, comprometido com a sociedade – que lhe delega o poder de fiscalizar as instituições em seu nome

– e com os valores democráticos. Portanto, fazer bem e honestamente o trabalho jornalístico seria uma exigência, não para agradar os empregadores, mas para cumprir uma missão.

Os jornalistas são servidores do público (public servants) oficiosos cujo propósito é servir à comunidade. O sentido de responsabilidade com a comunidade, a lealdade para com o público enquanto cliente acima de todas as outras lealdades, é a principal exigência do jornalista no seu trabalho. O serviço público, de facto, acaba por ser uma das motivações essenciais dos jovens que procuram um futuro no jornalismo. (KIMBALL, 1963. *apud* TRAQUINA, 2004, p. 59)

Na condição de servidor do público, o jornalista também é definido como o profissional responsável por garantir diversidade no conteúdo dos noticiários. A imprensa é vista como uma espécie de ágora, um espaço plural e transparente que é mediado pela figura do jornalista. Cabe ao profissional representar cada um dos leitores, com diferentes visões de mundo, de forma objetiva e imparcial.

A industrialização do jornalismo a partir do século XIX, como citado anteriormente, em conjunto com a profissionalização dos campos de trabalho, deram brecha para o surgimento de outra forte concepção romanesca acerca da imprensa: o jornalismo como contra poder. Decorrem desta questão as imagens do profissional como “cão de guarda” (*watchdog*), guardião da sociedade e atento aos desvios do sistema.

Para Traquina (2003), a teoria democrática do século XIX – que encontra respaldo em postulados de Voltaire e Rousseau – apresenta a liberdade de imprensa como um elemento crucial para a manutenção do sistema, estabelecendo uma relação simbiótica entre jornalismo e democracia. Em linhas gerais, a teoria dá espaço para que a imprensa tenha o papel de: informar e salvaguardar os interesses da população, representar a opinião pública e fiscalizar o Estado em todas as suas esferas de atuação. O jornalista seria, portanto, o elo imprescindível de mediação entre sociedade e governantes.

O poder do mítico tem envolvido a profissão de jornalismo de tal maneira que, muitas vezes, os jornalistas são apresentados como os Davides da sociedade matando os Golias – uma forma não menos poética de conceber o jornalismo como um contra poder (...). (TRAQUINA, 2003, p.65)

A industrialização e profissionalização do jornalismo também foi de extrema importância para o surgimento da figura do repórter. O profissional deixa de ser

aquele que figura apenas dentro das redações e passa a ir a campo, se transformando no indivíduo responsável por buscar a informação.

O jornalismo transformou-se em uma profissão emergente e o repórter tornou-se o responsável por descobrir os acontecimentos, apurar e enquadrar os fatos sob determinada perspectiva de notícia, com poder de despertar o interesse do público. (SODRÉ, 1999)

É a figura do repórter que dá brecha para a representação do jornalista no campo profissional como um agente crítico, aventureiro e detetivesco – uma espécie de *Superman* a serviço da humanidade. A vida do profissional estaria voltada à busca da verdade e compromisso com o público. Esta imagem heroica, em muitos casos, é alimentada pela própria sociedade, que exige do repórter funções que extrapolam os limites do jornalismo e esbarram nos papéis da polícia, poder público e tribunais de justiça.

Seduzidos pelo prestígio e *glamour* da profissão, muitos jornalistas, de fato, creem que são seres à parte. Vieira (1991) identifica o fenômeno como sendo um “Complexo de Clark Kent”, o qual se sustenta na imagem de um jornalista super-homem que sente nas costas o peso do mundo e encontra na profissão a possibilidade de transformar a realidade. Nesta concepção, o profissional seria um homem diferenciado, com capacidade para “farejar” aquilo que os outros não veem. O jornalista seria dono de poderes especiais, como todo velho e bom herói. Para Traquina (2004, p.91) esta é a “representação do jornalista que mais evoca toda a mitologia jornalística”.

Este discurso idealizado sobre a profissão construiu a representação do jornalismo como uma atividade que diz não à rotina e que comporta uma grande carga de adrenalina diária. Coragem é um termo extremamente exaltado dentro desta concepção do profissional aventureiro.

Os protagonistas de acontecimentos desta natureza entram para a história do jornalismo e alimentam o polo simbólico da profissão. Inclusive, entre os jornalistas, os que normalmente gozam de maior prestígio são justamente estes profissionais que se tornam testemunhas oculares de grandes conflitos da humanidade, os super-heróis do povo.

Apoiados neste polo simbólico construído em torno da profissão, muitos jornalistas estabelecem um grau de dedicação e envolvimento intenso para com

a atividade, que extrapola as simples relações trabalhistas. Esta forma de envolvimento é típica de uma carreira em nome da qual o agente especializado pretende se dedicar por toda a vida. Mesmo nos períodos em que não está oficialmente trabalhando, o jornalista é orientado a estar em estado de alerta, sob a justificativa de que o profissional não pode se desvincular da profissão. “A vida do trabalho invade a vida depois do trabalho, e a demarcação nítida entre as horas de trabalho e as horas de lazer desaparece. Para o profissional, seu trabalho torna-se a sua vida. ”, (TRAQUINA, 2004, p.48).

As visões românticas, como um todo, têm como alicerce os postulados de objetividade e imparcialidade, que são levados como regra de ouro na profissão. Ao invés de opinativo e polêmico, o jornalista – dentro destas concepções – apresenta-se como um espelho da realidade. Ao ser objetivo e imparcial, o repórter seria capaz de manter uma equidistância em relação às fontes e chegar à verdade absoluta dos fatos. O jornalista seria o agente que reporta, mas não interpreta os fatos.

A ideologia jornalística, ainda hoje, está infiltrada pelos valores da Teoria do Espelho, que absorve dos ideais positivistas de Augusto Comte a concepção de que a legitimidade da profissão está atrelada ao papel do jornalista como um simples mediador imparcial entre o público e o real.

A legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão assentes na crença social que as notícias refletem a realidade, que os jornalistas são imparciais devido ao respeito às normas profissionais e asseguram o trabalho de recolher a informação e relatar os fatos, sendo simples mediadores que “reproduzem” o acontecimento da notícia. (TRAQUINA, 2003, p.67)

Em suma, a notícia não trata de um espelho da realidade, mas sim de uma forma de construção social. Por meio de processos pré-determinados, o jornalista seleciona dados, classifica, hierarquiza e define os fatos que devem, ou não, passar pelo crivo do *gatekeeper*. Para Roxo (2005, p.44), “as técnicas de objetividade do discurso jornalístico buscam ocultar a postura subjetiva e arbitrária que marca o processo de produção da notícia”.

1.1.2. Os impactos do fim da “Era de Ouro do Jornalismo” na identidade profissional

Damos o nome de “Era de Ouro” ao período que compreende o final da década de 1940 a meados dos anos 1970. Este é o momento no qual os ideais românticos acerca do jornalista têm maior força e determinam o exercício da profissão no mundo ocidental. Passado este período, outra visão sobre o profissional começa a entrar em vigor: a ideia do jornalismo como uma profissão voltada exclusivamente para os interesses de mercado. O chamado “jornalismo de mercado” colocaria em xeque o ideal romântico que estava por trás do ofício do repórter.

Ao desenvolvimento do caráter mercantil da imprensa, podemos atribuir uma série de transformações não apenas no jornalismo, mas em toda a estrutura social. Segundo Pereira (2004, p.9), a partir da década de 1970 “os processos de concentração e incorporação dos veículos por grandes empresas reduziram o jornalismo a um setor subsidiário dentro das corporações midiáticas”.

Foi neste contexto que o jornalista e sociólogo Warren Breed desenvolveu um estudo denominado “Controle social da redação: Uma análise funcional” (1955), com o intuito de ampliar os estudos do jornalismo para a esfera da organização, deixando de lado uma análise centrada apenas no indivíduo. É a partir deste trabalho que surge a teoria organizacional do jornalismo. A teoria se aprofunda nos aspectos relacionados à profissão atribuindo à atividade um olhar a partir da esfera da coletividade, além de conferir ao jornalismo um caráter mercantil, dependente de questões mercadológicas para sua subsistência. A teoria organizacional reforça a influência que a empresa exerce na atividade jornalística.

De acordo com Traquina (2005), o jornalista é socializado na política editorial da organização por meio de uma sucessão sutil de recompensas e punições. A direção da empresa, portanto, teria a possibilidade de controlar o trabalho do jornalista ao longo do tempo por meio de um processo de “osmose”. A aprendizagem da política editorial seria um processo através do qual o jornalista descobre e interioriza os direitos e obrigações da empresa, bem como suas normas e valores, antevendo aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades. “A ênfase está num processo de socialização organizacional em que é sublinhada a importância de uma cultura organizacional, e não uma cultura profissional. ”, (TRAQUINA, 2005, p. 153).

O conformismo dos jornalistas para com a política editorial da organização pode ser justificado por seis fatores, segundo Traquina (2005). Dentre eles, é possível citar: a autoridade institucional e as sanções, ou seja, a capacidade que a direção exerce de interferir no trabalho do jornalista; as aspirações de mobilidade, que consistem na necessidade de resignação à política editorial para se obter avanços na carreira; e o prazer da atividade, o qual evoca as gratificações simbólicas da profissão, como a convivência com personalidades notórias e o testemunho de acontecimentos extraordinários.

Levando estes aspectos em consideração, dentro da teoria organizacional a notícia nada mais é do que o resultado de um processo de interação social que tem lugar dentro da empresa jornalística. O jornalista tem consciência deste fenômeno, e, portanto, deve se antecipar às expectativas de seus superiores para evitar possíveis interferências em seu trabalho. A teoria também reforça que o trabalho jornalístico é diretamente influenciado pelos meios que a organização dispõe, ressaltando a importância dos aspectos econômicos na profissão. Traquina (2005) reitera que a dimensão econômica interfere, do mesmo modo, na dinâmica da concorrência entre os veículos de comunicação, especialmente no que diz respeito à luta pelo furo jornalístico.

O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas, com a exceção das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. As receitas provêm essencialmente das vendas e da publicidade. O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico. (TRAQUINA, 2005, p. 158)

A submissão da imprensa à lógica empresarial, destarte, alterou toda a estrutura da pauta jornalística. As notícias sobre política e economia agora dão espaço para a cobertura de assuntos mais vendáveis e com alto teor emocional, as chamadas *soft news*. O principal objetivo seria maximizar o alcance do conteúdo, atingindo o maior número possível de leitores.

A informação se tornou de verdade e antes de tudo uma mercadoria. Não possui valor específico ligado, por exemplo, à verdade ou à eficácia cívica. Enquanto mercadoria, ela está em grande parte sujeita às leis de mercado: da oferta e da demanda em vez de estar sujeita a outras regras, cívicas e éticas. (RAMONET, 2001, p.60)

Neste cenário, para se manter no emprego ou conseguir um melhor *status*, o jornalista estaria cada vez mais tentado a desrespeitar alguns padrões e regras

da profissão, como a checagem sistemática das fontes ou o respeito à veracidade da informação. O texto jornalístico adquire um caráter instrumental, condizente com os interesses do mercado. “O jornalista perde a aura de herói e identifica-se, cada vez mais, como simples operário de um sistema de produção *taylorizado*.”, (PEREIRA, 2004, p.10).

Mas se em sua maioria o público aceita estas mudanças, isto não significa que o caráter romântico do jornal tenha desaparecido por completo. Certas iniciativas distintas dos padrões são aceitas pelo público e concorrem para manter alguns jornalistas considerados intelectuais dentro das redações. Surge a figura dos cronistas e articulistas, por exemplo.

(Jornalistas intelectuais) são editorialistas, cronistas e apresentadores de telejornal que se aventuram como escritores, comentaristas e filósofos, fundamentando sua legitimidade na posição que ocupam junto aos meios de comunicação. (PEREIRA, 2008, p.49)

Com o declínio da “Era de Ouro”, outro ideal é posto à prova: o conceito de objetividade, que vem atrelado às concepções românticas do jornalista. A partir da década de 1960, nasce uma era de subjetividade na imprensa, que tem como alicerce o movimento do *New Journalism*. Por falta de confiança dos profissionais nas autoridades políticas, o jornalismo abre brecha para um vasto diálogo com a literatura. Nomes como Gay Talese, Truman Capote e Gabriel García Márquez utilizam dos recursos literários como forma de tentar recuperar o jornalismo de profundidade e investigação.

Esse novo jornalismo permite que o seu praticante se posicione em um patamar semelhante ao dos escritores. Além disso, ao excursionar nesse gênero, o jornalista acena aos demais membros do mundo social como detentor de um domínio das convenções jornalísticas e literárias, que é amplo o suficiente para que sua produção possa ser apreciada não apenas em termos de qualidade da informação, mas também pelo seu valor estético. (PEREIRA, 2008, p.235)

O Jornalismo Literário consiste na adaptação de técnicas ficcionais às reportagens. Ele é apropriado por integrantes dos dois mundos sociais, já que aparece tanto nas publicações jornalísticas, quanto em livros propriamente ditos. Esta vertente emerge porque as obras são utilizadas para contarem eventos que, em tese, não teriam espaço na imprensa periódica.

1.1.3. Jornalismo no século XXI

No século XXI, o jornalista deparou-se com novos desafios: o surgimento da internet e o impacto da tecnologia nos meios de comunicação. O jornalismo desde o princípio esteve ligado às novas tecnologias, apropriando-se das novas ferramentas para a difusão da informação. A profissão está em constante transformação.

Prova disso é o fato de que, de acordo com Adghirni e Ribeiro (2000), a internet levou 4 anos para chegar onde a televisão levou 13, e o rádio, 35. O ano de 1995 é considerado o marco inicial da implantação da rede no Brasil, que tem crescido exponencialmente e continua em ritmo de expansão acelerada por todo o globo.

O “Jornal do Brasil” é apontado como o primeiro veículo a oferecer uma versão eletrônica, que, apesar de limitada, foi considerada revolucionária para os parâmetros da época. Os sites eram simples e exploravam de forma irrisória os recursos e características futuramente propostos por Canavilhas (2014) e essenciais para o jornalismo digital, tais como hipertextualidade, interatividade e multimídia. Segundo Adghirni e Ribeiro (2000), os sites limitavam-se a transpor o conteúdo da edição impressa para a versão eletrônica. Com o passar dos anos, o jornalismo precisou se adequar às exigências da internet, o que levou a sites diferenciados e em acordo com as características básicas do Webjornalismo.

Com a consolidação da internet, surgem diferentes demandas: novas nomenclaturas, novos desafios e novo perfil profissional. “A Era da Informação torna-se um contemporâneo desafio para as práticas profissionais e *know-how* jornalismo.”, (SANTOS, 2014, p.7). O jornalista, enquanto categoria profissional, é diretamente atingido por esta metamorfose da mídia que mexe com o mercado. A partir disso, emerge uma nova concepção a respeito do profissional. O jornalista deve atuar em todas as fases de produção do jornal. “Este novo jornalista atua em todas as etapas da produção de conteúdo, desde sua captação até as formas de distribuição, podendo incluir as de monetização ou financiamento.”, (MOLINA E MEDEIROS, 2017, p.12).

A não-exigência do diploma de jornalismo para exercer a profissão também acende um alerta para o fato de que não há nada que impeça qualquer indivíduo de abrir sites disponibilizando notícias, não há controle ou fiscalização. Com a

instantaneidade exigida pela internet e redes sociais e com a possibilidade de que qualquer indivíduo noticie um fato, aumentam o número de informações falsas. Apesar de a briga pelo furo permanecer relevante para os veículos de comunicação, ela se torna dispensável para a profissão quando comparada aos demais grupos emergentes que encontram nas redes sociais a possibilidade de divulgarem informação com rapidez na internet. Dentro deste contexto, é fundamental que o jornalista mantenha o apreço pelos critérios e processos por trás da profissão, tais como uma checagem e apuração criteriosa.

Para tanto, o jornalista emerge como a figura que conhece os processos por trás da profissão e se apegua à apuração bem-feita e à credibilidade em relação à população. “Qualquer que seja o suporte, ninguém sabe fazer notícia melhor que as empresas jornalísticas que empregam jornalistas. Têm qualidade, credibilidade e recursos.”, (ADGHIRNI E RIBEIRO, 2000, p. 4).

1.2. AFINAL, QUEM É O JORNALISTA?

A identidade profissional do jornalista permanece alimentada por uma série de representações sociais presentes no polo simbólico historicamente construído. No passado, a profissão esteve fortemente ancorada em visões românticas que ainda existem, mas dividem espaço com o caráter empresarial e mercadológico decorrente das transformações sociais da década de 1970.

Baseado nos postulados de Hall (2000), é possível concluir que a evolução e consolidação da identidade do jornalista não é um processo linear. Ela se forma a partir de múltiplas visões, que se entrecruzam ao longo da carreira profissional. “As identidades são fruto de condições históricas e institucionais específicas. Elas são formadas por um processo de diferenciação, de exclusão e não da criação de uma unidade idêntica, inteiriça e ‘sem-costuras.’”, (HALL, 2000).

Apresentadas as múltiplas identidades relacionadas à figura do jornalista, a seguir será exposta a concepção do que é ser mulher e como a figura feminina se encaixa na sociedade se comparada ao masculino. Serão expostos os conceitos de dominação masculina, proposto por Bourdieu (2012), feminismo e gênero.

2. O QUE É SER MULHER?

Culturalmente somos ensinados de que homem e mulher são definidos por meio do sexo, biologicamente determinado. Características físicas específicas identificariam cada indivíduo e o enquadrariam em uma determinada categoria: homem ou mulher. Segundo Bourdieu (2012), a diferença socialmente construída entre os sexos começa no próprio corpo.

A diferença biológica entre os sexos, isto é, entre o corpo masculino e o corpo feminino, e, especificamente, a diferença anatômica entre os órgãos sexuais, pode assim ser vista como justificativa natural da diferença socialmente construída entre os gêneros e, principalmente, da divisão social do trabalho. (BOURDIEU, 2012, p.20)

Apesar dos conhecimentos tradicionais, novas teorias presumem que o ato de ser mulher não está diretamente relacionado ao sexo biológico. Assim como sugere Simone de Beauvoir: “ninguém nasce mulher: torna-se mulher”¹. Isso é explicado por meio do conceito de gênero. O gênero enfatiza o caráter cultural das diferenças existentes entre homem e mulher. Este conceito se desenvolve a partir de um cenário marcado por intelectuais e militantes de todo o mundo que abrem espaço para a consolidação de novas formas de conhecimento e de luta política.

De acordo com Butler (2003), enquanto o sexo assume um caráter intratável e biológico, o gênero é socialmente construído. Quando a cultura que constrói o gênero é engessada, tem-se a impressão de que o gênero é tão determinado e fixo quanto o sexo. Portanto, aludindo a Stuart Hall (2000), ser mulher não seria um processo estável e permanente. Mulher é um termo, um processo, um devir.

2.1. A MULHER AO LONGO DA HISTÓRIA

Todos são iguais, independentemente de cor, sexo, raça, sexualidade ou religião. É isso que presume o artigo 7º da Declaração Universal dos Direitos Humanos² e o artigo 5º da Constituição Federal³. Na prática, percebe-se a diferença de tratamento existente entre indivíduos em diferentes posições na sociedade. Uma das principais dicotomias presentes na contemporaneidade é a

¹ BEAUVOIR, Simone. O segundo sexo. 1980

² Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>
Acesso em: 12 mar. 2021

³ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm
Acesso em: 12 mar. 2021

diferença entre homem e mulher, que persiste desde a Antiguidade. Segundo Bourdieu (2012), as distinções entre o masculino e feminino são reflexo de uma dominação masculina, exercida por meio das violências simbólicas presentes culturalmente nas vias da comunicação e conhecimento. Butler (2003) também traz apontamentos a partir desta mesma linha de raciocínio:

Devemos entender a dominação como a negação da unidade anterior e primária de todas as pessoas num ser pré-linguístico. A dominação ocorre por meio de uma linguagem que [...] cria uma ilusão de diferença e disparidade, e conseqüentemente, uma hierarquia que se transforma em realidade social. (2003, p. 171)

Na contemporaneidade vivemos em uma sociedade considerada patriarcal. O patriarcado, segundo Pedro e Guedes (2010), é cristalizado a partir da consolidação da propriedade privada. Dentro desta concepção, as relações de gênero pressupõem que o órgão sexual é o que determina as funções sociais de cada indivíduo. Com isso, atribui-se papéis distintos ao homem e à mulher dentro da sociedade.

