

Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Periodismo

La figura del periodista en el cine de los Estados Unidos

Alumno: Adrián Morales Pinto

Tutor: Dr. Luis Fernando de Iturrate Cárdenes

Curso académico

2016-2017

Luis Fernando de Iturrate Cardenes. Profesor Titular de Universidad que ejerce docencia en la Facultad de Ciencias Políticas Sociales y de la Comunicación de la ULL y perteneciente al Área de Comunicación Audiovisual.

Hace constar que el Trabajo de Fin de Grado titulado:
“La figura del periodista en el cine de los Estados Unidos”

realizado por el alumno, Adrian Morales Pinto, reúne las condiciones establecidas para su exposición y lectura.

La Laguna a 11 de julio de 2017



Fdo Luis Fernando de Iturrate Cárdenes

Índice

1. Resumen	3
2. Introducción	4
3. Justificación	5
4. Antecedentes y estado actual del tema	6
5. Marco teórico	8
6. Objetivos e hipótesis	9
7. Metodología	10
8. Resultados y análisis	11
8.1. Estado Civil	13
8.2. Alcohol, tabaco y otras drogas	15
8.3. Género de los periodistas y obsesión con el trabajo	18
8.4. Estudios y veteranía	19
8.5. Ética profesional	21
9. Conclusiones	23
10. Bibliografía	26
11. Filmografía	27

Resumen:

El cine estadounidense ha elaborado una nada insignificante cantidad de largometrajes dedicados en parte o por completo al mundo del periodismo. En estas películas se ha representado la imagen del periodista de múltiples formas, aunque hay ciertos tópicos o estereotipos en los que el séptimo arte ha podido caer al presentarnos a estos personajes.

Si consideramos que el cine, con su lenguaje y sus recursos, es capaz de influenciar a sus audiencias transmitiéndoles no solo sentimientos sino también percepciones, podremos estar de acuerdo en que se trata de un potente generador y difusor de opinión pública. Esto lo hace capaz, entre otras cosas, de cambiar para bien o para mal la imagen que se tenga en el imaginario social de un colectivo concreto.

Este análisis tiene varias metas, pero la más importante y fundamental es la de ofrecer, a través de un análisis de contenido de ciento catorce películas relacionadas estrechamente con el periodismo y publicadas desde la década de 1930 hasta la actualidad (2017), una imagen general sobre el periodista que se nos suele mostrar en las producciones de Hollywood. Gracias a este estudio, también se espera averiguar si los estereotipos que suelen estar vinculados a los profesionales de la comunicación son difundidos o no a través de la gran pantalla.

Palabras clave:

Periodismo - Cine - Estereotipos - Películas - Análisis

Summary:

American cinema has produced an none insignificant amount of feature films dedicated in part or in full to the world of journalism. In these films the image of the journalist has been represented in multiple forms, although there are certain clichés or stereotypes in which the seventh art has been able to fall when introducing us to these personages.

If we consider that cinema, with its language and resources, is able to influence its audiences by transmitting not only feelings but also perceptions, we can agree that it is a powerful generator and diffuser of public opinion. This makes it capable, among other things, of changing for good or for bad the image that has in the social imaginary of a concrete collective.

This analysis has several goals, but the most important and fundamental is to offer, through a content analysis of one hundred and fourteen films closely related to journalism and published from the 1930s to the present (2017), an overview of the journalist that Hollywood productions usually show us. Thanks to this study, we also hope to find out if the stereotypes that are usually linked to communication professionals are broadcast or not through the big screen.

Key Words:

Journalism - Cinema - Stereotypes - Films - Analysis

Introducción

La industria cinematográfica es experta en contar historias fantásticas. Se podría decir que el cine es capaz no solo de ser el mejor cuentacuentos, sino el mejor escritor de ficción. Sin embargo, no todo lo que nos muestra el cine son historias inventadas con el fin de entretener a una audiencia. En muchas ocasiones, el cine se limita a ser un narrador de hechos que suceden en la realidad. No obstante, a veces resulta difícil para el espectador discernir acerca de si lo que nos muestra el séptimo arte es la realidad o se trata meramente de un estereotipo.

