

O Papel do Jornalista do Século XXI: Reflexões a Partir do Filme *O Diabo Veste Prada*¹

Giovanna RÊGO²
Fernanda MARTINSS³
Maria Eduarda MACHADO⁴
Tainária PIRES⁵
Juliana TEIXEIRA⁶
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Este artigo objetiva debater a multifuncionalidade do jornalista, ressaltando a competitividade para ganhar destaque no mercado, com o objeto de estudo o filme *O Diabo Veste Prada*, criado por David Frankel (2006). A metodologia usufrui do estudo de caso e da análise de conteúdo para identificar a relação do cenário cinematográfico com o jornalismo real. Os resultados mostram desafios jornalísticos que devem ser mitigados, com a desmistificação dos estereótipos.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Cinema; Produção jornalística; Análise de conteúdo; O Diabo Veste Prada

INTRODUÇÃO

Com a identidade pessoal, precarização do trabalho e a relação entre integridade pessoal e profissional, é perceptível que “o paradigma jornalístico evolui lentamente, mas mantém uma certa coerência interna que o torna reconhecível para aqueles cuja prática discursiva ele governa ou para aqueles que estudam sua produção” (Charron; Bonville, 2016, p 103). No entanto, elementos que apresentam configuração estável podem sofrer mutações em determinados momentos, acarretando em uma adaptação generalizada e formando, assim, uma metamorfose na sua configuração. Nessa perspectiva, faz-se necessário debater sobre a precarização do trabalho, muitas vezes glamourizada pelos próprios profissionais, por gerar uma frequente disputa de poder e impor um rígido padrão de vestimenta como forma de reconhecimento profissional.

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Cinema e Audiovisual e Interdisciplinaridade, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, email: gimoreg@ufpi.edu.br

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, email: fernanda.santana@ufpi.edu.br

⁴ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, email: maria.servolo@ufpi.edu.br

⁵ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, email: tainariapires@ufpi.edu.br

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFPI e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFC. E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com

Portanto, a análise exploratória, qualitativa e quantitativa de conteúdo se dedica aos temas expostos no filme *O Diabo Veste Prada*, com o objetivo de compreender como os profissionais de jornalismo se posicionam diante da multifuncionalidade exigida no mercado, além da necessidade de ter que se vestir “apropriadamente” para ser reconhecido, do assédio moral e sexual na profissão e da competitividade para se sobressair.

O Diabo Veste Prada foi lançado em 2006 e é, até hoje, considerado uma referência cinematograficamente falando. É uma comédia tradicional, com toques de romance e humor ácido, focado na carreira de uma recém formada jornalista, Andrea Sachs (interpretada por Anne Hathaway), que consegue um emprego na *Runaway Magazine*, ficcional revista de moda mais importante de Nova York. No decorrer da trama, Andy, como Andrea gosta de ser chamada, passa a trabalhar como assistente de Miranda Priestly (vivida por Meryl Streep), principal executiva do veículo, nos mostrando a realidade de muitos profissionais da comunicação, evidenciando a questão da multifuncionalidade, necessidade de se vestir para ser reconhecido como profissional, a competitividade, entre outras características exigidas do profissional.

Historicamente, a busca pelo profissional perfeito era baseada na realização de uma única tarefa. Com o surgimento dos meios de comunicação no início do século XXI, a profissão do jornalista se tornou ainda mais complexa, com a demanda pelo profissional multifuncional se intensificando. Para se destacar no mercado de trabalho, é necessário saber manusear a maioria dos aplicativos de produção de conteúdo, redes sociais digitais e muitas outras tarefas, além de ter conhecimento acadêmico. De acordo com Salaverría, “a convergência profissional impacta diretamente no papel do jornalista. Ela diz respeito à construção da identidade do profissional, capacitação, responsabilidades e funções que ele passa a assumir” (Salaverría, 2003, p. 106 - 107). A exemplo disso, ter a chance de trabalhar com jornalistas como a personagem Miranda passa a ser a oportunidade que muitos sonham em conseguir, constantemente declarado no longa, por exigir muita responsabilidade, habilidade para lidar com várias funções e estar no centro dos olhares profissionais da alta sociedade.

A partir disso, pode-se perceber que essa convergência dificulta a realização de um trabalho de qualidade pelos jornalistas, ao passo que quando expostos a rotinas de exaustão e sobrecarga, não conseguem desempenhar um trabalho de qualidade. Durante

o filme, é notório a exploração e pressão constantes a que a personagem é submetida, fato que vai além das produções cinematográficas hollywoodianas, se aproximando da realidade da classe jornalística do mundo todo.

Aliado à multifuncionalidade exigida pelo profissional, o assédio moral está diretamente relacionado às configurações sociais, culturais, organizacionais e políticas do sistema de produção. Para a especialista Marie France Hirigoyen, “o assédio moral no trabalho é qualquer conduta abusiva (gesto, palavra, comportamento, atitude...) que atente, por sua repetição ou sistematização, contra a dignidade ou integridade psíquica ou física de uma pessoa, ameaçando seu emprego ou degradando o clima de trabalho” (Hirigoyen, 2010. p.65). Nesse contexto, é importante estar atento aos impactos negativos dessa vertente do assédio, que afetam a saúde individual e coletiva dos trabalhadores, gerando queda da produtividade e doenças psicossomáticas.

Para além do universo da revista ficcional *Runaway Magazine*, o mundo real não é diferente. Assim como no filme, o ambiente de trabalho com competição acirrada, metas descabidas, ritmo acelerado e inflexibilidade nas decisões são algumas das características das manifestações de violência interpessoal presentes na rotina exaustiva de Andy e de muitos jornalistas da atualidade.