Esta conceitualização coloca a mulher em desvantagem por atribuir características específicas ao masculino e feminino e, em tese, não bastaria de uma construção social, já que, segundo a Antropologia, há indícios da existência de uma sociedade considerada matriarcal. “Os papéis designados a homens, ou a mulheres, não são atribuições naturais ou biológicas, mas sim construídos de acordo com as necessidades sócio-econômicas de cada sociedade.”, (PEDRO E GUEDES, 2010, p.3).

De acordo com estudos iniciados pelo antropólogo Johann Bachofen no século XIX, cogita-se a existência de uma sociedade matriarcal no período que compreende a Pré-História. Além da descendência matrilinear, nestes povos as mulheres ocupariam os postos de liderança e os bens herdados seriam passados de mãe para filha. O arqueólogo britânico Arthur Evans foi quem descobriu a civilização minóica, um possível exemplo de sociedade matriarcal que teve seu auge na Grécia entre os séculos XXVII e XII a.C.

As escavações mostravam estátuas que remetiam a poderosas figuras femininas, que logo foram associadas à representação de deusas. Beirando o idílico, estas sociedades desenvolviam um modo de vida conhecido como matrifocal, ou seja, agrário e não-violento. Apesar dos estudos antropológicos

voltados à existência de uma sociedade matriarcal, muitos pesquisadores ainda contestam a comprovação desta forma de organização social, segundo o artigo “Matriarcado. História ou Mito?”⁴, publicado na Revista Galileu em 2002.

Nas civilizações mais antigas, embora não seja uma ideia unânime entre antropólogos e historiadores, a sociedade era matriarcal. Caracterizava-se como um sistema organizado e dirigido por mulheres, na qual a maternidade, considerada um dom da natureza, imbuía-as de poder. (PEDRO E GUEDES, 2010, p.3).

A consolidação da sociedade patriarcal se deu com o advento da propriedade privada, que remete aos povos da Antiguidade. Esta mudança impulsionou transformações significativas na sociedade como um todo, as quais permanecem até os dias atuais. Os indícios de que a mulher passaria a assumir uma posição de inferioridade em relação ao homem, segundo os olhos da sociedade, datam desde, pelo menos, o século IV a.C., quando Aristóteles (1991) escreveu: “Em todas as espécies, o macho é evidentemente superior à fêmea: a espécie humana não é exceção. ”, (ARISTÓTELES, 1991, *apud* PEDRO E GUEDES, 2012, p.2).

As leis romanas e gregas mais antigas, segundo Magalhães (1980), assumiam que a mulher estava sob o poder marital. Submissas aos homens, aos quais cabia o provimento das necessidades materiais do lar, as mulheres tinham sua imagem associada à esfera privada, enquanto o masculino era atribuído ao espaço público e de participação na sociedade. Bourdieu (2012) acrescenta:

Cabe aos homens, situados do lado do exterior, do oficial, do público [...] realizar todos os atos ao mesmo tempo breves, perigosos e espetaculares, como matar o boi, a lavoura ou a colheita, sem falar do homicídio e da guerra, que marcam rupturas no curso ordinário da vida. As mulheres, pelo contrário [...] vêm ser-lhes atribuídos todos os trabalhos domésticos, ou seja, privados e escondidos ou até mesmo invisíveis e vergonhosos. (2012, p.41)

São estas designações, biológicas e socialmente construídas, que dão condição para que a dominação simbólica seja plenamente exercida na sociedade, segundo Bourdieu (2012).

A primazia universalmente concedida aos homens se afirma na objetividade de estruturas sociais e de atividades produtivas e reprodutivas, baseadas em uma divisão sexual do trabalho de

⁴ Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Galileu/0,6993,ECT938505-1719-1,00.html>
Acesso em: 24 abr. 2021

produção e de reprodução biológica e social, que confere aos homens a melhor parte. (2012, p.45).

Após centenas de anos de dominação, as mudanças em relação à participação da mulher na sociedade só começaram a ser percebidas em meados do século XVIII, por meio das primeiras manifestações e lutas do movimento feminista. De acordo com Gurgel (2010 p.1), o feminismo é classificado como um movimento social que “desenvolve ações de ruptura estrutural-simbólica com os mecanismos que perpetuam as desigualdades sociais e estruturam os pilares da dominação patriarcal”.

Esta expressão inicial do feminismo é fruto da Revolução Francesa (1789), na qual há registro de reivindicação das mulheres por seus direitos políticos e até mesmo pelo direito ao alistamento militar e acesso às armas, como intuito de defender o país na revolução. Apesar da presença massiva de mulheres nos levantes populares, estes direitos eram restritos aos homens, até então.

Além de lutarem pela consolidação do poder popular em contraponto ao poder burguês, as mulheres iniciaram uma batalha histórica em torno do direito de participar ativamente da vida pública, no campo do trabalho, da educação e da representatividade política. (GURGEL, 2010, p.1)

A luta das mulheres neste período, portanto, estava relacionada tanto à reivindicação de direitos civis e políticos quanto às organizações de trabalhadores, no sentido de apoiar a indissociabilidade da luta de mulheres e luta de classes, como proposto na obra “União Operária” de Flora Tristan. Antes de Marx e Engels, a autora sugere a criação de uma Associação Internacional de Trabalhadores e Trabalhadoras.

Sendo assim, até a segunda metade do século XIX, o tema central da mobilização feminina era a luta pela igualdade, assumindo reivindicações por direito à educação, ao trabalho, igualdade salarial e direitos políticos. Há uma mudança de paradigma a partir da consolidação do capitalismo e a nascente urbanização e industrialização, que provocam um conjunto de alterações de ordem econômica, social e política. Estas mudanças repercutem na vida das mulheres, mas ainda impedem que o feminino seja incluído nos direitos civis e políticos de forma significativa. É neste contexto que surge a luta sufragista, outra manifestação do movimento feminista.

As mulheres defendiam que o sufrágio universal possibilitaria o acesso das mulheres ao parlamento e, por conseguinte abriria a possibilidade de mudança no conjunto das leis e instituições. A luta sufragista também possibilitaria uma ampla aliança entre as mulheres, unificando posições políticas diferentes. (GURGEL, 2010, p.3)

A reivindicação pelo direito ao sufrágio teve início ao final do século XIX no Reino Unido, com a fundação da União Nacional pelo Sufrágio Feminino, e permaneceu por mais de 7 décadas ao redor de todo o mundo. A primeira nação a gozar de sucesso na luta sufragista foi justamente o Reino Unido, por meio da aprovação do voto feminino em 1918. No Brasil, a mulher só esteve apta a votar a partir do ano de 1934, em decorrência das políticas populistas do até então presidente, Getúlio Vargas.

Os anos 1960 e 1970, por outro lado, representaram uma revolução para diversos movimentos sociais, incluindo o feminista. Principalmente em países da Europa e nos Estados Unidos, grandes mobilizações populares advindas destes movimentos questionaram todas as formas de autoritarismo, totalitarismo, colonialismo e ações militaristas sob a dignidade humana. No Brasil, é neste período que surgem as primeiras organizações feministas nacionais.

Durante a década de 60, surgiram as primeiras organizações femininas a se organizar no Brasil, que, ainda mantinham traços conservadores podendo ser observados na maior parte dos primeiros estatutos que defendiam apenas o espaço no mercado de trabalho e a igualdade entre os sexos, repudiando a discussão a respeito da liberdade sexual. (PEDRO E GUEDES, 2010, p.6)

Sob a forte influência de “O Segundo Sexo”, de Simone de Beauvoir, o movimento feminista ganha força e recoloca em cena a desnaturalização do papel social da mulher, centralizando a luta no direito de dispor autonomamente sobre sua própria vida e próprio corpo. Nesse sentido, temas como o direito ao aborto, a uma sexualidade livre e o confronto com o modelo patriarcal de família são o foco de grandes atos ao redor do mundo.

As manifestações eram acompanhadas de fortes questionamentos ao poder do Estado, Família e Igreja, que, segundo Bourdieu (2012), são considerados pontos de sustentação ideológica do capitalismo em seus mecanismos de dominação e opressão da vida social.

O trabalho de reprodução (da dominação masculina) esteve garantido, até época recente, por três instâncias principais, a Família, a Igreja e a Escola, que, objetivamente orquestradas, tinham em comum o fato de agirem sobre as estruturas inconscientes. (BOURDIEU, 2012, p. 103)

Diante desse cenário, o feminismo tem o desafio permanente de encontrar o equilíbrio entre o específico e o geral, englobando tanto os interesses da mulher quanto a luta por transformações significativas na sociedade. Prova disso é a ação do movimento feminista no Brasil e em países da América Latina que estiveram envoltos com as ditaduras militares na década de 1970. O feminismo se aliou a outras forças em prol da redemocratização e em ações de questionamento à política econômica nacional.

Com o processo de redemocratização na década de 1980, houve uma forte iniciativa governamental na incorporação dos movimentos sociais e de gênero na agenda pública. Este cenário é responsável por causar um tensionamento no interior do feminismo latino-americano, já que a inclusão por parte do Estado traz consigo a necessidade de reatualização das críticas e demandas por parte do movimento.

Decorre deste processo a criação, a partir de finais dos anos de 1980, de um conjunto de organismos de controle social e de elaboração de políticas, que passaram a ser mais um espaço de participação política dos movimentos sociais e das Organizações Não Governamentais-ONG. Este processo evidencia o ponto de tensionamento para o feminismo: a questão da autonomia. (GURGEL, 2010, p.7)

Desde então, o movimento feminista tem buscado atualização de suas reivindicações, confrontando o patriarcado, o capitalismo e as formas tradicionais de se fazer política. As posições ocupadas pela mulher contemporânea são fruto dos esforços por parte do feminismo, que batalhou para que a mulher tivesse acesso a diversas esferas da sociedade e fosse incluída na vida pública e política como um todo. Mesmo com as conquistas, percebe-se traços da dominação masculina nas sociedades ocidentais, que impactam profundamente o cotidiano das mulheres, especialmente no que diz respeito ao mercado de trabalho.

2.2. MULHER X MERCADO DE TRABALHO

Apesar da luta incessante, a inserção da mulher no mercado de trabalho só deu os primeiros passos com as Guerras Mundiais (1914-1918; 1939-1945). Isso porque enquanto os homens iam para o *front* de batalha, as mulheres passavam a assumir os negócios da família e a posição dos homens no mercado de trabalho. É uma participação singela, que só começa a se consolidar em meados

da década de 1960. “Um dos acontecimentos que mais se destacou no Século XX foi o da inserção das mulheres no mundo do trabalho, a qual se realizou de forma progressiva, massiva e irreversível. ”, (PINTO, 2000, p.18).

Até o momento de transição que permite um ingresso abundante da mulher no mercado, a única responsabilidade do homem era o trabalho. Mesmo as poucas atividades domésticas designadas a ele logo eram transferidas para a esposa sempre que as responsabilidades profissionais e pessoais se mostravam conflitantes.

Dos anos 1950 até a atualidade a realidade social foi modificada. O modelo tradicional de família (marido que contribui para o sustento x esposa dona de casa) caminha para se tornar um mero vestígio de uma sociedade passada. Hodiernamente, a maioria dos trabalhadores ocupa dois, ou múltiplos, papéis dentro da sociedade. Porém, como pontuam Hall (2006) e Bauman (2005), a sociedade contemporânea está marcada por fluidez e dinamicidade. Isso permite a existência de atitudes e visões conflitantes dentro da mentalidade coletiva. De acordo com Pinto (2000), ao mesmo tempo que a sociedade caminha para uma plena emancipação da mulher, por meio da participação feminina no mercado e um homem mais ativo no ambiente do lar, o trabalho doméstico e o cuidar da família ainda são percebidos como atividades primariamente femininas.

Dentro da esfera do mercado, a segregação está presente até mesmo nos postos de trabalho, que podem ser definidos como masculinos e femininos. As mulheres exercem, tradicionalmente, profissões ligadas a serviços pessoais, de limpeza, costura, secretariado e ligadas ao ensino. Enquanto isso, homens estão relacionados a atividades como construção, condução de máquinas, mecânica, serralheria etc. Mesmo quando ocupam posições de poder, ou aquelas que fogem ao que é culturalmente designado, as mulheres são constantemente minimizadas e reduzidas à sua feminilidade.

Como resultado da violência simbólica, as mesmas tarefas podem ser consideradas nobres e difíceis quando realizadas por homens, ou insignificantes e fúteis quando feitas por mulheres, como percebido na diferença entre cozinheiro e cozinheira, por exemplo. Por vezes, os traços da dominação sequer

são percebidos dentro do ambiente do trabalho, já que esta se manifesta de forma suave, insensível e invisível.

É, sem dúvida, no encontro com as "expectativas objetivas" que estão inscritas, sobretudo implicitamente, nas posições oferecidas às mulheres pela estrutura, ainda fortemente sexuada, da divisão de trabalho, que as disposições ditas "femininas", inculcadas pela família e por toda a ordem social, podem se realizar, ou mesmo se expandir, e se ver, no mesmo ato, recompensadas, contribuindo assim para reforçar a dicotomia sexual fundamental [...] Isso faz com que as vítimas da dominação simbólica possam cumprir com felicidade (no duplo sentido do termo) as tarefas subordinadas ou subalternas que lhes são atribuídas por suas virtudes de submissão, de gentileza, de docilidade, de devotamento e de abnegação. (BOURDIEU, 2012, p. 72-73)

Outro ponto que merece destaque é a dupla jornada de trabalho por parte da mulher. Como citado anteriormente, as mudanças na década de 1960 permitiram uma maior participação do homem na esfera do lar. Porém, mesmo com estas transformações, a mulher ainda compromete muito mais do seu tempo ao trabalho doméstico e ao cuidado da família do que os homens, segundo Pinto (2000). Dessa forma, percebe-se uma tendência para procurar empregos em tempo parcial ou com horários menos tradicionais, para que haja conciliação do trabalho e vida doméstica. O desenvolvimento da carreira das mulheres, portanto, é visto como mais complexo que o dos homens, devido às preocupações e responsabilidades para com a família.

A seguir, acompanharemos a evolução da mulher jornalista no mercado de trabalho ao longo dos anos.

2.3. A MULHER JORNALISTA

A dinâmica das grandes cidades contemporâneas, urbanização, industrialização e capitalismo consolidaram o jornalismo como um aspecto fundamental da vida pós-moderna. Foi neste cenário que a profissão se tornou uma atividade industrial que exigia a presença de profissionais capacitados e especializados, dominantes de um saber técnico.

Segundo Santos e Temer (2016), a transformação das cidades em grandes metrópoles envoltas e marcadas pelas novas tecnologias colocou o jornalismo diante de novos desafios. Dentre eles, a convivência com as mudanças sociais e estruturais que culminaram na inserção da mulher dentro das redações.

Apesar da consolidação da mulher no mercado de trabalho dar seus primeiros passos no início do século XX, há registros de mulheres pioneiras nas redações dos Estados Unidos em meados do século XVII, como tipógrafas ou proprietárias de prensa. Cem anos depois, após a Guerra de Secessão, surge a primeira reportagem escrita por uma mulher: Emily Verdery Bettey, que posteriormente foi contratada como repórter pelo jornal *The New York Sun* (Santos e Temer, 2016).

A partir destas transformações, foi possível que veículos voltados e produzidos pelo público feminino tivessem espaço dentro da sociedade. A princípio, surgem dois tipos de imprensa: a que tratava de moda, e a que abordava pautas do feminismo. Dentro da imprensa feminista, foi preciso que as mulheres adotassem pseudônimos e estratégias não-convencionais, como disfarces e performances, para a elaboração da reportagem. De acordo com Santos e Temer (2016, p.38), estas estratégias hoje são consideradas como “o embrião do jornalismo investigativo”.

A imprensa feminista surgiu no bojo da Revolução Francesa e se tornou porta-voz das ideias daquelas que atuavam pela emancipação feminina. Mas para driblar preconceitos e conquistar espaço nas redações, as mulheres usaram pseudônimos e inovaram na reportagem. (SANTOS E TEMER, 2016, p. 38).

A utilização de disfarces dentro das redações garantiu a evidência e um maior espaço profissional para as mulheres, que passaram a ocupar uma área majoritariamente masculina. Segundos Santos e Temer (2016), nos Estados Unidos do século XIX as mulheres representavam pouco mais de 2% dos jornalistas atuantes. Hoje, este dado ultrapassa 60% tanto nos EUA, quanto no Brasil, de acordo com dados obtidos na pesquisa “Perfil do jornalista brasileiro – características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico”⁵, da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) em parceria com a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Porém, apesar da presença majoritária de mulheres nas redações, ainda persistem na imprensa algumas discrepâncias, especialmente no que diz

⁵ Disponível em:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vQvflEPD5T8J:perfildojornalista.ufsc.br/files/213/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf+&cd=2&hl=pt%02BR&ct=clink&gl=br>

Acesso em: 07 mai. 2021

respeito à ocupação dos cargos de chefia. Segundo Bourdieu (2012), para que a mulher alcance posições de poder, é esperado que, além das exigências relacionados ao cargo, ela incorpore características e ações consideradas masculinas.

Para chegar realmente a conseguir uma posição, uma mulher teria que possuir não só o que é explicitamente exigido pela descrição do cargo, como também todo um conjunto de atributos que os ocupantes masculinos atribuem usualmente ao cargo, uma estatura física, uma voz ou aptidões como a agressividade, a segurança, a "distância em relação ao papel", a autoridade dita natural etc, para as quais os homens foram preparados e treinados tacitamente enquanto homens. (BOURDIEU, 2012, p.78)

Bourdieu (2012) ainda acrescenta que as posições dominantes ocupadas pelas mulheres, no geral, estão relacionadas a profissões consideradas dominadas da área do poder, como o próprio jornalismo e o ensino.

É válido ressaltar que o crescimento do número de mulheres dentro das redações não implica em melhores condições salariais. De acordo com Thibes e Nicoletti (2017), a remuneração média dos profissionais de jornalismo no ano de 2015 era de R\$4384,91. Diante deste cenário, os homens recebiam cerca de 14% a mais do que a média, enquanto as mulheres se contentavam com um valor 12% menor do que o salário considerado padrão.

A diferença salarial vem reduzindo ao longo do tempo, mas ainda não há paridade entre homens e mulheres. Estes indicadores demonstram um cenário histórico de desvalorização da mulher no mercado de trabalho dos profissionais do Jornalismo. Apesar de elas formarem a maior massa trabalhadora em toda a série histórica, seus salários sempre foram menores. Condição que pode indicar um cenário de precarização por gênero, uma vez que mesmo com a ascensão das mulheres na pirâmide profissional, a remuneração média delas continua menor. (THIBES E NICOLETTI, 2017, p.14)

Como discorrido anteriormente, a dupla jornada de trabalho é outro fator que dificulta o ingresso, permanência e ascensão da mulher no mercado de trabalho. Este quadro pode ser evidenciado por meio da pesquisa “Perfil do jornalista brasileiro – características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico”, a qual revela que dentro das redações a maioria dos profissionais (59%) é jovem, possuindo até 30 anos de idade.

Isso tem como consequência uma discriminação, por parte da empresa, das mulheres casadas e uma nítida preferência pelas mulheres solteiras sem filhos e, portanto, sem “família pela qual se responsabilizar”. A tendência de jovens nas redações, majoritariamente mulheres nas pesquisas estadunidense e brasileira,

pode ter relação com essa visão que permeia nas empresas. (SANTOS E TEMER, 2016, p. 43)

As transformações que resultaram na sociedade hodierna implicam na máxima de que a mulher contemporânea deve dar conta de todos os afazeres com maestria. Além disso, é condicionada a ideia de que os múltiplos afazeres caracterizam uma habilidade indissociável ao feminino. “A mulher do século XXI deve ser multitarefa, ter sucesso no trabalho e na vida doméstica. Uma quase-heroína. ”, (SANTOS E TEMER, 2016, p.51).

2.4. A DOMINAÇÃO MASCULINA É INQUESTIONÁVEL?

Mesmo com todas as problemáticas apresentadas, a mulher tem se mostrado presente em diversas esferas públicas, antes designadas apenas à figura masculina. Bourdieu (2012) assume que a dominação masculina não é mais um aspecto indissolúvel da sociedade contemporânea. “A maior mudança está, sem dúvida, no fato de que a dominação masculina não se impõe mais com a evidência de algo que é indiscutível. Em razão, sobretudo, do enorme trabalho crítico do movimento feminista. ”, (BOURDIEU, 2012, p.106).

As lutas do movimento feminista eclodiram em fatores que impulsionaram a entrada massiva da mulher no mercado de trabalho. Questões como o aumento do poder aquisitivo e do nível de escolaridade, necessidade de complementação de renda e queda nas taxas de fecundidade na década de 1990 permitiram que as transformações evidenciadas na atualidade começassem a ser delineadas. “O mundo que os conservadores querem destruir [...] o mundo feminista, já é muito poderoso. Eles não têm nenhuma chance de destruí-lo. Nós temos alegria e liberdade do nosso lado, e é por isso que ao final iremos vencer. ”, (BUTLER, 2017).

A seguir, será exposta a forma como cinema e jornalismo se relacionam e o motivo por trás do interesse dos cineastas ao reproduzirem a figura do jornalista nas telonas. Também será feito um comparativo a respeito das representações do masculino e feminino na Sétima Arte.

3. BREVE HISTÓRIA DO CINEMA

Em 28 de dezembro de 1895 os irmãos Lumière inovavam ao fazer o que seria conhecida como a primeira exibição pública e comercial do cinema no “Grand Café” em Paris. Para muitos, esta é considerada a data que dá origem à Sétima Arte. Mas existem teorias que divergem no que diz respeito ao pioneirismo do cinema, segundo Morettin (2009). Nos Estados Unidos, por exemplo, Thomas Edison – o inventor da lâmpada elétrica e do fonógrafo – criou em 1893 um aparelho conhecido como quinetoscópio, instrumento que permitia o acesso às imagens em movimento. Na Europa, por outro lado, o alemão Max Skladanowsky ficou conhecido pela invenção do bioscópio, outro aparelho importante para o meio audiovisual. Apesar da multiplicidade de invenções e estudos que levaram ao cinema, é inquestionável que a Sétima Arte se popularizou a partir da família Lumière. Isso se deve, em suma, devido à representação realista proporcionada pela experiência de ir ao cinema, que impacta e maravilha o povo europeu do século XIX.

Essa diversidade mostra que o caminho que levou ao cinema não foi único, mas fez parte de um processo constituído por muitas idas e vindas. O fato é que, independente das controvérsias em torno da paternidade do invento, o cinema se espalhou rapidamente, pelas mãos dos Lumière e demais cinegrafistas. A violenta sensação de realismo e a impressão de maravilhamento causadas pela nitidez das imagens em movimento atraía, em ritmo crescente, o público das cidades, interessado em vivenciar novas experiências sensoriais e corpóreas. (MORETTIN, 2009, p.47)

Conhecido como “Cinema dos primeiros tempos”, o cinema produzido e comercializado entre o fim do século XIX e primeira década do século XX era caracterizado por filmes de duração reduzida, de 1 a 2 minutos, e constituídos por um único plano, ou seja, sem cortes. Eram obras que evidenciavam a importância da imagem, vista como uma espécie de atração, com pouca preocupação em contar histórias. Um grande exemplo do cinema pioneiro é “A Saída das Fábricas Lumière”, primeiro filme exibido na história.

O cinema naquele período estava inserido em uma atividade artesanal e quase circense, sendo um dos números a serem desfrutados pela audiência. A marca desses filmes era, portanto, a ênfase na performance, no improviso e na consciência de que existia um público, consciência manifesta pelos constantes olhares dos atores em direção à câmera, como se quisessem compartilhar sua experiência com o espectador. (MORETTIN, 2009, p.48)

É apenas a partir de 1906 que os filmes de ficção começam a ocupar maior espaço e a despertar interesse entre o público. Neste contexto surgem os *nickelodeons*, ou empoeirados, locais destinados exclusivamente à exibição dos filmes. Como consequência disso, a Sétima Arte se torna cada vez mais narrativa, objetivando atrair as classes médias por meio da adaptação de romances, peças e poemas “típicos do gosto burguês desse período”, segundo Morettin (2009).

O ingresso aumenta de valor e a forma industrial característica da atividade – centrada no tripé produção, distribuição e exibição – é instaurada. Cerca de meia década depois, em virtude das demandas do público e empenho dos produtores em aumentar os lucros, os filmes aumentam de duração, chegando a cerca de 30 minutos. No ano de 1914 os *nickelodeons* perdem espaço para salas de exibição luxuosas e bem ornamentadas, que ampliam a exibição do cinema e se assemelham à experiência atual. “Nesse quadro, enfim, o cinema se torna um entretenimento de massa. ”, (MORETTIN, 2009, p. 52).

Um grande marco no processo de consolidação do cinema narrativo clássico é o filme “Nascimento de uma Nação” (1915), do diretor estadunidense David Griffith. De acordo com Morettin (2009), a obra, que faz apologia à Ku Klux Klan, foi o primeiro longa-metragem de ficção exibido na Casa Branca. Foram gastos mais de U\$120 mil na produção, que resultou em um filme com cerca de duas horas e meia de duração, visto por milhões de pessoas desde o lançamento. “Foi o primeiro longa-metragem de ficção assistido na Casa Branca [...] sinal de que o cinema ganhava outro estatuto cultural e social, sendo reconhecido como portador de questões a serem discutidas pela sociedade. ”, (MORETTIN, 2009, p.52).

O fim da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) trouxe consigo a vitória dos Estados Unidos, o que impactou diretamente na forma como o país consolidou seu poderio econômico em relação ao resto do mundo. O domínio pôde ser percebido até mesmo na Sétima Arte, manifestando-se por meio do controle dos mercados de exibição dos filmes. De acordo com Morettin (2009), cerca de 85% dos filmes exibidos ao final da guerra provinham dos Estados Unidos, refletindo

um domínio que permanece até os dias atuais, por meio do cinema *hollywoodiano*.

Tendo em vista o cenário de hegemonia econômica e estética dos Estados Unidos, as chamadas vanguardas artísticas – futurismo, dadaísmo, surrealismo, etc. – surgiram e impuseram a necessidade de novas demandas ao cinema, procurando construir alternativas consideradas mais apropriadas para a produção dos filmes.

Nos anos 1910 e 1920, esses artistas queriam afastar o cinema de uma tradição cultural considerada passadista [...] supervalorizando a visualidade em seu poder revelador e superando as convenções da linguagem verbal. Artistas como Hans Richter, Man Ray, Marcel Duchamp e Fernand Léger, por exemplo, se envolveram com a realização de filmes, procurando encontrar soluções fílmicas para questões apresentadas pelo campo artístico. De maneiras diferentes, buscavam um novo sentido para a realidade, enfatizando o movimento, o ritmo e a plasticidade dos objetos. (MORETTIN, 2009, p.53-54)

Morettin (2009) ainda acrescenta:

A questão que era colocada por todos esses artistas e cineastas modernos nos anos 1910 e 1920 recaía na crença do poder revolucionário da arte dentro de um contexto em que a revolução social se mostrava como uma alternativa concreta de mudança da sociedade. (2009, p.57)

Ao final da década de 1920, o som chega ao cinema. Há, pela primeira vez, sincronia entre imagem e som, incluindo vozes, efeitos sonoros e músicas nas obras cinematográficas. O marco desta transformação é o filme estadunidense “O Cantor de Jazz” (1927) do cineasta Alan Crosland. A consolidação do cinema sonoro fortalece a indústria norte-americana, já que a inovação técnica em questão foi proporcionada pelos Estados Unidos e, logo em seguida, expandida pelo mundo.

Os estúdios se enriqueceram e assistimos, a partir da década de 1930, ao fortalecimento dessa indústria cultural que então dialoga com seu público através de uma grande quantidade de gêneros, pensados e estruturados a partir dessa comunicação. (MORETTIN, 2009, p. 59)

Esta consolidação gerou diferentes reações ao redor do mundo. Na Itália pós Segunda Guerra Mundial (1939-1945), por exemplo, emergiu o chamado neorealismo italiano, que apresenta diferentes configurações estéticas nos filmes. Com a necessidade de enfrentamento ao fascismo e às condições precárias de vida no país, os diretores se dedicavam a recuperar um vínculo

maior com a realidade, distante dos padrões impostos pelo cinema de Hollywood.

Há nesse momento a recuperação de uma certa tradição do documentário, a partir da filmagem em locação, ou seja, fora dos estúdios, do emprego de atores não-profissionais, do uso de diálogos simples e repleto de dialetos regionais e uma imagem sem efeitos visuais mais elaborados. Há também, em linhas gerais, a idéia de que a vida deveria nortear a câmera em uma operação que visava transportar para as telas a própria realidade, não sua representação. (MORETTIN, 2009, p.63)

Já na França dos anos 1960 o movimento conhecido como *Nouvelle Vague* reuniu uma série de jovens críticos e cineclubistas que realizavam filmes de baixo orçamento e com equipe reduzida na cidade de Paris, como forma de oposição às superproduções de estúdio advindas do cinema estadunidense. No Brasil, a maior parte da produção cinematográfica até o fim da década de 1920 era constituída por documentários e reportagens cinematográficas que retratavam a elite política e econômica do país ou as belezas naturais brasileiras. É só com a chegada do som que há espaço para narrativas ficcionais no cinema do Brasil.

Os anos 1930 foram marcados pela presença do Estado na Sétima Arte, devido à criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) e a elaboração de legislações protecionistas, que instituíram a censura em âmbito federal e a obrigatoriedade de exibição de um curta-metragem nacional antes do longa de ficção. A emancipação só é alcançada ao fim da década de 1950, quando o país é influenciado pelo movimento da *Nouvelle Vague*. Conhecida como Cinema Novo no Brasil, a corrente impulsiona uma produção cinematográfica voltada à preocupação em discutir questões como a escravidão e as duras condições de vida do povo brasileiro. A *Nouvelle Vague* também influencia a forma como os filmes são produzidos no cinema *hollywoodiano*.

O cinema hollywoodiano, no final dos anos 1960 e na década de 1970, assistiu à substituição de um modelo de produção calcado nas superproduções em estúdios pela realização de filmes mais simples, em franco diálogo com a renovação proposta pela *Nouvelle Vague* [...] Essa aproximação ao modernismo europeu se manifestou em diferentes graus nos primeiros trabalhos de Martin Scorsese, Robert Altman e Francis Ford Coppola (MORETTIN, 2009, p.65)

Em meados da década de 1970 a indústria cinematográfica norte-americana se reorganiza, dando início às grandes sagas e produções em série, conhecidas

como *blockbusters*. Títulos como “Guerra nas Estrelas”, de George Lucas, e as obras de Steven Spielberg, como “E.T.”, conferem outra dimensão para o teor econômico do cinema, agregando aos filmes a comercialização de brinquedos, roupas e jogos, por exemplo.

No Brasil, desde os anos 1990 os filmes são categorizados em torno da denominação “Cinema da retomada”, marcada pela diversidade de propostas estéticas, culturais e temáticas, ressaltadas também pela produção disseminada por diferentes estados e regiões brasileiras. “Central do Brasil” (1998), de Walter Salles, “Cidade de Deus” (2002), de Fernando Meirelles, e “Bacurau” (2019), de Kleber Mendonça Filho, representam algumas das obras que obtiveram grande reconhecimento do público e crítica por todo o mundo, reforçando a importância da produção nacional.

No século XXI, o cinema avança em meio a novos desafios que decorrem da convergência de mídias. Hoje, um filme encontra diferentes formas de difusão, tais como as televisões por assinatura e plataformas de *streaming*. Neste cenário, a Sétima Arte procura seu espaço e sobrevive “graças às imagens e aos sons sempre novos que os filmes nos proporcionam, estimulando nossa sensibilidade e capacidade de pensar o mundo e a vida. ”, (MORETTIN, 2009, p. 67).

3.1. A MULHER NO CINEMA

O movimento feminista esteve por trás de grande parte das conquistas das mulheres contemporâneas. Dentre os ganhos, é possível citar o ingresso no mercado de trabalho, que culminou em maior representatividade para o sexo feminino. Mas como pontua Bourdieu (2012), no geral, apenas determinadas profissões são consideradas condizentes às mulheres do ponto de vista da dominação masculina. No cinema, raros são os casos de mulheres atuando como produtoras de conteúdo ou diretoras, por exemplo. Segundo Viana (2020), mesmo com a quantidade massiva de atrizes, as personagens são reduzidas a estereótipos e maniqueísmos, já que a representação feminina parte da ótica masculina.

Como personagens, as atrizes enfrentaram uma dualidade intrínseca à representação feminina: estão no cinema para a onipotência do bem ou do mal, tendo na primeira resolução a figura da mãe, redentora e

benéfica, e na segunda a figura da inimiga assustadora, manipuladora e maléfica. (VIANA, 2020, p. 29)

Parte desta generalização dualista do feminino na Sétima Arte deriva do início do século XX, quando há a consolidação de um modelo cinematográfico conhecido como *Star System*. Segundo Viana (2020), o *Star System* é um arquétipo de cultuamento às celebridades que instaura padrões de beleza por meio da “obsessão pela representação neurótica ou problemática de mulheres altamente modificadas esteticamente”, (VIANA, 2020, p.30). Este fenômeno tem alicerce em fatores como o crescente interesse do público por sexo, que por muitos anos foi tratado como tabu na sociedade, mas se torna um forte instrumento para o cinema, ditando padrões de comportamento e ideias de feminilidade.

A figura feminina reproduzida pelo cinema *hollywoodiano* era reduzida a clichês, incluindo a infantilização e romantismo exagerado das personagens, que não possuíam personalidade própria ou sequer poder de decisão nos filmes. Marilyn Monroe, um dos maiores símbolos sexuais do século XX, tornou-se uma das representações do modelo cinematográfico em questão. A atriz norte-americana ficou conhecida por interpretar personagens cômicas carregadas de estereótipos, como em “Os Homens Preferem as Loiras” (1953) e “O Pecado Mora ao Lado” (1955).

Como personagens, as mulheres eram exploradas em figuras hipersexualizadas, forçadas a serem magras e estarem maquiadas e “bonitas” o tempo todo. Já na produção cinematográfica, eram quase inexistentes, atuando mais na área de criação de roteiros por configurarem mão de obra barata aos grandes estúdios. (VIANA, 2020, p. 32)

As mudanças só começam a ser percebidas a partir da década de 1970, quando o movimento feminista impulsiona um processo de renovação no cinema estadunidense. Segundo Viana (2020), é neste período quando surgem os primeiros festivais de cinema de mulheres, que objetivavam criticar os estereótipos e reestruturar a representação feminina na Sétima Arte, além de reivindicar novas posições de trabalho na indústria. “O feminismo cinematográfico, assim como o jornalismo feminista, persiste na união e no incentivo às mulheres. ”, (VIANA, 2020, p.32).

Mesmo com os avanços, os anos 1970 também foram marcados pelo surgimento de uma categoria de filmes conhecida como “arranca lágrimas”, que são descritos como produções indicadas estritamente ao público feminino. Isso porque, desde então, até os dias atuais, há poucas oportunidades de as mulheres atuarem em diferentes gêneros fílmicos. As atrizes permanecem concentradas no campo de atuação de obras românticas ou melodramas. (Viana, 2020).

A narrativa fílmica é escrita e desenvolvida majoritariamente por diretores, produtores e roteiristas do sexo masculino. O discurso feminino, portanto, é marcado por diversos clichês que refletem a visão estereotipada dos homens envolvidos nas grandes produções cinematográficas. Mesmo em filmes com personagens femininas relevantes, poucos diálogos importantes podem ser percebidos no decorrer da trama. Além disso, nota-se a ausência de comunicação entre mulheres sobre assuntos fora do campo que compreende a família, relacionamentos e sexo.

Este fator foi determinante para que a quadrinista Alison Bechdel introduzisse uma tira em sua história em quadrinhos, *Dykes to Watch Out For*, chamada “A Regra” (1985). Na tirinha, uma personagem feminina sem nome afirma que só assiste a um filme caso ele satisfaça os seguintes requisitos: ter pelo menos duas mulheres; as personagens devem conversar uma com a outra e a conversa deve abranger assuntos fora do campo das “feminilidades”. Segundo Viana (2020):

A crítica remete a como os filmes são feitos por e para homens, sendo eles os detentores dos diálogos e, portanto, do protagonismo na fala. Foi a partir dessa reflexão que surge o Teste de Bechdel, uma análise que parte dos três requisitos escritos por Alison somados eventualmente à condição de que ambas as personagens femininas tenham nomes. (2020, p.33)

Grande parte dos principais clássicos e *blockbusters* mais famosos do Cinema falham no teste. Dentre os exemplos, é possível citar filmes como “Casablanca” (1942), “O Poderoso Chefão” (1972), “A Bela e a Fera” (1991), “Ratatouille” (2007), “Avatar” (2009) e “Os Vingadores” (2012). O Teste de Bechdel se tornou um instrumento valioso para avaliar a representatividade feminina no cinema, sendo utilizado de diversas formas pelas produtoras cinematográficas a fim de dar voz às mulheres nos filmes.

Apesar das estratégias para viabilizar mais representatividade às mulheres na Sétima Arte, segundo a pesquisa “Women in TV and Film”⁶, realizada em 2020 pelo Center for the Study of Women in Television and Films, dentre os maiores filmes estadunidenses lançados em 2017, apenas 19% contavam com direção feminina e 33% com mulheres roteiristas. Nas obras, 44,8% das protagonistas eram femininas, sendo que apenas 63% tinham emprego identificável.

Os dados apontam para o fato de que há poucas mulheres atuando no cinema, assim como baixa representatividade das personagens femininas. Os padrões de beleza impostos pela dominação masculina (Bourdieu, 2012) predominam nas empresas cinematográficas enquanto as mulheres permanecem resistindo às desigualdades da indústria, em busca de oportunidades igualitárias e melhores condições de trabalho. Movimentos como o #MeToo, que ganhou força em Hollywood em 2017 após atrizes compartilharem suas experiências de abusos por produtores em filmes, impulsionam a luta por representatividade na Sétima Arte e contribuem para as reivindicações das mulheres.

Prova disso é a cerimônia do Oscar de 2021, que contou com duas mulheres indicadas à categoria de “Melhor Direção”: Chloé Zao, por “Nomadland” (2020) – a vencedora do prêmio – e Emerald Fennell, por “Bela Vingança” (2020). Antes disso, apenas 5 mulheres haviam sido indicadas por direção ao prêmio. Em 94 anos de Oscar, Kathryn Bigelow havia sido a única mulher a sair vencedora da categoria, com o filme “Guerra ao Terror” (2010). Em uma entrevista ao Jornal Humanista da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)⁷, a assistente de direção Daniela Strack afirmou que a indicação de Zao e Fennell é uma tentativa do Oscar de oferecer uma resposta às demandas impostas pelas mulheres. “Nós vamos entender se isso será um avanço real, no sentido de premiar essas mulheres, reconhecer o trabalho delas, realmente, se essas indicações se repetirem ao longo dos anos”, (STRACK, 2021).

⁶ Disponível em: https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2021/09/2020-21_Boxed_In_Report.pdf

Acesso em: 18 mai. 2021

⁷ Disponível em: <https://www.ufrgs.br/humanista/2021/04/20/o-ano-das-mulheres-no-oscar-por-que-apenas-um-em-93/>

Acesso em: 20 mai, 2021

3.2. CINEMA E JORNALISMO

Cinema e jornalismo são formas de comunicação que se assemelham. Mesmo que, em determinadas circunstâncias, seja feita a associação de uma como meio informativo e outra como entretenimento, ambas se relacionam como formatos cada vez mais próximos e intrínsecos, por meio de novas ideias, formatos e projetos.