No ambiente do filme *O Diabo Veste Prada*, a personagem Andy também sofre pressões estéticas, quanto à sua maneira de se vestir, tanto das suas colegas de trabalho, quanto da sua própria chefe. Segundo o teórico Paul Schilder (1999), esse fenômeno só é possível por existir uma imagem corporal, em que o próprio físico passa por uma construção mental, baseada em como o indivíduo é visto na sociedade. Para ele, "a imagem corporal é influenciada diretamente pelo sociocultural, ou seja, o corpo se ajusta às exigências e regulamentos do meio em que o ser está inserido". Ou seja, além de ser uma construção cognitiva, a imagem corporal também é uma reflexão dos desejos, atitudes emocionais e interação com os outros, a qual devemos atentar para evitar problemas maiores mental e fisicamente.

É cada vez mais comum a adesão de novos hábitos em nossas vidas para sermos aceitos em certos ambientes. No filme, a Andy sente os reflexos dessa exclusão social e se sujeita a transformações em seu estilo de vestimenta e até cabelo, para que possa se sentir aceita no contexto social. Para os teóricos Secchi, Camargo e Bertoldo (2009), essa relação está diretamente ligada a uma estrutura sociológica que segue tendências,

onde determinados grupos costumam valorizar o indivíduo conforme a roupa, os acessórios e seus gestos. No decorrer do longa, essa perspectiva é intensificada, visto que o trabalho da personagem é em uma revista de moda, cujo seu principal produto é a aparência ideal, além de estabelecer padrões até os dias de hoje.

Portanto, paralelo ao filme, os padrões estabelecidos pela mídia são seguidos fielmente por muitos no mercado de trabalho atual. É notório que a aparência sofisticada e confiante que a personagem principal adere traz mais profissionalismo e, conseqüentemente, reconhecimento. Paralelo à obra, pesquisas da *Temple University* comprovam que o reconhecimento com o uso de vestimenta vai além do que é proposto na *Runaway Magazine* e deve ser levado em consideração em qualquer ambiente de trabalho.

Apesar das mudanças no jornalismo, os profissionais ainda seguem um modelo padronizado, priorizando a entrega dos fatos, independentemente das circunstâncias. Isto é, para além dos princípios que regem a profissão – a sua institucionalização –, entram em jogo aspectos próprios da organização, as questões empresariais e de rotina produtiva, até nos produtos mais artesanais (Schudson, 2010). A saturação e a cobrança organizacional vivenciada pelos jornalistas dentro das rotinas produtivas, dificulta o exercício da profissão. Além dessa cobrança, os donos dos meios de comunicação ainda estabelecem uma falsa ideia de competitividade para que os profissionais tenham a sensação de vigilância constante.

O reconhecimento profissional nada mais é do que uma cortina de fumaça para idealizar a valorização do trabalho, quando na verdade se está sendo fantoche do sistema capitalista. Para o filósofo István Mészáro, no livro *Além do Capital* (2002), a precarização do trabalho no cenário organizacional é definida como “a precarização da força de trabalho no mais alto grau praticável, na esperança de melhorar as perspectivas de acumulação lucrativa do capital, enquanto se finge uma preocupação com a garantia dos empregos e com a redução do desemprego” (Mészáros, 2002, p.330). Por isso, o profissional tem a ideia de ter que dar o melhor sempre, em detrimento de um aumento ou até mesmo reconhecimento profissional.

METODOLOGIA

Com o intuito de compreendermos o fenômeno da multifuncionalidade exigida pelos jornalistas, o assédio moral presente em ambientes de trabalho, a mudança estética para ser reconhecido como profissional e a competitividade exercida no jornalismo realizamos esse estudo de caso (Yin, 2005), com pesquisa bibliográfica em torno dos temas abordados no filme *O Diabo Veste Prada*, bem como a análise de seu conteúdo (Bardin, 2004), para maior compreensão sobre as mudanças acerca da profissão.

Além disso, a metodologia ainda utiliza dos conceitos da análise do discurso crítica (ADC), desenvolvidos por Chouliaraki e Fairclough no *Discourse in late Modernity* (1999). Aliado a definição gramsciana de hegemonia de acordo com Gomes (2013), os conceitos analisados determinam que o exercício de poder não acontece apenas pela coerção, mas também por instituições sociais, cuja eficácia está na naturalização de formas particulares de representação social

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O filme *O Diabo Veste Prada* tenta revelar os bastidores da produção do jornalismo, sobretudo de moda, incluindo os sacrifícios realizados por quem decide se aventurar nesta selva profissional e o jogo de ganha-perde a que o profissional está sujeito para crescer na profissão. Nesse quesito, é de extrema importância destacar que os aspectos da profissão retratados no filme são bastante próximos ao cotidiano de muitos jornalistas do século XXI. Nesse contexto, urge a necessidade de estarmos atentos aos impactos negativos de uma rotina exaustiva regada pela competitividade, assédio moral, multifuncionalidade exigida, além da vestimenta adequada para validação profissional.

REFERÊNCIAS

- BARROS, D. D. **Imagem corporal: a descoberta de si mesmo**. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 12, n. 2. 2005.
- CHARRON, J.; BONVILLE, J. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016
- HIRIGOYEN, Marie France. **A violência perversa do cotidiano**. Tradução: Maria Helen Huhner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010, p. 65



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Natal/RN - 08 a 10/05/2024

MÉSZÁROS, István. **Para além do capital : rumo a uma teoria da transição**. Tradução: Paulo Cezar Castanheira, Sérgio Lessa. - 1.ed. revista. - São Paulo : Boitempo, 2011

SCHILDER, Paul. **A imagem do corpo: as energias construtivas da psique**. 3. ed. São Paulo, 1999.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2010