A ampla gama de possibilidades na comunicação trouxe ao mundo diferentes formatos de divulgação de informação e conteúdo. Enquanto muitos permanecem distantes uns dos outros, alguns se aproximam tanto em linguagem como em conteúdo, como é o caso do jornalismo e cinema. Sua afinidade é histórica, tanto por parte do cinema em trazer o jornalismo às telonas, quanto pelo próprio jornalismo, contribuindo para a difusão de imagens por meio do audiovisual. (VIANA, 202, p.45)

O jornalismo conquistou seu espaço na sociedade e se consolidou como uma forma de buscar “verdades” e oferecer informação à população. “Seja no meio impresso, radiofônico, televisivo ou na internet, o jornalismo encontrou uma forma de se posicionar como a principal forma de informação das sociedades. ”, (VIANA, 2020, p. 43). É por meio dele que o público se informa sobre variados assuntos, de forma simples, prática e ilimitada.

As inúmeras possibilidades de comunicação e relação com o mundo só foram possíveis graças à profissão, que proporciona um vasto intercâmbio de informações. É possível manter-se informado a respeito de assuntos variados atravessando toda e qualquer fronteira geográfica. Mesmo com os constantes desafios de adequação de formatos a partir das novas tecnologias, o jornalismo resiste a todas as mudanças sociais e persiste como a principal ferramenta utilizada para a comunicação.

Segundo Viana (2020), um movimento semelhante é percebido no cinema, que exerce um papel importante na unificação de culturas distintas. A Sétima Arte possibilita ao espectador uma rica variedade de experiências por meio de imagens, abordando diferentes realidades para as telonas. No século XXI, a revolução digital estabeleceu um marco para o cinema, renovando-se perante o público a partir de novas possibilidades no audiovisual. “O cinema alcançou televisões, computadores e dispositivos móveis, expandindo sua visão artística e comunicativa. ”, (VIANA, 2020, p. 45).

A revolução digital também permitiu que o cinema se aproximasse da informação, incorporando-a a sua linguagem. Prova disso são os inúmeros documentários e séries documentais, que expandem as possibilidades da comunicação com roupagens mais elaboradas. A Sétima Arte quebra o estigma de que é um mero produto de rápido consumo voltado ao entretenimento e assume uma postura de divulgação de informação.

O trabalho com documentários é um forte exemplo da forma como o cinema adaptou-se ao método jornalístico. O formato reúne informações e fatos reais em estruturas cinematográficas [...] No jornalismo, recursos cinematográficos foram aproveitados para a execução de séries documentais, grandes reportagens televisivas [...] apropriando procedimentos próprios do meio cinematográfico para a linguagem jornalística. (VIANA, 2020, p. 46)

Assim como a matéria jornalística necessita de um fato que impulsione a notícia, o filme carece de um acontecimento que culmine no roteiro. Para Viana (2020), não há uma fórmula exata de organização dos filmes, mas os roteiros seguem uma estrutura comum, ordenados em início, meio e fim. A reportagem também segue esta mesma lógica, conduzindo fatos que levam à resolução da notícia.

Tanto o jornalismo como o cinema pretende [sic] contar histórias, e fazem isso por meio da divulgação de informações, mesmo quando construídas sobre a ótica de romances, aventuras ou comédias não baseadas em fatos reais. Mesmo nos filmes de ficção, há uma preocupação com a verossimilhança entre a realidade e seus impactos. (VIANA, 2020, p.51)

Seguindo esta mesma lógica, Tarapanoff (2011) afirma que o jornalismo contém uma série de elementos que seduzem a câmera do cinema. Além disso, a atividade profissional do jornalista seria considerada interessante na composição de uma boa história, peça-chave para a Sétima Arte. “O jornalista em sua rotina de trabalho localiza problemas, investiga as suas causas, descobre fatos e deve apresentar soluções na forma de enunciados. ”, (TARAPANOFF, 2011, p. 3).

As aproximações entre jornalismo e cinema culminaram na criação de um gênero específico, conhecido como *newspaper movies*, que se desenvolveu nos Estados Unidos. “Os *newspaper movies* aparecem com enredos que podem fomentar interessantes discussões relacionadas às teorias do jornalismo, além de despertar o interesse pelos filmes que reportam o jornalismo. ”, (AMBRÓSIO, GAVIRATI e SIQUEIRA, 2014, p. 2).

Christa Berger no livro “Jornalismo no Cinema”, de 2002, considera a existência de 785 *newspaper movies*. Destes, 536 teriam sido produzidos em Hollywood, número que aumentou consideravelmente durante as duas décadas que sucedem a publicação da obra. “Com vocação para herói, o jornalista era uma variável interessante para os diretores que adoravam encantar o público. ”, (TARAPANOFF, 2011, P.3).

O primeiro filme do gênero foi “The Power of Press” (1909), de Van Dyke Brooke. Um ano antes, o jornalista Roy McCardell era consagrado como o primeiro homem contratado exclusivamente para escrever um filme. “Cidadão Kane” (1941), um grande clássico, também fora escrito por outro jornalista: Herman J. Mankiewicz, assim como “A Montanha dos Sete Abutres” (1951). “Ninguém soube traduzir tão bem o imaginário coletivo que associa a profissão à investigação, à aventura, à independência, ao arrojo, e, igualmente, ao cinismo, à falta de escrúpulos, à arrogância, como o cinema americano. ”, (BERGER, 2002, *apud* AMBRÓSIO, GAVIRATI e SIQUEIRA, 2014).

Ambrósio, Gavirati e Siqueira (2014) elencam uma série de estereótipos atribuídos ao jornalista no cinema *hollywoodiano*, tais como: mercenarismo, ignorância, alcoolismo e cinismo. Estas representações contribuem para a construção da imagem do profissional no imaginário coletivo, já que, segundo os autores “o cinema possui capacidade de criar imagens autonomamente, registrá-las e reproduzi-las. Fato que lhe concede o poder de manter vivas, no cotidiano das pessoas, as figuras construídas por ele. ”, (AMBRÓSIO, GAVIRATI e SIQUEIRA, 2014, p. 2). Cria-se, portanto, uma espécie de padrão de comportamento ao qual a sociedade associa todos os jornalistas com quem se relaciona.

3.3. A MULHER JORNALISTA NO CINEMA

Apesar do interesse do cinema em representar a figura do jornalista de forma massiva, o mesmo não é percebido na representação de profissionais mulheres. Assim como exposto por Viana (2020), no geral, a presença de mulheres na Sétima Arte é ínfima se comparada ao número de homens que integram as produções cinematográficas. Além disso, ressalta-se que, de acordo com Senra (1997, p.48), “o mundo dos jornalistas sempre foi considerado como

eminentemente masculino”, tendo em vista fatores como a jornada de trabalho noturna e a associação de riscos à profissão, que descartam a presença feminina.

Segundo Viana (2020), tais aspectos justificam a ausência de mulheres jornalistas nos filmes produzidos no século passado. Porém, com o aumento gradual das mulheres no jornalismo, que hoje ultrapassam 60% nas redações, “essa ausência deixa de fazer sentido”, (VIANA, 2020, p.54). Mesmo com o mercado de trabalho repleto de profissionais do sexo feminino, as mulheres ainda não são as protagonistas majoritárias dos *newspaper movies*. A falta de mulheres jornalistas representadas no cinema afeta a forma como a população vê a profissional, já que a Sétima Arte é responsável por criar recortes e retratos de determinados grupos sociais para a população. O impacto desta representação reflete diretamente na forma como certas temáticas são percebidas socialmente.

O cinema é uma força de enorme poder de penetração nos mais diversos grupos sociais, capaz de auxiliar na construção de mitos, divulgação de novos saberes e popularização de atividades e profissões, como a própria imprensa e seus jornalistas. Ao *glamourizar* essa ocupação, o cinema reforça o jornalista como personagem heroica. (VIANA, 2020, p.59, grifo da autora)

A partir das conquistas do movimento feminista nas décadas de 1970 e 1980, como explicitado anteriormente, a mulher começa a ganhar espaço dentro das produções cinematográficas. Conforme a indústria percebe a demanda por filmes protagonizados por mulheres, as jornalistas também estreiam em papéis de relevância nos *newspaper movies*. Mas é válido ressaltar que os resquícios do machismo cinematográfico permanecem atrelados às personagens femininas. Segundo Viana (2020), no caso de jornalistas mulheres:

Esses sintomas de padrões de beleza e comportamento fortalecem estereótipos de gênero. Como escritoras, poetas, jornalistas e musicistas eram cargos socialmente aceitos para as mulheres, por representarem uma conexão com as artes e, portanto, uma relação com sua feminilidade, os estereótipos tendem a se concentrar na representação dessas profissões. (2020, p.60)

Ainda segundo a autora, os estereótipos servem como válvulas de escape na caracterização das personagens, já que reduzem a profissional a determinadas características. Os estereótipos tornam-se uma cadeia interminável de repetições e limitações, multiplicando-se por todos os lugares. De acordo com

Travancas (2001), a Sétima Arte continuou buscando heróis para contar suas histórias, e encontrou no jornalista uma figura ideal para este papel. Mas a relação do feminino com a profissão não se efetivou com representatividade. Há um abismo entre a existência real da mulher e sua representação, que é refletida segundo as conveniências da sociedade, partindo do olhar masculino. Enquanto os jornalistas homens são retratados de forma heroica, as jornalistas não são protagonistas tão fortes, não possuem cenas de ação ou grandes feitos a serem premiados.

Segundo Viana (2020), a preocupação em relação aos estereótipos concentra-se na potencial influência de seus negativismos, que determinam a realidade profissional de muitas mulheres. “Os estereótipos condicionam as mulheres no mercado de trabalho. Eles internalizam esses rótulos sobre os quais campos de estudos seriam os mais indicados a elas. ”, (VIANA, 2020, p.61). Esta preocupação também é reforçada por Bourdieu (2012), que afirma que o uso de estereótipos desqualifica as mulheres no mercado de trabalho.

Se a estatística estabelece que as profissões ditas qualificadas caibam sobretudo aos homens, ao passo que os trabalhos atribuídos às mulheres sejam “sem qualificação”, é, em parte, porque toda profissão, seja ela qual for, vê-se de certo modo qualificada pelo fato de ser realizada por homens (que, sob este ponto de vista, são todas, por definição, de qualidade). (BOURDIEU, 2012, p. 75-76)

Os estereótipos possuem a força de gerar barreiras e discriminação de gênero tanto no campo acadêmico quanto no profissional. Portanto, é imprescindível que a representação da mulher na Sétima Arte seja expressiva e faça jus à identidade e às características da profissional, que não deve ser reduzida a estereótipos propostos pela visão masculina inerente ao meio cinematográfico.

4. METODOLOGIA

Este trabalho tem como objetivo analisar as representações da mulher no meio jornalístico no cinema, a partir dos vieses de identidade e gênero. Para o estudo, a metodologia selecionada foi a análise de conteúdo. Segundo Bardin (2016, p.38), a análise de conteúdo pode ser definida como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. A prática, que funciona há mais de 50 anos, se desenvolveu a partir do início do século passado, por cerca de 40 anos, nos Estados Unidos. A autora comenta que neste período a análise de conteúdo foi iniciada com o intuito de investigar os materiais jornalísticos disponíveis.

A Escola de Jornalismo de Columbia dá o pontapé inicial e multiplicam-se assim os estudos quantitativos dos jornais. É feito um inventário das rubricas, segue-se a evolução de um órgão de imprensa, mede-se o grau de “sensacionalismo” dos seus artigos, comparam-se os periódicos rurais e os diários citadinos. Desencadeia-se um fascínio pela contagem e pela medida (superfície dos artigos, tamanho dos títulos, localização na página). (BARDIN, 2016, p.15)

O advento da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), por outro lado, abre espaço para outro tipo de análise, que é amplificada na emergência da Segunda Guerra (1938-1945): o estudo da propaganda. É válido ressaltar que o primeiro nome que, de fato, ilustrou a história da análise de conteúdo foi H. Lasswell, conhecido por analisar a imprensa e a propaganda desde meados dos anos 1910.

A partir da década de 1940, os departamentos de ciência política dos Estados Unidos passaram a ocupar um lugar de destaque no desenvolvimento da análise de conteúdo como técnica, tendo em vista o fato de que os problemas levantados pela Segunda Guerra Mundial acentuaram o fenômeno. De acordo com Bardin (2016):

Durante este período, 25% dos estudos empíricos que relevam a técnica de análise de conteúdo pertencem à investigação política. Pesquisa esta muito pragmática e que tem por objetivo específico o conflito que abala o mundo. Por exemplo, durante os anos de guerra, o Governo norte-americano exortou os analistas a desmascaramem os jornais e periódicos suspeitos de propaganda subversiva (principalmente nazista). (2016, p. 16)

Já a década seguinte representou a expansão da aplicação das técnicas de análise de conteúdo a disciplinas diversificadas, além do surgimento de dúvidas e de novas respostas no plano metodológico. A metodologia se vê inerente a um impasse: os pesquisadores começam a questionar a eficácia e eficiência da prática. Bardin (2016, p.19) pontua que “o período imediatamente posterior à guerra é marcado por anos de bloqueio e desinteresse”. A partir deste cenário, fez-se necessária a convocação de diversos congressos e estudos a respeito dos problemas relacionados à análise de conteúdo como metodologia.

Os participantes descobrem então duas coisas: os investigadores e técnicos provenientes de horizontes muito diversos interessam-se doravante pela análise de conteúdo; se os problemas precedentes não forem resolvidos, novas perspectivas metodológicas, no entanto, vão eclodindo. O congresso manifesta, pois, um interesse redobrado. A análise de conteúdo entra, de certo modo, numa segunda juventude. A etnologia, a história, a psiquiatria, a psicanálise, a linguística, acabam por se juntar à sociologia, à psicologia, à ciência política, aos jornalistas, para questionar essas técnicas e propor a sua contribuição. (BARDIN, 2016, p.20)

No plano metodológico, a análise de conteúdo se consolida como um processo qualitativo e quantitativo, segundo Lago e Benetti (2018). Na análise quantitativa, o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo. Já na análise qualitativa, ressalta-se a presença ou ausência de uma característica de conteúdo ou de um conjunto de características em um determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração.

A tendência atual da análise de conteúdo desfavorece a dicotomia entre o quantitativo e o qualitativo, promovendo uma integração entre as duas visões de forma que os conteúdos manifesto (visível) e latente (oculto, subentendido) sejam incluídos em um mesmo estudo para que se compreenda não somente o significado aparente de um texto, mas também o significado implícito, o contexto onde ele ocorre, o meio de comunicação que o produz e o público a qual ele é dirigido. (LAGO E BENETTI, 2018, p. 126)

Mas para além do aperfeiçoamento técnico, duas iniciativas impulsionam, de fato, a análise de conteúdo: a exigência de objetividade se torna menos rígida e aceita-se mais favoravelmente a combinação da compreensão clínica, com a contribuição da estatística.

Nos anos 1960 e início dos anos 1970, três fenômenos afetaram a investigação e a prática da análise de conteúdo: o recurso ao computador; o interesse pelos estudos que dizem respeito à comunicação não verbal, e a inviabilidade de precisão dos trabalhos linguísticos. O destaque é direcionado ao advento do

computador, que oferece novas possibilidades à técnica, tais como a rápida assimilação de quantidades de dados impossíveis de serem manipulados manualmente, além de testes estatísticos antes impraticáveis. “Essa evolução geral técnica (utilização do computador) e metodológica (prosseguimento das investigações dos anos anteriores) é interna ao desenvolvimento da análise de conteúdo.”, (BARDIN, 2016, p.24). Hoje, a análise de conteúdo marca um pouco o passo, ao concentrar-se na transposição tecnológica, em matéria de inovação metodológica. A partir das diversas mudanças em seu modo de operar, a análise de conteúdo define o seu procedimento metodológico na atualidade como:

De uma maneira geral, pode-se dizer que a sutileza dos métodos de análise de conteúdo corresponde aos objetivos seguintes: a *ultrapassagem da incerteza*: o que eu julgo ver na mensagem estará lá efetivamente contido, podendo essa visão muito pessoal ser partilhada por outros? Por outras palavras, será a minha leitura válida e generalizável? E o *enriquecimento da leitura*: se um olhar imediato, espontâneo, é já fecundo, não poderá uma leitura atenta, aumentar a produtividade e a pertinência? Pela descoberta de conteúdos e de estruturas que confirmam (ou infirmam) o que se procura demonstrar a propósito das mensagens, ou pelo esclarecimento de elementos de significações susceptíveis de conduzir a uma descrição de mecanismos do que a *priori* não detínhamos a compreensão. (BARDIN, 2016, p. 29, grifos da autora)

Bardin (2016) também ressalta que a análise de conteúdo possui duas funções que, na prática, podem ou não se dissociarem e coexistirem de maneira complementar. A primeira delas é a função heurística, conhecida como a análise de conteúdo que aumenta a propensão para a descoberta, ou seja, “para ver o que dá”. Já a administração da prova age “para servir de prova”, oferecendo hipóteses sob a forma de questões ou afirmações provisórias que se apresentam como diretrizes para a análise. Segundo a autora:

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações. (BARDIN, 2016, p.31)

Por se tratar de um conjunto de técnicas relacionadas à análise dos processos de comunicação, diversos são os objetos passíveis de serem englobados pela análise de conteúdo, a autora cita: provas que objetos da nossa vida cotidiana (como o vestuário) funcionam como mensagem e a implicação do político em seus discursos, por exemplo. Neste trabalho, como explicitado anteriormente, objetiva-se a análise da forma como mulheres que ocupam o meio jornalístico

são apresentadas nos filmes e os possíveis impactos destas representações no imaginário coletivo⁸. Para tanto, foram selecionados quatro filmes que seguem os seguintes requisitos: ter sido produzido nos Estados Unidos; ter alcançado números expressivos de bilheteria mundial; ser lançado no Século XXI; possuir uma (ou mais) mulheres em papéis de destaque (não necessariamente de protagonismo). Além disso, objetivou-se analisar filmes de diferentes gêneros fílmicos, com o intuito de avaliar a prevalência, ou ausência, dos estereótipos relacionados à profissional em obras com propostas distintas. Os filmes selecionados foram:

- O Homem de Aço (2013);
- O Diabo Veste Prada (2006);
- The Post – A Guerra Secreta (2017);
- Como Perder Um Homem em 10 Dias (2003).

A análise dos filmes terá como direcionamento a definição de categorias relacionadas ao que foi discutido durante o referencial teórico. Segundo Bardin (2016), dentro da análise de conteúdo, a análise categorial é a forma mais comum de exploração da metodologia. Esta técnica pretende levar em consideração a totalidade de um produto, passando-o pelo crivo da classificação, segundo a frequência de presença (ou de ausência) de itens de sentido. É o método das categorias, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivos da mensagem. A abordagem tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas referentes à origem das mensagens tomadas em consideração: emissor e seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens. Segundo Bardin (2016):

A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamentos segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão das características comuns destes elementos. O critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas), sintático (os verbos, os adjetivos), lexicais (classificação das palavras segundo o seu sentido, com emparelhamento dos sinônimos e dos

⁸ Para a inferência a respeito dos impactos destas representações no imaginário coletivo, recomenda-se a realização de uma outra pesquisa direcionada exclusivamente a este aspecto.

sentidos próximos) e expressivo (por exemplo, categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem). (2016, p.141)

A categorização, segundo a autora, pode ser empregada por dois processos inversos. O primeiro deles acontece quando é fornecido o sistema de categorias e elas repartem, da melhor maneira possível, os elementos analisados, à medida que vão sendo encontrados. A outra possibilidade resulta de quando o sistema de categorias não é fornecido. É o procedimento por “acervo”, no qual o título conceitual de cada categoria somente é definido no final da operação. Neste trabalho, o sistema de categorias foi definido previamente a partir das informações oferecidas por meio do referencial teórico. São elas:

Quadro 1 - Categorias

<u>EIXOS TEMÁTICOS</u>	<u>CATEGORIAS DE ANÁLISE</u>
Identidade profissional	Perfil intelectual
	Watchdog
	Heroísmo
	Profissional multimídia
	Jornalismo como missão
	Aspectos organizacionais
	Jornalismo de mercado
	Objetividade jornalística
Questões de gênero	Profissional reduzida à feminilidade
	Mulheres em posição de poder
	Características masculinas
	Dupla jornada de trabalho
	Vida pessoal
	Mulheres como maioria das redações

Fonte: Araki, 2021.

Conheceremos, então, os apontamentos e análise das representações da mulher no meio jornalístico no cinema hollywoodiano a partir de um olhar direcionado às questões profissionais e de gênero.

5. ANÁLISE FÍLMICA

Neste capítulo serão analisadas as referidas obras a partir das categorias pré-estabelecidas, que se enquadram nas discussões proferidas durante o referencial teórico: identidade profissional e estudos de gênero. Como objeto de análise, foram selecionadas 4 obras de diferentes gêneros fílmicos, para obter-se um panorama mais abrangente a respeito das representações da mulher no meio jornalístico no cinema de Hollywood.

5.1. O HOMEM DE AÇO

A partir do principal critério de seleção das obras para análise, a bilheteria, o primeiro filme a ser abordado neste trabalho é “Homem de Aço” (2013). A sexta adaptação do *Superman* para as telonas conta com mais de U\$660 milhões arrecadados em todo o mundo. O filme é dirigido por Zack Snyder, conhecido por “300” (2006) e “Watchmen” (2009), e tem a história orquestrada por David S. Goyer roteirista de “Blade” (1998) e “O Cavaleiro das Trevas Ressurge” (2012).

No filme, acompanhamos a estória de Kal-El, um jovem nascido no planeta Krypton que é enviado ainda bebê à Terra por seus pais, temerosos com o futuro kryptoniano. Contrariado com tal atitude, o General Zod (Michael Shannon) tenta impedir a iniciativa e acaba exilado juntamente com seus apoiadores. Já em seu novo lar, a criança é criada por Jonathan (Kevin Costner) e Martha Kent (Diane Lane), que passam a chamá-lo de Clark.

Com o passar do tempo, Clark (Henry Cavill) desenvolve habilidades sobre-humanas, o que desperta a atenção de outras pessoas e culmina em um adulto que se vê obrigado a buscar isolamento. Com um senso de justiça aguçado, o filho da família Kent inevitavelmente se envolve em situações nas quais socorre e presta apoio àqueles que estão em perigo. Em uma destas ocasiões, Clark resgata Lois Lane (Amy Adams), uma consagrada jornalista do Planeta Diário, que vai em busca de informações oferecidas pelo governo norte-americano a respeito de uma nave desconhecida, a qual estava submersa no gelo.

A nave em questão faz parte dos destroços de Krypton, já que o planeta fora destruído momentos depois da partida de Kal-El. Ao encontrar a embarcação, Clark descobre parte de sua história e desperta a curiosidade de Lois,

interessada na figura sobre-humana. Mas além da curiosidade, a ativação da nave envia um sinal a Zod, o qual havia conseguido escapar durante a destruição de Krypton.

Lois vaza as informações da existência de um extraterrestre entre os humanos, ao mesmo tempo em que Zod chega à Terra em busca de Kal-El, isso porque no momento de sua partida, seu pai, Jor-El (Russell Crowe), envia com o bebê informações importantes sobre o futuro dos kryptonianos. Agora, a humanidade corre perigo e chega o momento de as pessoas conhecerem aquele que passarão a chamar de o *Superman*.

No imaginário coletivo, a identidade jornalística de maior prevalência é aquela associada à figura do profissional como super-herói. Esta concepção tem alicerce, como dito anteriormente, em questões como as visões românticas do jornalismo e a objetividade imposta pela Teoria do Espelho em meados do século XIX.

Neste filme, a análise se direciona para Lois Lane, a jornalista vencedora de um Prêmio Pulitzer e estrela do Planeta Diário que, eventualmente, se torna parceira de Clark Kent. Imersa na mitologia de um herói que evoca senso de justiça, vigilância e esperança, não é surpresa que, do ponto de vista dos aspectos identitários, a maior prevalência seja da profissional representada como super-heroína.

O roteiro constrói a personagem de Adams de forma que a jornalista esteja constantemente colocando sua vida em risco em prol da profissão. Durante o minuto 35, momento no qual Lois aparece pela primeira vez, um dos profissionais que a leva para visitar a nave submersa reconhece a jornalista e elogia o seu trabalho. Como resposta, Lane diz que seus melhores trabalhos são feitos sob risco.

“Homem: Devo confessar, Srta. Lane... não sou um fã do Planeta Diário! Mas os artigos que escreveu quando viajou com a primeira divisão eram... bem, realmente incríveis.

Lois: Bom, eu escrevo meus melhores artigos em situações de risco! ”. (O HOMEM DE AÇO. Direção: Zack Snyder, 2013. 35min12s)

Esta afirmação é confirmada por diversas vezes no decorrer da trama. Lois estabelece um patamar muito alto para o jornalismo, o qual é considerado prioridade em sua vida. No momento em que é resgatada por Clark, por exemplo, a jornalista estava invadindo a nave para fotografá-la, mesmo sabendo dos riscos. Intrepidez, curiosidade e persistência são características recorrentes na construção da personagem.

A partir do momento em que entra em contato com Clark e descobre suas habilidades sobrenaturais, Lois desenvolve um interesse obsessivo por ele. A jornalista elabora uma reportagem sobre o incidente na nave, relatando a existência de alienígenas na Terra e a leva para o crivo do *gatekeeper*, seu editor, Perry White (Laurence Fishburne). Na redação, White não autoriza a publicação da matéria, já que o incidente fora censurado pelo Pentágono. Lois reforça o estereótipo de *watchdog*, no minuto 43, ao se posicionar contra o que fora imposto pelo governo e considera o seu olhar acima dos interesses da organização jornalística.

“White: Não posso publicar isso. Metade pode ser alucinação sua.

Lois: E os empreiteiros que comprovaram minha história?

White: O Pentágono nega que houve uma nave.

Lois: É claro que estão. É o que eles fazem. É o Pentágono. Estamos falando de mim. Repórter ganhadora do Pulitzer.

White: Então, aja como tal!

Lois: Publique ou me demito!

White: Não pode. Tem um contrato”. (O HOMEM DE AÇO. Direção: Zack Snyder, 2013. 43min24s)

Contrariada com a censura por parte do editor, Lane opta por entrar em contato com um blogueiro conhecido pelo vazamento de diversas informações. A ele, Lois envia a reportagem e pede que ela seja publicada anonimamente no *blog* em questão. Apesar de o roteiro dar a entender que o interesse do público e os valores-notícia seriam os motivos por trás da insistência da jornalista, ao ser questionada pelo blogueiro, Lois afirma querer que Clark saiba do seu interesse por ele. A sequência iniciada no minuto 44 confirma esta afirmação:

“Lois: Estou mandando o original. Meu editor não o publicará. Mas se vazar na internet...

Blogueiro: Entendi. Mas uma vez você não chamou meu site de ‘câncer insidioso de mentiras’?

Lois: Ainda penso assim, mas quero minha história nele.

Blogueiro: Por quê?

Lois: Para meu homem misterioso saber que sei a verdade”. (O HOMEM DE AÇO. Direção: Zack Snyder, 2013. 44min09seg)

É válido ressaltar que a personagem Lois Lane é construída a partir de uma ótica majoritariamente masculina: diretor, roteirista e os principais produtores envolvidos na obra são homens. A dominação masculina proposta por Bourdieu (2012) é percebida com facilidade quando constatamos que Lane se posiciona contra a organização em favor de descobrir a identidade de um “homem misterioso”, e não tendo em vista valores inerentes ao jornalismo. Nesse caso, o fator sentimental se sobrepõe a todos os outros aspectos que dizem respeito à identidade profissional de Lois. Mesmo vencedora de um Prêmio Pulitzer e se provando amplamente capaz de ter discernimento a respeito de uma pauta relevante para o jornal, os anseios de Lane se reduzem ao interesse romântico proposto no roteiro.

Mesmo prestigiada, Lois é reduzida à sua feminilidade. Sua vida pessoal se restringe ao trabalho e a encontrar seu salvador. Outros aspectos não são evidenciados na obra e sequer conhecemos quaisquer outros traços, interesses e *hobbies* da vida da personagem.

Como exposto previamente, um dos parâmetros para averiguar a representatividade feminina no cinema é o Teste de Bechdel. Para passar no teste, o filme precisa contar com, pelo menos, duas mulheres – que tenham nomes – e é necessária a presença de um diálogo entre as duas que vá além do campo das da vida privada – família, romance – como apontado por Bourdieu (2012). Em “O Homem de Aço”, não há diálogo entre duas mulheres. O que mais se aproxima de uma conversa é quando Lois visita a casa da família Kent em busca de Clark e se apresenta para Martha. A passagem, por volta de 1 hora decorrida do filme, é um monólogo, já que Martha apenas observa a jornalista

falar sobre o motivo da visita. O roteiro não explora a relação entre as duas mulheres, o que culmina em uma obra que não atende às exigências do teste.

“Lois: Sra. Kent?

Martha assente.

Lois: Sou Lois Lane, do Planeta Diário.

Martha: Quietos (para o cachorro).

Lois: Sou do Planeta Diário e gostaria de falar sobre seu filho”. (O HOMEM DE AÇO. Direção: Zack Snyder, 2013.1h00min00s)

Neste trabalho, trouxemos referências de pesquisas que apontam a presença majoritária de mulheres dentro das redações brasileiras e estadunidenses, por exemplo. Porém, no filme, esta não é uma realidade. Sequer somos apresentadas a outra jornalista além de Lane, e, logo, não é possível constatar a presença de mulheres em posição de poder na redação do Planeta Diário.

Retomando os aspectos organizacionais, o vazamento da reportagem por Lois culmina na exposição da identidade de Kal-El e em frustração por parte de White. A estrutura organizacional é reforçada quando, mesmo preponderante, Lois é punida pela intrepidez ao divulgar informações sobre a presença de alienígenas na Terra ao público sem a autorização do jornal.

O momento de divulgação da reportagem coincide com a chegada de Zod na Terra, o qual envia um sinal às televisões norte-americanas, solicitando que Kal-El seja entregue a ele. Sabendo que Lois é conhecedora da identidade do procurado, White sugere que a jornalista se entregue às autoridades para contribuir com a captura de Clark. Lane se nega a revelar suas fontes, o que instaura um diálogo sobre o sigilo e ética profissional, após 6 minutos decorridos da primeira hora de filme.

“Lois: Alô!

White: Está vendo essa palhaçada? Por uma vez concordo com Woodburn. Você o viu (Clark)? Sabe onde ele está?

Lois? Não. E se soubesse, não diria.

White: O mundo inteiro está sendo ameaçado. Não é hora de lançar mão de sua integridade jornalística. Isto é sério, Lois. O FBI está aqui. Estão usando palavras como traição”. (O HOMEM DE AÇO. Direção: Zack Snyder, 2013. 01h06min26s)

A cena segue para Lois sendo escoltada pelo FBI ao tentar fugir. O governo pede para que a jornalista revele a identidade de Kal-El, mas ela se nega. Ao descobrir o paradeiro de Lane, o próprio Clark decide se entregar para as autoridades. O super-herói, com seu senso de justiça, considera que esta é a atitude correta a se tomar e, então, se une às tropas norte-americanas para combater a invasão do General Zod.

A partir deste momento, até os minutos finais do filme, a trama segue para o seu ápice e se direciona para as cenas de ação. Portanto, não são evidenciados outros aspectos identitários relacionados à profissão da personagem de Amy Adams. Porém, é válido ressaltar que questões associadas ao heroísmo são fortalecidas. Os traços de personalidade de Lane destacados pelo roteiro são ainda mais evidenciados quando a jornalista assume o papel de se voluntariar para participar do combate ao alienígena invasor. Mesmo sem qualquer preparo para o ofício, a visão heroica, dentro e fora da redação, prevalece.

Apesar de ser popularmente conhecido como jornalista, em o “O Homem de Aço”, Clark passa a integrar a redação do Planeta Diário apenas nos momentos finais do filme, quando a organização volta a ser tema na obra. Ainda que o personagem não tenha passado pela Universidade e conheça os processos e técnicas por trás da profissão, o seu senso de justiça basta para que ele seja considerado adequado para o trabalho. Este acontecimento reforça o estereótipo do jornalismo como uma profissão vocacional e missionária, além de apagar todos os aspectos que constituem a formação profissional do jornalista.

Ainda que “O Homem de Aço” represente avanços significativos no que diz respeito à representação da organização jornalística e hierarquia profissional, ainda são reforçados diversos elementos que diminuem a identidade da jornalista e reduzem o trabalho das mulheres às questões atreladas ao feminino e sentimental. Estas representações acendem um alerta para os aspectos coletivos, já que como proposto por Berger (2002), o cinema exerce um papel fundamental na construção do imaginário coletivo. Ao reforçar estereótipos e

apagar questões importantes relacionadas à identidade e gênero, “O Homem de Aço” afeta consideravelmente a profissão e as mulheres em uma esfera coletiva.

5.2. O DIABO VESTE PRADA

O segundo filme a ser analisado neste trabalho é “O Diabo Veste Prada” (2006). A obra de comédia alcançou bilheteria de cerca de U\$330 milhões e é considerada um dos grandes filmes do gênero. A direção fica ao encargo de David Frankel, vencedor do Oscar de 1996 com o curta-metragem “Querido Diário” e diretor de “Marley & Eu” (2008), e o roteiro é assinado por Aline Brosh McKenna, célebre roteirista de filmes de comédia romântica, como “Vestida para Casar” (2008). A presença de McKenna na produção do filme representa a primeira mudança de paradigma significativa nesta análise, já que, em “O Diabo Veste Prada”, a representação profissional e de gênero não parte apenas da ótica masculina.

O longa acompanha a vida de Andy Sachs (Anne Hathaway), uma jornalista recém-formada que está em busca de colocação no mercado de trabalho em Nova York. Apesar de não ter pleno interesse no mundo da moda, Andy consegue um emprego como 2ª assistente de Miranda Priestly (Meryl Streep), editora-chefe da revista Runway – inspirada na Vogue norte-americana e a mais importante revista de moda de Nova York. Na trama, Miranda é conhecida pelo temperamento rígido e por humilhar suas funcionárias e todos que, no mundo da moda, a temem e se submetem a ela.

Por não ser interessada pelo universo fashionista, Andy é subestimada dentro da redação da Runway, tanto por Miranda, quanto por suas próprias colegas, que a humilham da mesma forma como a chefe as despreza. Inicialmente, Andy se recusa a adotar os valores estéticos impostos: a jornalista, que parece não se importar com a aparência, possui um estilo totalmente pessoal e despojado. A partir disso, Andy entra em confronto com o novo ambiente, mas ao mesmo tempo decide encarar o desafio e, aos poucos, se adequa ao seu trabalho.

Miranda, porém, não facilita a vida da protagonista. O mesmo acontece com Emily (Emily Blunt), 1ª assistente da editora-chefe, a qual tenta desde o início sabotar a tentativa de Andy conseguir o emprego na revista. Antes dela, várias

outras candidatas haviam experimentado permanecer como 2ª assistente. Tanto Miranda quanto Emily encarregam Andy de trabalhos extraordinários, que, muitas vezes, extrapolam o limite das funções designadas à personagem. Ao contrário das expectativas, gradualmente a garota conquista a confiança da editora-chefe e transcende o potencial de Emily, ao incorporar os valores estéticos impostos para um trabalho bem-feito na revista. Porém, a jornalista paga um alto preço por sua transformação, cobrado sem demora por seu namorado e pelos antigos amigos.

“O Diabo Veste Prada” é um filme que tem o jornalismo como enfoque, representado na forma de uma redação de revista de moda. Ao todo, somos apresentados a três jornalistas mulheres em posições relevantes dentro da obra: Miranda, Andy e Emily. O primeiro ponto de destaque é o Teste de Bechdel. O filme consegue contemplar os aspectos necessários para passar no teste, o que representa um avanço significativo se comparado a “O Homem de Aço”, o qual não apresentou quaisquer diálogos entre duas ou mais mulheres.

No que tange à presença de mulheres em posição de poder, o ideal vem de acordo com os postulados de Bourdieu (2012), o qual afirma que mulheres que assumem este lugar, no geral, exercem profissões consideradas dominadas, e não dominantes, como é o caso do próprio jornalismo. Priestly é amplamente temida por seus colegas de trabalho por ser conhecida como uma mulher ardil, impaciente e agressiva. Esta visão reforça o que é proposto por Bourdieu em “A Dominação Masculina”, quando o autor afirma que, para ser bem-sucedida no poder, a mulher precisa abdicar de suas características femininas e incorporar traços masculinos em sua personalidade, tais como os citados anteriormente relacionados à personagem de Streep. Miranda é temida, mas não respeitada, como percebido após 26 minutos decorridos da primeira hora de filme:

“Andy: Há coisas que a Miranda faz que eu não concordo, mas na verdade...

Christian: Espera aí, eu acho que você odeia ela [sic] e não quer admitir.

Andy: Não!

Christian: É que ela é uma sádica notória, e não é no bom sentido.

Andy: Tá bom [sic] ela é durona, mas se a Miranda fosse um homem... Ninguém falaria nada, a não ser sobre o seu excepcional trabalho". (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 1h26min14s)

Como dito anteriormente, Andy, por outro lado, é subjugada por grande parte dos funcionários da revista, já que eles acreditam que a protagonista não se encaixa na equipe. Isso porque Andy não possui os traços fashionistas considerados necessários para o trabalho. Ao ser entrevistada por Priestly, Andy afirma não ter interesse no mundo da moda, mas ser plenamente capaz de realizar o trabalho, por ter experiência no jornalismo e por suas habilidades profissionais. A protagonista quer ser reconhecida por seu trabalho, e não pelos atributos físicos, como percebido no trecho a seguir, que se passa aos 7 minutos da obra:

“Miranda: Quem é você?

Andy: Meu nome é Andy Sachs. Eu acabei de me formar na Universidade de North Western.

Miranda: O que está fazendo aqui?

Andy: Bom, acho que eu faria um bom trabalho como sua assistente... Eu vim para Nova York para ser jornalista, enviei muitos currículos e acabei sendo chamada pela Elias Clark, me encontrei com a Cheryl do departamento pessoal e eu acho que é aqui ou em outra revista.

Miranda: Então não lê a Runway?

Andy: Não.

Miranda: E até hoje você nunca tinha ouvido falar sobre mim?

Andy: Não.

Miranda: Você não tem estilo e senso de moda.

Andy: Bom...acho que isso depende...

Miranda: Não, não. Não foi uma pergunta.

Andy: Fui editora-chefe do Daily North Western e também ganhei um prêmio nacional de jornalistas universitários no caso da exploração dos sindicatos de faxineiros que falava sobre...

Miranda: É só isso.

Andy: Tudo bem, você está certa. Eu não vou servir. Eu não sou magra, glamourosa e eu não sei muito sobre moda, mas eu sou esperta, aprendo rápido e trabalho duro”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 07min50s)

É válido ressaltar que, apesar do estilo de se vestir, um aspecto relacionado à subjetividade do indivíduo, Andy é uma mulher considerada padrão: magra, de cabelos lisos e pele clara. Inclusive, em uma pesquisa realizada pela Veja São Paulo em 2016⁹, Anne Hathaway foi considerada como a 3ª mulher mais bonita do cinema, de acordo com o voto popular. Mesmo com estes atributos, o roteiro sugere que Andy é uma mulher que foge dos padrões estéticos da sociedade. Este é um traço presente diversas vezes no filme, como na passagem a seguir, que acontece aos 20 minutos:

“Nigel: Sopa de fubá, que escolha interessante. Sabia que celulite é um dos ingredientes principais dessa sopa?

Andy: Então as garotas daqui não comem nada?

Nigel: Não depois que o manequim 40 virou o novo 38, e o 38 o novo 36.

Andy: Eu visto 40.

Nigel: Aqui é o novo 44”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 20min05s)

Miranda contraria as expectativas ao decidir contratar Sachs, a qual passa a trabalhar diretamente com a editora-chefe e sua 1ª assistente. Emily é uma mulher fashionista e foi recém-promovida para o cargo. A personagem objetiva cumprir um ótimo trabalho para integrar a equipe que irá cobrir a Fashion Week de Paris, grande evento do mundo da moda. Charlton acredita que Andy não é capaz de cumprir a função de 2ª assistente e constantemente menospreza as habilidades da protagonista. Este traço é notado nos minutos 13 e 35, respectivamente:

⁹ Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/tudo-cinema/saiu-o-resultado-saiba-quem-e-a-atriz-mais-bonita-do-cinema/>
Acesso em: 07 set. 2021

“Emily: Este é um trabalho difícil, para o qual você não serve”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 13min04s)

“Emily: Eu não sei por que a Miranda contratou essa garota.

Serena¹⁰: Também não. Outro dia a gente tava [sic] no salão de beleza, ela viu um delineador e perguntou ‘o que é isso?’

As duas riem.

Emily: Eu vou te dizer: no momento em que vi a figura, eu soube que ela seria um completo desastre”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 35min35s)

Em paralelo aos questionamentos a respeito da capacidade de Andy exercer um trabalho bem-feito, os funcionários da Runway instigam a protagonista durante o primeiro ato do filme a mudar seu estilo de se vestir. Andy, por outro lado, se mantém fiel à sua subjetividade por grande parte do tempo. Nota-se no minuto 15, por exemplo:

“Homem chega oferecendo um par de sapatos de salto: Acho que calça 38.

Andy: Obrigada, mas não vou usar isso. A Miranda me contratou e sabe como eu me visto”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 15min30s)

No que diz respeito à vida pessoal de Andy, somos apresentados a seu namorado, amigos e família. Porém, o trabalho é um fator preponderante na obra. Mesmo quando se trata da esfera privada, os tópicos abordados sempre estão relacionados à vida profissional de Andy: nos jantares de família, reuniões com amigos ou momentos a sós com o namorado. Inclusive, em diversas situações as pessoas do convívio da protagonista questionam o envolvimento da personagem com a profissão.

O roteiro reforça o estereótipo de que o jornalista está constantemente abdicando de sua vida pessoal em prol do trabalho. Não há espaço para descanso e o comprometimento precisa extrapolar os limites daquilo que é considerado saudável e natural. Além disso, as tarefas impostas por Miranda,

¹⁰ Dá-se a entender que Serena é uma das funcionárias da revista Runway. Curiosamente, a personagem é interpretada por Gisele Bündchen, modelo internacionalmente conhecida, o que traz consigo uma carga simbólica a respeito dos padrões de beleza impostos pelo mundo da moda e reforçados na Sétima Arte.

em muitos casos, ultrapassam a capacidade e os desígnios da profissão. Os aspectos organizacionais estão presentes ao sermos apresentados à hierarquia profissional e ao ambiente da redação. Nesse caso, as mulheres são maioria dentro do veículo, mas há um dilema: a presença massiva de personagens femininas pode remeter ao fato de que se trata de uma revista de moda, algo que está historicamente ligado às feminilidades.

É justamente o envolvimento sobre-humano de Andy que a leva tomar uma decisão importante. Mesmo convicta de que suas competências profissionais seriam suficientes para o trabalho, a protagonista percebe que Miranda não se contenta. Por isso, Andy decide renunciar a seu estilo pessoal e opta por ceder aos conselhos de moda dos colegas profissionais. A partir deste momento, o guarda-roupa da jornalista se torna um emaranhado de peças de grife. A transformação agrada a editora-chefe da Runway, que só reconhece o trabalho bem-feito de Andy a partir do momento em que ela cede aos padrões estéticos impostos pelo trabalho. A competência profissional de nada bastava, já que Sachs não atendia às exigências estéticas da revista.

Assim que sucumbe aos padrões, Andy ganha o prestígio e reconhecimento de Miranda, a qual passa a atribuir funções de maior responsabilidade para a protagonista. Uma delas é entregar a prévia da revista todos os dias à noite na casa da editora-chefe. A partir do momento em que Andy recebe esta tarefa, somos apresentados à vida pessoal de Miranda. Priestly é casada e mãe de duas filhas. Mas, como dito anteriormente, o trabalho é fator de destaque em “O Diabo Veste Prada”. Por isso, a editora da Runway abdica do contato com sua família para investir no trabalho. Mais uma vez os traços da dominação masculina podem ser facilmente notados, já que o roteiro reforça, por diversos momentos, a dificuldade por parte de jornalistas mulheres em manterem a dupla jornada de trabalho. É exigido que as mulheres façam uma escolha entre a vida pessoal e profissional. Em uma das viagens a trabalho, Miranda perde um concerto importante de suas filhas devido aos compromissos com a redação.

O mesmo acontece com Andy. Assim que a protagonista assume maiores responsabilidades na Runway, a personagem interpretada por Anne Hathaway ocupa ainda mais tempo com o trabalho, algo que é duramente e frequentemente criticado pelas pessoas do seu convívio. Andy carrega consigo o telefone

profissional em todas as ocasiões, e sempre que está em algum momento de distração ou lazer, precisa interromper o evento para realizar tarefas relacionadas ao trabalho. Andy chega a se ausentar do aniversário do namorado para participar de uma festa organizada por Miranda. O conflito entre vida pessoal e profissional é um aspecto preponderante na obra, como percebido na sequência a seguir, que se passa aos 57 minutos do filme:

“Andy: Desculpe. Tive um dia cheio e minha vida pessoal está péssima.

Nigel: Bem-vinda ao clube. Isso acontece quando se está indo bem no trabalho, querida. Só me avise quando a sua vida pessoal virar fumaça, quer dizer que será promovida”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 57min00s)

É justamente o comprometimento excessivo que leva Andy a ascender profissionalmente cada vez mais. Em um momento decisivo do filme, a protagonista é convidada por Miranda a acompanhá-la na Fashion Week de Paris, posição que, em tese, seria hierarquicamente destinada à Emily, a 1ª assistente. Emily se dedica arduamente para o trabalho em Paris, como visto no trecho em destaque, que acontece durante a primeira hora do filme.

“Emily: Olha só. Andy, você está chique.

Andy: Obrigada, você está tão magra.

Emily: É mesmo? É para Paris! Bom, eu estou em uma nova dieta excelente. Eu não como nadinha, e quando sinto que vou desmaiar, como um pedacinho de queijo.

Andy: Bom, está funcionando.

Emily: Eu sei. O duro é aguentar a dor no estômago, queridinha”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 1h01min40s)

O roteiro reforça, novamente, padrões estéticos inalcançáveis e situações que ferem a saúde das personagens. Esta repetição é preocupante, especialmente tendo em vista a capacidade de influência do cinema no imaginário coletivo, como proposto por Berger (2002). O trecho em destaque é apenas um dos exemplos de situações que podem remeter a questões graves de saúde pública, como a banalização de transtornos alimentares.

Mesmo sabendo que se trata do grande sonho de sua colega de trabalho, Andy não hesita ao aceitar a oportunidade. Estes dilemas caracterizam a atividade

profissional, mas atribuem à mulher características negativas pelo fato de optarem pela ascensão no trabalho. É preciso tratar destes assuntos sem incitar tópicos sensíveis, como a rivalidade feminina.

A viagem para Paris representa um xeque-mate à vida pessoal de Miranda e Andy. Ambas sofrem com o término de seus relacionamentos por preterirem a vida pessoal e darem destaque ao trabalho, que constantemente invade a esfera privada. Em uma conversa com Andy, que acontece 20 minutos após a primeira hora do filme, Miranda mostra vulnerabilidade pela primeira vez ao comentar sobre a separação.

“Miranda: Outro divórcio, escreverão na capa da Page Six. Já posso ver o que escreverão sobre mim: a dama de ferro, obcecada pela carreira; a rainha de gelo afasta outro marido. Rupert Murdoch deveria me pagar por todos os jornais que já vendeu às minhas custas. Bom, eu não ligo para o que ninguém vai escrever sobre mim. Mas as minhas filhas... é tão injusto com elas. Outra decepção, outra frustração, outro pai que se vai”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 1h21min52s)

Outro ponto de destaque é a idade da mulher como fator preponderante. Como explicitado anteriormente, dentro das redações a maior parte das profissionais é considerada jovem. Há uma certa resistência em manter jornalistas mais experientes dentro da redação, especialmente tendo em vista aspectos como a maternidade. Mulheres mais velhas têm mais chances de possuírem filhos, e a dupla jornada de trabalho pode colocar em xeque o exercício profissional. Este aspecto é percebido na obra, quando, em Paris, Andy descobre que o dono da revista Runway tem planos de substituir Miranda por uma mulher mais jovem. Nos atemos ao fato de outra mulher ser escolhida para o cargo, talvez por se tratar de uma profissão considerada dominada, e pelo ramo da moda estar associado a características femininas.

Andy é surpreendida quando Miranda prova que já tinha conhecimento das intenções do dono da revista. Estrategicamente, a personagem interpretada por Meryl Streep indica a mulher escolhida para outra função de destaque - que, em tese, estava assegurada para outro profissional, amigo de Miranda - e, assim, garante o seu trabalho como editora-chefe. Miranda se considera a personificação da revista, já que afirma que não haveria como a Runway sobreviver sem a sua presença, tendo em vista o seu conhecimento de todos os

processos e bastidores da revista, além da vasta lista de contatos importantes construídos pela editora ao longo de sua carreira.

Ao chegar na redação, Andy é uma jovem ingênua e sonhadora. O convívio com Miranda faz a protagonista incorporar diversas características de sua chefe. Este fenômeno é percebido por Miranda, a qual afirma a Andy que as duas se tornaram cada vez mais parecidas. A protagonista reflete sobre as afirmações de Miranda e percebe que o trabalho na Runway representou uma completa transformação em sua vida e personalidade. Andy, portanto, opta por deixar o trabalho em uma cena marcada pelo descarte do celular que constantemente tocava durante os momentos de lazer da personagem.

Ao deixar o trabalho, Andy abandona as roupas e a postura absorvida na Runway, e decide se dedicar ao jornalismo diário ao se candidatar para o trabalho em um jornal local. A protagonista ainda se compromete a se desculpar com as pessoas de seu convívio pelas atitudes tomadas durante sua passagem na revista. Andy reconhece que abdicar de todos os aspectos de sua vida pessoal em prol da profissão representou grandes perdas. O trabalho na Runway era marcado por um ambiente tóxico e desgastante, que prometia recompensas inestimáveis, como a Fashion Week de Paris. Estes aspectos não representavam os anseios de Andy, a qual foi seduzida pelo *glamour* do trabalho em um ambiente luxuoso, como notado no trecho a seguir, durante os 39 minutos após a primeira hora.

“Andy: Eu queria dizer que você estava certo sobre tudo. Eu esqueci os meus amigos, minha família e tudo em que eu acreditava. E para quê?

Nate: Por sapatos... e saias, e jaquetas, e cintos”. (O DIABO VESTE PRADA. Direção: David Frankel, 2006. 1h39min50s)

“O Diabo Veste Prada” progride em aspectos como a presença massiva de mulheres nas redações, e de profissionais em posições de poder. A presença de uma roteirista mulher é um ganho significativo para estas questões. Porém, é válido ressaltar que a obra ainda atribui mudanças na esfera coletiva à individualidade do ser. A renúncia de Andy é carregada de ideais heroicos que estão atrelados à imagem do jornalista ao longo dos anos. Atribuir à personagem

o peso de soluções coletivas a partir de suas decisões individuais reforça os preceitos românticos discutidos anteriormente.

5.3. THE POST – A GUERRA SECRETA

O terceiro filme a ser analisado neste trabalho é “The Post – A Guerra Secreta” (2017). Com direção de Steven Spielberg, célebre diretor de filmes de ficção científica, como “ET: O Extraterrestre” (1982) e “Jurassic Park” (1993), além de dramas consagrados como “A Lista de Schindler” (1993), o drama biográfico é ambientado no início dos anos 1970 e acompanha os bastidores do jornal The Washington Post durante o vazamento dos *Pentagon Papers*, documentos secretos sobre o envolvimento dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã (1955-1975). O roteiro é assinado por Josh Singer, conhecido por séries policiais como “Lie to Me” (2009) e o filme vencedor do Oscar de 2016, “Spotlight – Segredos Revelados”, o qual também tem o jornalismo como tema central. Além de Singer, Liz Hannah estreia como roteirista na produção da obra.

Em “The Post – A Guerra Secreta”, Katharine Graham (Meryl Streep) é a dona do The Washington Post. O jornal era de seu pai que, ao falecer, deixa o comando para o marido de Kay, Phil. Com a morte do companheiro, Graham assume a chefia do jornal, mas é constantemente subjugada na posição. Com o objetivo de contribuir com o sucesso do jornal e ajudar em sua receita monetária, Kay decide lançar as ações do Post na Bolsa de Valores de forma a se capitalizar e ganhar fôlego financeiro.

Enquanto isso, Ben Bradlee (Tom Hanks), editor-chefe do jornal, está inquieto em busca de uma grande notícia que possa fazer com que o Post ganhe mais influência e prestígio no mercado jornalístico. Quando o concorrente New York Times inicia uma série de matérias denunciando que vários governos estadunidenses mentiram a respeito da atuação do país na Guerra do Vietnã, baseado em documentos sigilosos do Pentágono, o até então presidente Richard Nixon decide processar o jornal com base na Lei de Espionagem, impedindo que mais informações sejam divulgadas.

Isso faz com que os documentos cheguem até a redação do Post, Bradlee, portanto, precisa convencer Kay e os demais diretores do jornal sobre a importância da publicação das informações sigilosas, com o intuito de proteger

e incentivar a liberdade de imprensa nos Estados Unidos. Graham se vê em uma situação delicada, já que a exposição dos documentos pode pôr em xeque o interesse dos investidores no jornal, além de arriscar a integridade dos próprios jornalistas, o que suscita uma série de reflexões acerca do papel do jornalismo na sociedade e na democracia.

Tendo como base o desejo de Katharine em capitalizar o jornal, um dos aspectos mais relevantes na obra é o jornalismo de mercado. Inclusive, a necessidade de abrir o capital do Post para a sobrevivência e crescimento do jornal já destaca o caráter mercadológico da profissão, especialmente tendo em vista que a história é situada na década de 1970, auge do jornalismo de mercado. Em um dos primeiros diálogos do filme, aos 10 minutos, já é possível notar esta questão, quando Kay tem uma conversa com um dos diretores do Post sobre o valor das ações na Bolsa e fala sobre a importância de investir dinheiro na redação, para que o conteúdo produzido seja de qualidade.

“Katharine: Será que podemos repassar os números só mais uma vez?”

Fritz: Quantas ações a empresa venderá?

Katharine: 1,35 milhão de ações.

Fritz: E a faixa de preço?

Katharine: Entre U\$24,5 e U\$27 por ação.

Fritz: Não é uma diferença tão grande.

Katharine: Para eles. Os banqueiros sempre manipulam os preços. Mas, para nós, são 3 milhões de dólares a mais...e isso paga 25 bons repórteres por uns 5 anos.

Fritz: Bom. Mas por que gastar na redação? Sua empresa lucra bem menos do que a Ganett, a Knight ou a Ridder.

Katharine: Mas elas detêm o monopólio de jornais em cidades menores. E os nossos leitores são líderes. Têm instrução, são mais exigentes. É por isso que investimos em bons repórteres. Qualidade e lucro andam juntos”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 10min46s)

Além disso, outro aspecto relacionado às questões mercadológicas é a concorrência entre jornais. Durante o filme, o Post trava um embate constante na briga por pautas e coberturas com o “rival” New York Times. Ben chega a

usufruir de ações extraordinárias para investigar os bastidores do jornal concorrente, quando decide pagar 40 dólares a um estagiário, para que ele viaje a Nova York em busca de informações sobre o trabalho de um prestigiado repórter do Times. No que diz respeito às questões éticas, em determinados momentos do filme, elas são ignoradas em favor do sucesso do Post e da busca pelo furo jornalístico. Alguns trechos do filme sugerem que, no jornalismo, tudo vale em prol da informação, como percebido no minuto 19 do filme:

“Estagiário: Isso é legal?

Ben: Como acha que ganhamos a vida aqui, garoto? ”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 19min28s)

A intrepidez dos jornalistas também é outro aspecto que aparece na obra quando Judith, uma jornalista do Post, é proibida de cobrir um evento importante na Casa Branca, por ter sido pega, anteriormente, invadindo outros espaços em nome da profissão. É reforçada a ideia de que o jornalista possui um olhar diferenciado, capaz de “farejar” aquilo que é de suma importância dentro da sociedade, e quebrar limites necessários para que a informação seja obtida. O heroísmo profissional é destacado, especialmente tendo em vista que Judith considera positivo e necessário o ato de invadir locais e eventos privados com a premissa de conseguir uma boa reportagem. Nota-se no diálogo a seguir, que ocorre aos 20 minutos:

“Jornalista: A Judith deve ir de penetra de novo.

Judith: Eu não fui de penetra.

Jornalista: Como chamaria isso?

Judith: Eu chamo de reportagem arrojada”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 20min50s)

Da perspectiva organizacional, podemos perceber com clareza diversas questões importantes do jornalismo. Isso porque grande parte do filme tem como principal cenário a redação jornalística. Dessa forma, somos apresentados a conceitos como *lead*, *hard news*, *foca* e *deadline*, além de questões relacionadas à hierarquia profissional, recursos para a contratação de novos profissionais, valorização do trabalho jornalístico, rotina de produção do jornal e

relacionamento com as fontes. Esta relação, inclusive, suscita uma série de questionamentos a respeito do compromisso do jornalista e jornal com o público e a informação. Com a divulgação das informações sobre o envolvimento dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã pelo Times, Ben vai de encontro a Kay para que ela entre em contato com um dos homens citados na reportagem, que é próximo a ela, para que o funcionário do governo vaze os documentos que comprovam o furo do Times. Graham se vê em um dilema entre o relacionamento com a fonte e o compromisso com a verdade, além daquilo que é considerado correto diante de uma situação tão complexa e dúbia, algo que aparece por diversas vezes durante o filme, tal como em um diálogo com Ben no minuto 37:

“Katharine: Ben, por mais que eu aprecie um bom trabalho investigativo...Bob McNamara é um velho amigo. Ele está passando por um momento difícil [...] Não caberia a mim dizer a ele que deveria entregar um estudo sigiloso, o que seria um crime, aliás, só para que seja sua fonte.

Ben: Eu entendo. Você tem uma relação com Bob McNamara. Mas não acha que também tem uma obrigação com o jornal e o público? “. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 37min25s)

A partir do momento em que a investigação se torna pública e o governo toma medidas para que o Times não possa mais divulgar quaisquer informações sobre o assunto, as fontes do jornal garantem que os documentos cheguem ao Post. A figura do *watchdog*, opositor e guardião das atitudes governamentais, é representada, majoritariamente, no personagem Ben. Mesmo sabendo dos riscos da divulgação dos *Pentagon Papers*, o jornalista considera que a busca pela verdade é mais importante do que a própria existência do jornal e integridade dos jornalistas. No minuto 16, podemos notar:

“Ben: Não vamos deixar que o governo nos diga como cobrir só porque não gostam do que publicamos sobre ele no nosso jornal”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 16min15s)

Bradlee estava convicto de que o vazamento dos documentos seria a melhor decisão, alegando a necessidade de reconhecer a liberdade de expressão dos jornalistas, além do compromisso com o público, mas o veredito cabia à Katharine. O conflito reside no fato de que expor o governo poderia colocar em

xeque o futuro do Post e dos próprios profissionais, mas as informações recebidas estariam de encontro com os critérios de noticiabilidade da profissão. Mesmo ciente das possíveis consequências, Ben estava empenhado na missão de convencer Graham. Um diálogo entre os dois que tem início na primeira hora do filme comprova estes apontamentos:

“Katharine: Você está com os documentos?”

Ben: Ainda não.

Katherine: Minha nossa, porque você sabe em que posição isso me deixaria. Há uma cláusula no prospecto que...

Ben: Que diz que os banqueiros podem mudar de ideia. E eu sei o que está em jogo.

[...]

Ben: Nós temos que monitorar o poder deles. Se nós não os responsabilizarmos, quem fará isso?

Katharine: Não podemos responsabilizar ninguém se não tivermos um jornal”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 1h00min09s)

Apesar de o jornalismo de mercado ser tema frequente na obra, nestes casos podemos perceber a presença de traços das visões românticas, tendo em vista a cobertura massiva de *hard news*, política e economia, por exemplo, características da Era de Ouro, além da atribuição de uma espécie de poder à subjetividade, conferindo ao jornalista a aura heroica necessária para que, por meio de uma decisão individual, ele seja capaz de exercer mudanças significativas a nível da coletividade.

A decisão de cair sobre a personagem interpretada por Meryl Streep acende uma série de questionamentos. Assim como em “O Diabo Veste Prada”, neste filme podemos perceber a figura de uma mulher em posição de poder. Porém, não percebemos características masculinas, como rigidez e prepotência, em Kat. Na verdade, a realidade é oposta. Isso porque o roteiro constrói Graham como uma mulher frágil que, mesmo com um papel relevante dentro do Post, se mostra insegura e se apoia na opinião e conselho de outros homens para se expressar e tomar decisões. Kay é constantemente subjugada pelos demais colegas e sofre por ser a única mulher presente em diversos ambientes, tais como na mesa

diretiva do Post e nas reuniões com banqueiros e acionistas. O fato de o jornal ser um negócio de família e Graham ter herdado o comando da redação também desperta desconfiança da sua capacidade por parte de outros personagens. Fato é que, segundo Bourdieu (2012), podemos inferir que mulheres, no geral, chegam a posições de poder tendo em vista 3 aspectos: atuar em uma profissão considerada dominada, possuir uma competência profissional além das expectativas e assumir características masculinas. No caso de Kay, a personagem chega ao comando do Post apenas pelo fato de se tratar de um negócio de família: a protagonista não é considerada adequada para o trabalho a que foi designada, ao contrário de Miranda Priestly em “O Diabo Veste Prada”, a qual se mostra extremamente competente e precisa abdicar de suas feminilidades para chegar à chefia da revista Runway. O trecho a seguir se passa no minuto 24:

“Arthur: Convenhamos Fritz, a Kay dá festas ótimas...mas o pai dela deu o jornal ao marido. Ela só está no comando porque o Phil morreu. Não me entenda mal, ela é uma mulher adorável”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 24min20s)

A presença do termo “adorável” reforça a ideia de uma mulher reduzida às suas feminilidades. Mesmo que não considere Kay apta para o trabalho, Arthur faz questão de reiterar aspectos relacionados ao feminino na personagem. No que diz respeito à vida pessoal de Graham, é de conhecimento que a proprietária do Post é mãe, mas este tópico não é explorado na obra. Além disso, é válido destacar que existem diálogos entre mulheres na trama, mas o filme não passa no Teste de Bechdel. Isso porque o nome da maioria das personagens femininas não é apresentado no filme. Kay chega a ter conversas profundas com sua filha, mas não sabemos o seu nome, um critério essencial para o teste. Já por outro lado, personagens nomeadas como Meg e Judith, jornalistas do Post, não são aprofundadas pelo roteiro.

Quanto à vida pessoal de Graham, a representação se assemelha ao que é apresentado em “O Diabo Veste Prada”. A esfera privada é constantemente invadida pelo trabalho, o que é percebido logo na primeira aparição de Katharine no filme, quando a cena retrata a personagem dormindo em cima de uma cama repleta de documentos e arquivos do Post. Os assuntos relacionados ao trabalho

estão presentes em encontros com amigos, festas e momentos de descontração. Até a própria conversa com a filha se resume aos problemas do trabalho, por exemplo. Outro ponto de destaque é que Ben invade e interrompe o descanso e lazer de Kat com problemas da redação em diversos momentos do filme. Esta é uma realidade, inclusive, durante a própria festa de aniversário de Graham. Bradlee tem um papel importante na narrativa, por ser um jornalista já consagrado no meio profissional e ser aquele que se torna responsável pelos documentos sigilosos do governo. Porém, o editor também chama a atenção pela constante insistência e intromissão na vida privada de Katharine com questões que se relacionam ao Post, especialmente no que diz respeito à publicação dos *Pentagon Papers*.

A partir do momento em que Phil morre e Kay precisa assumir o comando do Post¹¹, a vida da personagem se resume ao jornal. Este traço desenvolvido pelo roteiro reforça o imaginário de que um bom jornalista precisa abdicar de sua vida pessoal em prol da profissão. Não haveria espaço para descanso e lazer, apenas o compromisso com o jornalismo. Também é válido ressaltar que mesmo com o comprometimento exacerbado de Kay, a personagem ainda é subjugada dentro da profissão. Decorridos 29 minutos da primeira hora do filme, somos apresentados a um monólogo da Kat, na presença de sua filha, que ilustra o compromisso sobre-humano da editora para com o jornal.

“Katherine: Nunca imaginaram que eu ocuparia esse cargo. Quando meu pai escolheu seu pai para cuidar da empresa, eu achei a coisa mais natural do mundo. Fiquei orgulha, porque, sabe, o Phil era tão genial. E ele era...tão talentoso. Mas eu achei que era como as coisas deviam ser. Todo mundo pensava assim na época. E eu fui criando vocês e estava feliz com a minha vida. Do jeito que ela era. Mas depois quando tudo desmoronou, sabe...Quando Phil morreu, foi tão...Eu tinha 45 anos e nunca tinha...eu nunca tinha precisado arranjar um emprego. Mas eu amava o jornal. Eu amo. Eu amo tanto o jornal. Eu não quero que seja minha culpa. Não quero deixar Phil, meu pai, meus

¹¹ Não são apresentados os aspectos hierárquicos da profissão no que diz respeito aos processos que levam o profissional a assumir uma posição de poder dentro da redação, já que Graham se torna dona e editora-chefe do jornal após a morte de seu marido. Kay não estava preparada para o ofício, mas o fato de uma mulher assumir a direção de um jornal, mesmo sem capacitação, só é possível graças ao fato de que o jornalismo é considerado uma profissão dominada, como proposto por Bourdieu (2012).

filhos e todos decepcionados”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 1h29min12s)

Assim como no caso de Lois Lane em “O Homem de Aço”, o roteiro reforça o ideal de que as motivações por trás do ofício da mulher dentro do meio jornalístico se restringem ao campo da vida privada. O diálogo entre Graham e sua filha ilustra o fato de que a personagem deseja exercer um bom trabalho por amor ao jornal e sua família. Ou seja, são destacados os aspectos sentimentais em detrimento das questões relacionadas à profissão. No caso das mulheres, o trabalho bem-feito não é motivado pela realização profissional, mas sim pelos aspectos relacionados às feminilidades.

Ainda ressaltando o constante menosprezo por Kay em seu ofício, o roteiro nos leva a entender que o reforço por parte dos colegas, de que a personagem não seria capaz de exercer a profissão, influenciaria diretamente a forma com Graham se vê. Esta pode ser a justificativa por trás do comportamento passivo e frágil de Kay, que, inserida em um meio machista e patriarcal, não consegue se impor diante dos homens em posição de poder. Esta reflexão aparece quando a esposa de Ben (não nomeada), reforça que Kay é uma mulher muito corajosa por considerar divulgar os documentos sigilosos em nome de um bem comum.

“Esposa: Não achei que Kay deixaria. É muita coragem.

Ben: Ela não é a única corajosa.

Esposa: O que você tem a perder?

Ben: Meu emprego. Minha reputação.

Esposa: Ben, por favor. Nós dois sabemos que isso só vai abrilhantar sua reputação. Quanto ao seu emprego...sempre poderá arrumar outro.

Ben: Se está tentando fazer com que me sinta melhor...há jeitos mais agradáveis de fazer isso.

Esposa: Você é muito corajoso. Mas a Kay...Kay está em uma posição onde nunca imaginou que estaria. Uma posição que muita gente acha que ela não deveria ocupar. E quando repetem infinitas vezes que você não é suficientemente boa. Que a sua opinião não importa tanto. Quando olham através de você. Quando, para eles, é como se você não existisse. Quando sua realidade foi essa por muito tempo...é difícil não se

deixar pensar que é verdade. Então, tomar essa decisão, arriscar sua fortuna e a empresa que é a vida dela...eu acho que é muita coragem". (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 1h25min03s)

A decisão, por si só, é dúbia e meticulosa, envolvendo uma série de questões importantes. Uma mulher assumir este papel exige ainda mais cautela, já que tendo como base a dominação masculina proposta por Bourdieu (2012), as consequências, cobranças e represálias são ainda mais vorazes em relação às mulheres, do que aos homens. Caso Ben fosse o dono do jornal, a repercussão seria mínima se comparada ao peso que a decisão exerce na carreira de Kay. A divulgação dos documentos se soma à abertura do capital do jornal, que suscita uma série de dúvidas em relação à capacidade de Graham.

Por fim, Kay toma a decisão de publicar os *Pentagon Papers* no Post. Apesar de levar em consideração o futuro do jornal e dos jornalistas, ela opta pelo que chamamos de “salto de fé” ao priorizar a liberdade de imprensa e o compromisso com a verdade. A personagem discursa nos minutos finais do filme para a mesa diretora do jornal, reiterando a sua capacidade de tomar decisões e o seu conhecimento dos bastidores e funcionamento do Post. Repentinamente, Kay assume uma postura assertiva como dona do Post, algo que não é desenvolvido pelo roteiro do filme de forma satisfatória. Graham se mostra uma mulher insegura e se apoia das opiniões e conselhos de outros homens durante todo o desenrolar do filme. Sua postura é predominantemente passiva, escutando, mas não dialogando. Somente nos momentos finais a personagem, como que em um “passe de mágica”, incorpora características de liderança perante a mesa diretora do Post. O roteiro falha ao desenvolver a personagem interpretada por Meryl Streep e reforça a ideia de que mudanças individuais podem acontecer de forma repentina e sem quaisquer formas de reflexão.

“Katharine: Nós temos uma responsabilidade com a empresa, todos os funcionários e com a saúde do jornal a longo prazo. Sim. Entretanto, o prospecto também fala sobre a missão do jornal, que é coletar e reportar notícias, certo? E ele também diz que o jornal irá se dedicar ao bem-estar da nação e aos princípios da liberdade de imprensa.

“[...]”

Homem: O legado da empresa está em jogo, e se você quiser proteger este legado...

Katharine: Esta empresa está na minha vida há mais tempo do que as pessoas que trabalham lá existem. Então não me venha com esse sermão sobre legado. E esta não é mais a empresa do meu pai. Não é mais a empresa do meu marido. É a minha empresa. E qualquer um que pense o contrário, não deveria estar na minha diretoria”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 1h33min30s)

A atitude de Graham levanta dois pontos importantes. O primeiro deles, já discutido aqui, é o heroísmo atribuído à personagem pelo roteiro, ao conceder à Kay o poder de revolucionar o mercado jornalístico a partir de uma decisão individual. Há uma romantização das atitudes dos jornalistas, algo que é reforçado constantemente dentro da nossa sociedade. Outro ponto que merece atenção é a própria dominação masculina. Ben estava convicto de que divulgar os documentos seria a melhor decisão e, portanto, se empenha em convencer Kay de publicá-los. Como a personagem é construída a partir de uma ótica que reforça sua submissão aos homens, é importante ponderar se a decisão da personagem reflete seus próprios interesses e convicções ou reforça a preponderância da dominação masculina no meio social.

Por fim, a publicação dos *Pentagon Papers* resulta em uma ação judicial contra o Post. O jornal se empenha em destacar a importância da liberdade de imprensa dentro da sociedade, e o veredito final é de inocência por parte do jornal. O filme fortalece a mensagem de um jornalismo guardião durante a maior parte da trama, o que é concluído em 01:46:00 durante a leitura da deliberação pelos jornalistas:

“Juiz: Os pais fundadores deram à imprensa livre a proteção que ela deve ter para desempenhar seu papel essencial em nossa democracia. A imprensa deve servir aos governados, não aos governantes”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 1h46min00s)

“The Post – A Guerra Secreta” se propõe a ser um legítimo *newspaper movie*, além de tratar de pautas feministas por meio da inovação objetivada pela dupla de roteiristas da obra, especialmente Liz Hannah. A estreante de 32 anos teria se interessado pela história de Kay Graham por meio da leitura da biografia da editora-chefe do Post. Contudo, é válido ressaltar que o filme falha ao apresentar tanto as questões identitárias da profissão, quanto as de gênero. A proposta seria apresentar os dilemas e desafios enfrentados por Graham durante o

comando do jornal, mas a personagem não recebe o destaque necessário para o seu desenvolvimento durante a trama. O roteiro sinaliza a tentativa de abordar as questões de gênero de uma forma mais complexa em seus momentos finais, quando uma das funcionárias do Governo dialoga com Kay e se mostra comovida pela atitude da jornalista em divulgar os documentos do Pentágono. Mesmo do lado oposto no tribunal, a mulher confessa que torce pela vitória de Graham.

“Mulher esbarra em Kay e diz: Desculpa. Sra. Graham, há uma entrada pela lateral.

Kay: Muito obrigada.

Mulher: Desculpe, eu estou andando rápido porque era para eu ter chegado há meia hora. Tive que fazer cópias do informativo, estava muito trânsito e... quem diria que haveria tanta gente.

Kay: É, quem diria. Trabalha para Roger Clark?

Mulher: Trabalho para o governo, no gabinete do advogado geral.

Kay: Está no outro time.

Mulher: Sra. Graham, eu não deveria dizer isso, mas eu tenho um irmão e ele ainda está lá. Eu espero que vença. Além disso, eu gosto que alguém diga para essa gente o que é certo, mas não conte para meu chefe que eu disse isso”. (THE POST – A GUERRA SECRETA. Direção: Steven Spielberg, 2017. 1h42min13s)

No que tange à rotina e aos processos do jornalismo, o filme perde por ser centrado na decisão de publicar ou não os documentos, ao invés de desenvolver uma narrativa que exigisse investigação e apuração por parte dos profissionais, quesitos que estão intrínsecos ao jornalismo. Em suma, apesar de não conseguir atingir a complexidade da discussão em ambos os aspectos, no filme os ideais da profissão se sobressaem às questões de gênero.

5.4. COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS

O último filme a ser analisado neste trabalho é “Como Perder Um Homem em 10 Dias” (2003), obra popular do gênero comédia romântica que alcançou U\$177 milhões em bilheteria mundial. O filme é dirigido por Donald Petrie, conhecido por outras obras do gênero, como “Miss Simpatia” (2000) e “Sorte no Amor” (2006). Já o roteiro é assinado por três profissionais: Kristen Buckley e Brian

Regan, de “102 Dálmatas” (2000) e Burr Steers, nome por trás de “17 Outra Vez” (2009) e “Orgulho, Preconceito e Zumbis” (2016).

Na estória, acompanhamos Andie Anderson (Kate Hudson), célebre jornalista responsável pela coluna “How To” da *Composure*, revista feminina que mais cresce nos Estados Unidos. Anderson sonha em conquistar espaço em sua coluna para pautas como política, economia e meio ambiente. Contudo, sua editora, Lana Jong (Bebe Neuwirth), sempre a direciona para temas como relacionamentos, beleza e moda. Na tentativa de provar o seu talento, a profissional aceita escrever um artigo em primeira pessoa a respeito dos principais comportamentos femininos que afastam os homens, registrando os erros que as mulheres cometem ao tentarem desenvolver um relacionamento amoroso.

Andie tem 10 dias para achar uma cobaia, fazer com que ele se apaixone por ela e ainda cometer estes erros considerados clássicos nos encontros para que o pretendente termine o namoro. Durante uma visita a um bar da cidade, a jornalista conhece Benjamin Barry (Matthew McConaughey), um publicitário que antes só trabalhava com esportes, bebidas e carros e agora pretende investir no mercado das joias. As colegas de trabalho de Ben acreditam que o profissional não compreende as mulheres o suficiente para que ele consiga criar uma boa campanha de diamantes, trabalho cobiçado entre os funcionários da agência. Como forma de conseguir o negócio, o publicitário aposta com as colegas e com seu chefe que consegue fazer com que uma mulher se apaixone por ele no prazo de 10 dias.

Ao passo que Andie se esforça para destruir o relacionamento dos dois com atitudes femininas consideradas desprezíveis para os homens, Ben faz de tudo para manter a jornalista por perto, objetivando o contrato de trabalho. À medida que os dois conhecem um ao outro, o casal, de fato, se apaixona, o que coloca em xeque o empenho de ambos para com os trabalhos designados.

Andie é uma jornalista extremamente comprometida com o trabalho jornalístico, além de possuir qualificação acadêmica e profissional, atestada por meio de um mestrado. Durante os minutos iniciais do filme, por exemplo, somos expostos a uma série de *frames* da personagem comprovando, na prática, a eficácia daquilo

que está sendo escrito na coluna “How-To” da Composure. Mesmo trabalhando em uma revista que trata de assuntos mais vendáveis para o público feminino, a protagonista tem como principal objetivo atuar na cobertura de *hard news*, relacionadas a pautas de política, religião e meio ambiente e, assim como Andy de “O Diabo Veste Prada”, usa da revista como um meio ao seu objetivo final. A frustração profissional é tema presente nesta narrativa.

O roteiro reforça a ideia de que assuntos voltados ao campo das feminilidades são considerados fúteis perante a sociedade. A presença de mulheres na cobertura destes tópicos seria mais do que suficiente para uma relutância em relação à competência profissional das jornalistas do ponto de vista da dominação masculina. Por isso justifica-se a busca incessante por um trabalho que esteja relacionado a assuntos considerados sérios e relevantes, como notado no primeiro minuto do filme:

“Andie: Eu me matei na faculdade para ser Andie Anderson, a garota do ‘Como Fazer’. Escrevo artigos do tipo ‘Como Dar uma Cantada’, ‘Loiras Realmente se Divertem Mais?’. Quero escrever sobre coisas importantes, política e meio ambiente. Coisas que me interessam”. (COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS. Direção: Donald Petrie, 2003. 01min50s)

Ainda que Andie destoe das outras jornalistas que atuam na Composure por seus interesses não estarem voltados ao mundo da moda, a personagem permanece sendo a representação de uma série de estereótipos visuais característicos do cinema *hollywoodiano*: é loira, magra e é considerada atraente, aspectos presentes de forma majoritária nos filmes analisados neste trabalho. A aparência “perfeita” lhe garante estar enquadrada no grupo social ao qual efetivamente pertence (Bourdieu, 2012). Além de Anderson, Ben também ilustra estereótipos masculinos frequentes: forte, atlético e másculo, além de atuar com esportes e bebidas alcólicas, aspectos tradicionalmente associados à figura do homem. Barry é o retrato da dominação masculina e, para tanto, Andie usa das feminilidades como forma de afetar sua virilidade, visando o artigo para a Composure.

Andie decora a casa e Ben com pelúcias cor-de-rosa, o leva para assistir a um show de Céline Dion e a filmes de romance e até chega a dar-lhe apelidos femininos para constrangê-lo. A protagonista ainda age de modo a reforçar uma

série de aspectos que são associados à figura da mulher dentro de um relacionamento e que, muitas vezes, se restringem a estereótipos, tais como a paranoia, como percebido no minuto 38:

“Andie: Em que está pensando?”

Ben: Estou assistindo ao filme.

Andie: O que se passa nessa cabecinha?

Ben: Que eu gosto desse filme.

Andie: Então não tem nada na cabeça? Quem é ela?

Ben: Quem é quem?

Andie: A menina em que está pensando.

Ben: Não estou pensando em uma garota.

Andie: Não dá para assistir a Meg Ryan e não pensar em outra garota”. (COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS. Direção: Donald Petrie, 2003. 38min00s)

Ao atribuir à Andie o papel de usar das feminilidades como forma de afastar a figura masculina, o roteiro reforça atitudes estereotipadas como sendo tradicionalmente femininas, além de reiterar que certos comportamentos das mulheres são considerados desagradáveis do ponto de vista da ótica masculina. Segundo Bourdieu (2012), essas ações têm como objetivo afetar a virilidade e a coragem de Ben, tornando-o uma figura “delicada” e associada pelo grupo masculino a características femininas.

As próprias amigas de Anderson se reúnem, durante a primeira hora do filme, para elencar um rol de atitudes repulsivas nos relacionamentos e a atribuir estes aspectos à figura da mulher. A estória concede a responsabilidade do fracasso nas relações exclusivamente às mulheres.

“Michelle: Depois de tudo isso, ele ainda não a dispensou?”

Andie: Isso pede medidas drásticas. Vamos, concentrem-se.

Michelle: Está sendo pegajosa?

Andie: Pegajosa, carente, chata.

Amiga: Fala como bebê?

Andie: De vez em quando. Posso reforçar isso.

Michelle: Eu era obcecada pelas ex do Mike.

Amiga: Melhor. Fale sobre seus ex-namorados”. (COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS. Direção: Donald Petrie, 2003. 01h00min08s)

Tratando-se de uma revista prevalente no mundo da moda, assim como em “O Diabo Veste Prada”, há o reforço de padrões estéticos por parte das jornalistas da Composure. Em uma cena que tem início no minuto 8, por exemplo, Michelle (Kathryn Hahn), colega de trabalho de Andie, desabafa sobre o término do seu namoro e estabelece que a separação tem raízes em sua aparência, ainda que a personagem também esteja dentro dos padrões de beleza sociais:

“Michelle: Sei por que ele me largou. Sou gorda demais”. (COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS. Direção: Donald Petrie, 2003. 08min30s)

Tal como em “The Post – A Guerra Secreta” e “O Diabo Veste Prada”, há a presença de uma mulher em posição de poder, neste caso, a editora-chefe da Composure, Lana Jong. Este aspecto é possível levando em consideração os preceitos de Bourdieu (2012), o qual afirma que este fenômeno deriva do fato de que o jornalismo é uma profissão considerada dominada, assim como a educação, por exemplo. Outro ponto de destaque é o número de mulheres dentro da redação: elas são maioria. Esta é uma realidade em países como o Brasil e Estados Unidos, mas acende o alerta para o fato de se tratar de uma redação de revista voltada para o campo das feminilidades, o que pode ser premissa para esta abundância de jornalistas. Tendo em vista o fato de que as mulheres são maioria na redação, elas estão constantemente discutindo sobre questões relativas ao trabalho, por isso, é importante frisar que o filme passa no Teste de Bechdel.

No que diz respeito aos aspectos organizacionais, o roteiro contempla o dia a dia da redação, apresentando aspectos profissionais como as reuniões de pauta. É, inclusive, durante uma das reuniões que Lana atribui à Andie o trabalho de escrever a coluna “Como Perder Um Homem em 10 Dias”. Além disso, a editora-chefe da Composure também se reúne com publicitários durante a trama, o que reforça a presença do jornalismo de mercado, levando em consideração a necessidade de subsistência por parte da revista. A hierarquia profissional

também se faz presente em momentos como a própria reunião de pauta, ocasião em que a editora-chefe estabelece que as decisões devem passar pelo crivo do *gatekeeper* e atender à linha-editorial da revista, como percebido no minuto 10:

“Lana: Qual é o próximo “Como Fazer” da Andie?”

Andie: Estou escrevendo algo diferente. É político...

Lana: Não. Você trabalha para a revista *Composure*. Nossa especialidade é moda, tendências, dietas, plásticas e fofocas”. (COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS. Direção: Donald Petrie, 2003. 10min01s)

No último ato do filme, Andie e Ben percebem que o experimento não foi bem-sucedido, já que o casal, de fato, se apaixona. Durante uma festa de divulgação da campanha publicitária, os dois descobrem as verdadeiras intenções um do outro, o que culmina no fim do relacionamento. Quando percebe que se envolveu amorosamente com sua fonte, Andie hesita ao escrever a matéria. Porém, Lana considera que a jornalista deve ser profissional e redigir o artigo de qualquer forma, afinal, a publicação da revista estava próxima e a coluna de Anderson era extremamente vendável.

Andie escreve o artigo de uma forma diferente ao assumir que tinha se apaixonado e que a experiência não funcionou da forma como havia previsto, objetivando a liberdade de temas para a coluna, prometida por Lana. Contudo, apesar de a editora aprovar o conteúdo do artigo, ela reforça que não há espaço para assuntos que não contemplem as feminilidades na revista *Composure*, como percebido no diálogo entre Lana e Andie após 40 minutos da primeira hora de filme. O roteiro reforça a ideia de que em revistas voltadas ao público feminino não devem contemplar temas politizados, pelo fato de estes não serem vendáveis perante as mulheres.

“Lana: Bem...Não é o que eu esperava. É melhor. Parabéns. Isso prova que você está pronta para seguir seu caminho. De agora em diante, escreva o que quiser.

Andie: Qualquer coisa?

Lana: Vá para onde o vento levá-la.

Andie: Até política?

Lana: O vento não a levará para lá.

Andie: E religião, pobreza, economia?

Lana: O vento é mais uma brisa leve.

Andie: Sobre o que posso escrever, Lana?

Lana: O que quiser. Sapatos, terapia com laser, roupas para todo tipo de corpo. Use a imaginação, o céu é o limite". (COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS. Direção: Donald Petrie, 2003. 01h40min52s)

Ao perceber que escrever sobre política e religião jamais seria possível na *Composure*, Andie decide abrir mão do trabalho. Assim como no caso de Andy de Anne Hathaway em "O Diabo Veste Prada", é conferida uma aura heroica à protagonista no que diz respeito à renúncia do trabalho que a frustra e à busca por um emprego que atenda às suas expectativas privadas. Novamente somos apresentados ao ideal de que problemas coletivos podem ser solucionados na esfera individual. Anderson recebe uma proposta de emprego em Washington, capital dos Estados Unidos e cidade conhecida pelo jornalismo político voraz, mas desiste do emprego quando, no momento em que embarca no táxi rumo ao aeroporto, é surpreendida pelo pedido de desculpas de Ben.

O trabalho da mulher no meio jornalístico no cinema é apresentado como uma via de mão-dupla: a mulher pode incorporar sua natureza fútil e trabalhar em redações e editorias femininas, os lugares ao qual pertence, ou então deve estar constantemente frustrada com a profissão, buscando um espaço no universo masculino que luta para, efetivamente, conquistar.

5.5. Conclusões

A partir da análise dos referidos filmes, foi possível obter uma perspectiva a respeito da representação das profissionais nos filmes *hollywoodianos*. O estudo comprovou a presença ou ausência das categorias selecionadas no que diz respeito ao exercício profissional e aos aspectos que tangem à subjetividade da mulher. O quadro a seguir condensa as categorias que aparecem com maior ou menor frequência.

Quadro 2 - Resultados

	O HOMEM DE AÇO	O DIABO VESTE PRADA	THE POST	COMO PERDER UM HOMEM EM 10 DIAS
PERFIL INTELLECTUAL	Não aparece	Não aparece	Não aparece	Não aparece
WATCHDOG	Aparece	Não aparece	Aparece	Não aparece
HEROÍSMO	Aparece	Aparece	Aparece	Aparece
PROFISSIONAL MULTIMÍDIA	Não aparece	Não aparece	Não aparece	Não aparece
JORNALISMO COMO MISSÃO	Aparece	Não aparece	Não aparece	Não aparece
ASPECTOS ORGANIZACIONAIS	Aparecem	Aparecem	Aparecem	Aparecem
JORNALISMO DE MERCADO	Não aparece	Não aparece	Aparece	Aparece
OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA	Não aparece	Não aparece	Não aparece	Não aparece
PROFISSIONAL REDUZIDA À FEMINILIDADE	Aparece	Aparece	Aparece	Aparece
MULHERES EM POSIÇÃO DE PODER	Não aparece	Aparece	Aparece	Aparece
CARACTERÍSTICAS MASCULINAS	Não aparecem	Aparecem	Não aparecem	Não aparecem
DUPLA JORNADA DE TRABALHO	Não aparece	Aparece	Não aparece	Não aparece
VIDA PESSOAL	Não aparece	Aparece	Aparece	Aparece
MULHERES COMO MAIORIA NAS REDAÇÕES	Não aparece	Aparece	Não aparece	Aparece
TESTE DE BECHDEL	Não passa	Passa	Não passa	Passa

Fonte: Araki, 2021.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dominação masculina é um traço presente na sociedade há séculos. A partir deste fenômeno, estruturas como o machismo e o patriarcalismo se engessam dentro da comunidade graças à insistente disseminação por parte dos indivíduos. Apesar da naturalização destes conceitos, pudemos perceber neste trabalho que tais tópicos não passam de construções sociais.

A dominação masculina passou por uma série de estágios ao longo do tempo, sendo questionada majoritariamente pelos esforços dos movimentos feministas em romperem com os padrões socialmente instituídos. Apesar dos avanços significativos, é possível inferir que a superioridade masculina permanece como um conceito prevalente no imaginário coletivo.

No que tange à identidade profissional do jornalista, foi possível concluir que determinados estereótipos permanecem frequentes na forma como os profissionais são vistos dentro da sociedade. Há um progresso em relação à representação e presença da organização jornalística nas obras, o que reforça o aspecto coletivo da profissão, mas ainda é conferida ao indivíduo a capacidade de solucionar problemas gerais mediante decisões que dizem respeito a sua subjetividade.

A forma como as mulheres no meio jornalístico são retratadas no cinema *hollywoodiano* é uma prova destas afirmações. Por meio de 14 categorias que englobam os aspectos relacionados à identidade profissional e às questões de gênero, foi possível concluir que diversos estereótipos permanecem frequentes nos filmes analisados. Mesmo que eles representem uma parcela do todo, a prevalência acende um alerta para a imagem da jornalista que é transmitida pela Sétima Arte.

Nos 4 filmes abordados neste trabalho, o que foi percebido com maior frequência é a disseminação de um ideal heroico associado à figura da jornalista. Mesmo que não seja percebido de formas tradicionais, o heroísmo, em muitas situações, é notado em atitudes como a renúncia em prol de um bem maior, como no caso de Andy Sachs (*O Diabo Veste Prada*), a qual abdica de um trabalho tóxico objetivando uma carreira profissional considerada digna. Há uma necessidade de atribuir ao indivíduo a capacidade de solucionar problemas no âmbito coletivo.

Outro aspecto preponderante é a constante redução da mulher ao campo da vida privada. Mesmo se mostrando capaz de exercer um trabalho bem feito, a mulher constantemente tem seus anseios reduzidos ao sentimentalismo, além de ser julgada por sua aparência física em detrimento das habilidades profissionais. Lois Lane (O Homem de Aço) é descrita como vencedora de um Prêmio Pulitzer e descobre a existência de seres extraterrestres no planeta. A publicação do furo, por outro lado, não é motivada pelos critérios jornalísticos, mas sim pela necessidade de que um “homem misterioso” saiba da sua existência.

Outro ponto que merece destaque é a presença da organização jornalística em todas as obras. Este aspecto evidencia a existência de processos por trás da profissão e contribuem para afastar o ideal coletivo de que o jornalismo não passa de uma profissão missionária e vocacional. Dentro da organização, pudemos notar mulheres em posição de poder em 3 dos 4 filmes, o que reforça os postulados de Bourdieu (2012) no que diz respeito ao fato de que uma mulher no poder é sintomático para o fato de a profissão ser considerada dominada no âmbito social.

No que tange à vida pessoal das jornalistas, foi possível concluir que a esfera privada é constantemente invadida pelo trabalho. Mesmo nas reuniões em família ou momentos de lazer, o trabalho é pauta frequente e preponderante na vida das mulheres. O ofício chega a prejudicar as relações interpessoais das personagens, o que é tratado de forma natural e romantizada dentro dos filmes.

Ainda que as mulheres representem uma minoria dentro do processo de produção dos filmes, as obras analisadas neste trabalho contam com profissionais do sexo feminino nos bastidores, o que representa um grande avanço. Inclusive, nota-se uma tentativa de fuga destes estereótipos, como no caso de Liz Hannah (roteirista de “The Post”), que buscou abordar a história de Katharine Graham a partir de uma ótica do feminismo, ainda que a ação não tenha atingido questões decisivas, como a relação entre público e privado na vida da mulher. Percebe-se que se trata de uma estrutura, as tentativas são reconhecidas, mas mesmo que tentemos nos desvencilharmos, o processo é longo, complexo e demanda ações coletivas.

Faz-se necessária, portanto, a constante busca para que mulheres ocupem espaços diversos dentro da sociedade em números expressivos. Somente a partir da participação do público feminino nas questões que nos tangem, poderemos discutir

pautas feministas e lutar para que os traços da dominação masculina se esvaíam da sociedade. Devemos nos ater a questões que consideramos problemáticas e a sinais de violência simbólica. É um trabalho que deve ser feito de forma coletiva e incessante.

Este trabalho também abre espaço para a importância da continuidade da pesquisa e investigação sobre estereótipos de gênero no cinema. Como jornalista, a renovação desta obra e a constante pesquisa a respeito da representatividade feminina nos *newspaper movies* faz-se um exercício fundamental, que demanda novos olhares, leituras e interpretações. Uma sugestão diz respeito às interseccionalidades: todas as jornalistas presentes neste trabalho são mulheres brancas, de classe média-alta e se encaixam em padrões heteronormativos da sociedade. A análise destes aspectos em futuros trabalhos se mostra fundamental.

O principal intuito desta análise é contribuir na quebra de paradigmas sociais milenares, muitos deles reforçados por meio da Sétima Arte, e incitar em outras mulheres o desejo pela mudança, ainda que pareça utópico. Este trabalho é um chamado para que todas possamos nos engajar em prol de uma sociedade plural, na qual possamos ocupar todos e quaisquer espaços que quisermos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRI, Zélia; RIBEIRO, Gilson. **Jornalismo online e identidade profissional do jornalista**. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), [s. /], 2000. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1214.pdf . Acesso em: 14 jun. 2021.

AMBRÓSIO, Milanna; GAVIRATI, Vitor; SIQUEIRA, Graciene. **Cinema e jornalismo: Uma análise da representação da prática jornalística em filmes**. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, Belém, 2014. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/norte2014/resumos/R39-0221-1.pdf> . Acesso em: 30 mar. 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Almedina Brasil, 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: Entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: Feminismo e subversão**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. Judith Butler no Brasil | **Quem tem medo de falar sobre gênero?** [legendado]. TV Boitempo, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cozmjJpMakM>. Acesso em: 20 jun. 2021.

COMO PERDER um homem em 10 dias. Direção: Donald Petrie. Roteiro: Kristen Buckley, Brian Regan, Burr Steers. Estados Unidos da América: Paramount Pictures, 2003.

CUCHE, Denys. **A Noção de Cultura em Ciências Humanas**. Bauru: Edusc, 1999.

DUBAR, Claude. **A construção de si pela atividade de trabalho: A socialização profissional**. Tema em Destaque : Trabalho e Formação de Professores, Scielo, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/zrnhPNJ4DzKqd3Y3nq7mKKH/?lang=pt>. Acesso em: 2 mar. 2021.

GURGEL, Telma. **Feminismo e luta de classe**: História, movimento e desafios teórico-políticos do feminismo na contemporaneidade. *Fazendo gênero: Diásporas, diversidades, deslocamentos*, [s. l.], v. 9, 2010. Disponível em: <http://www.mulheresprogressistas.org/AudioVideo/FEMINISMO%20E%20LUTA%20DE%20CLASSE> . Acesso em: 19 abr. 2021.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria de la acción comunicativa**. Madrid: Taurus, 1988. v. II.

HALL, Stuart. '**Quem precisa de identidade?**' in SILVA, Tomás Tadeu da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**'. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 103-133.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2018.

Magalhães, T. A. L. de. **O papel da mulher na sociedade**. *Revista Da Faculdade De Direito, Universidade De São Paulo*, 75, 123-134, 1980. Recuperado de: <https://www.revistas.usp.br/rfdusp/article/view/66895> . Acesso em: 25 mar. 2021.

MOLINA, Fernando; MEDEIROS, Benedito. **O perfil do jornalista 3.0: Novas competências necessárias o jornalismo no século XXI**. 8º Simpósio Internacional de Educação e Comunicação, Aracaju, 2017. Disponível em: <https://eventos.set.edu.br/simeduc/article/viewFile/8530/2839#:~:text=O%20grupo%20re%C3%BAne%20jornalistas%20profissionais,a%20uma%20hierarquia%20de%20produ%C3%A7%C3%A3o> . Acesso em: 5 jun. 2021.

MORETTIN, Eduardo. **Uma história do cinema**: Movimentos, gêneros e diretores. *In: Caderno de cinema do professor: dois*. São Paulo (Estado): Secretaria da Educação, Fundação para o Desenvolvimento da Educação, 2009. cap. 3, p. 46-71.

O DIABO veste prada. Direção: David Frankel. Roteiro: Aline Brosh McKenna. Estados Unidos da América: 20th Century Studios, 2006.

O HOMEM de aço. Direção: Zack Snyder. Roteiro: David S. Goyer. Estados Unidos da América: Warner Bros. Pictures, 2013.

PEDRO, Claudia; GUEDES, Olegna. **As conquistas do movimento feminista como expressão do protagonismo social das mulheres.** Anais do I Simpósio sobre Estudos de Gênero e Políticas Públicas, Londrina, 2010. Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/1.ClaudiaBraganca> . Acesso em: 7 maio 2021.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: O jornalismo como profissão.** Biblioteca on-line, 2004. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista>. Acesso em: 09 mar. 2021.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Os jornalistas-intelectuais no Brasil: Identidade, práticas e transformações no mundo social.** 2008. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/1155/1/TESE_2008_FabioHenriquePereira Acesso em: 18 abr. 2021.

PINTO, Ana Maria. **As diferenças de gênero na percepção do conflito trabalho-família.** 2000. Dissertação (Mestrado em Gestão de Recursos Humanos) - Universidade do Minho, Braga (Portugal), 2000. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/handle/10400.11/1226> . Acesso em: 14 maio 2021.

RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

ROXO, Michelle. **Profissão jornalista: Um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia.** 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2005. Disponível em: <https://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/michelleroxo> . Acesso em: 11 mar. 2021.

SANTOS, Marli dos; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Jornalismo no Feminino: a mulher jornalista, subjetividades e atuação profissional.** Comunicação & Sociedade,

São Paulo, v. 38, n. 3, p. 35-58, set./dez. 2016. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/19484/3/Artigo%20-%20Ana%20Carolina%20Rocha%20Pessoa%20Temer%20-%202016.pdf> . Acesso em: 24 abr. 2021.

SANTOS, Raissa. **Jornalismo do século XXI**: Profissão, identidade, papel social, desafios contemporâneos. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, João Pessoa, 2014. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0360-1.pdf> . Acesso em: 14 jun. 2021.

SERNA, Stella. **O último jornalista**: imagens de cinema. 2. Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

SODRÉ, Nelson. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TARAPANOFF, Fabíola. **Jornalistas no cinema: Imagens e representações**. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2011/resumos/R6-1274-1.pdf> . Acesso em: 30 abr. 2021

THE POST - A Guerra Secreta. Direção: Steven Spielberg. Roteiro: Josh Singer, Liz Hannah. Estados Unidos da América: 20th Century Studios, 2017.

THIBES, André; NICOLETTI, Janara. **Evolução salarial dos jornalistas de 2005 a 2015**: Indicativos de precarização do trabalho. In: 15º encontro nacional de pesquisadores em jornalismo SBPJor, 2017, São Paulo. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/748/329> . Acesso em: 6 abr. 2021.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. 2.^a reimpressão. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2003.

_____. **A Tribo Jornalística**: Uma comunidade transnacional. Lisboa (Portugal): Editorial Notícias, 2004.

_____. **Teorias do jornalismo**: Porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. v. I.

TRAVANCAS, Isabel. **Jornalista como personagem de cinema**. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande, 2001. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/126095204111040878962932586357600200383.pdf> . Acesso em: 19 maio 2021.

VIANA, Beatriz. **A mulher jornalista no cinema**. Curitiba: Appris, 2020.

VIEIRA, Geraldinho. **Complexo de Clark Kent – São super-homens os jornalistas?** São Paulo: Summus, 1991.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 23691 Setor Universitário
Cidade Postal 86 17.867-7665-000
Goiânia - Goiás - Brasil
Fone: (51) 3063.3091 ou 30891 Fax: (51)
3046.5059
www.pucgoias.edu.br | prodim@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Yvoneia Soares Oliveira Lima
do Curso de Aperfeiçoamento, matrícula 2020102200100,
telefone: (62) 9100-1065, e-mail yvoneia_soares_oliveira@pucgoias.edu.br, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Representação da Música Operadística em um contexto contemporâneo e questões da identidade
profissional e estética de gênero
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 05 de maio de 2020.

Assinatura do(s) autor(es): Yvoneia Soares Oliveira Lima

Nome completo do autor: Yvoneia Soares Oliveira Lima

Assinatura do professor-orientador: Sabrina M. de M. Oliveira

Nome completo do professor-orientador: Sabrina Marlene de Moraes Oliveira