Es por este motivo por el que resulta tanto importante como interesante para la sociedad en su conjunto estudiar dentro del cine, qué es un reflejo de la realidad y qué es un constructo social aceptado comúnmente. En este caso, este estudio se centrará en la figura del periodista. En los últimos años el periodismo, según estudios del barómetro del Centro de Investigaciones Sociales (CIS), ha sido con amplia diferencia una de las profesiones menos valoradas por los españoles.

Esta investigación pretende saber si las películas han podido influenciar en la opinión pública a través de la imagen que ofrecen del mundo del periodismo. Cabe destacar que ninguna de las películas es española, son todas películas estadounidenses, pero este tipo de producciones siempre se han consumido en España.

Por otra parte, en Estados Unidos la profesión tampoco es muy apreciada, de hecho, según la página web de empleo CareerCast, que realiza estudios para descubrir cuáles son las profesiones más y menos valoradas cada año, la peor profesión posible en 2017 era la de reportero de noticias.

Que se cuente con una visión tan negativa sobre esta profesión puede ser debido a muchos factores. La Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) ha denunciado en los últimos años la precariedad laboral, el intrusismo y los bajos sueldos a los que se enfrentan los periodistas en el ejercicio de su profesión. Además, no hay que olvidar que el informador trabaja de cara al público, por lo que todo esto sumado a algún caso de mala praxis, puede haber deteriorado la figura del profesional de la comunicación y la de su trabajo.

Los medios de comunicación como la prensa escrita, la radio o la televisión tienen una gran influencia en su público, aunque no suelen ofrecer a sus audiencias información acerca de cómo es su profesión o cómo realizan su trabajo. El cine, sin embargo, sí que ha expuesto durante años una imagen de la profesión y de sus profesionales en muchas películas. Esto hace que su influencia a la hora de alterar nuestra percepción sobre el periodismo sea mayor.

¿Cómo se nos muestra al periodista en el cine? ¿Es alguien exitoso o no? ¿Cuenta con una gran familia o por el contrario suele tener una vida solitaria? ¿El periodismo es una profesión de hombres o hay hombres y mujeres por igual? Estas preguntas y algunas más han intentado ser contestadas a través de un estudio pormenorizado de ciento catorce películas. Dicho estudio se ha llevado a cabo a través de un análisis de contenido cuantitativo.

Justificación

La elección de este tema ha sido efectuada basada en su estrecha conexión con el periodismo y con la línea de investigación por la que se quería optar, en este caso el cine. El denominado séptimo arte es capaz de transmitir no solo emociones a los espectadores, sino también percepciones. En las películas vemos situaciones, personajes, valores, conflictos y estereotipos sociales que de una manera o de otra, pueden influenciar mucho nuestra opinión acerca de determinados temas.

El cine, como medio de comunicación de masas, es un gran generador y difusor de opinión pública. Actualmente, en los más de cien años de historia del cine, no hay casi ningún asunto que no haya sido llevado a la gran pantalla. En este estudio nos centramos en la representación del periodismo, que ha sido una profesión ampliamente expuesta en los largometrajes, debido al interés que suscita saber qué imagen traslada el cine sobre los periodistas a los espectadores.

Este interés viene dado, entre otras cosas, por la devaluación que ha sufrido la profesión del periodista en los últimos años. Al averiguar la representación que el cine ofrece a su audiencia de manera sistemática sobre los hábitos o los valores que representan los profesionales de la comunicación, estamos descubriendo si el cine ha podido contribuir a esa mala imagen con la que actualmente cuenta el periodismo.

Por otra parte, otro motivo que justifica el hecho de este estudio es lo poco que se ha analizado la figura del periodista en el cine estadounidense. Tras una búsqueda exhaustiva de estudios similares, solo se ha podido encontrar uno, que recoge datos hasta 2007, por seis profesores doctores y licenciados en Ciencias de la Información. Esta investigación es muy recomendable, sin embargo, en ella no se cita cuáles han sido las películas analizadas, por no hablar de que se trata de un estudio algo desfasado, ya que no cuenta con el análisis de los últimos largometrajes relacionados con el periodismo, como *Spotlight*, ganadora del Óscar a mejor película en 2015.

Antecedentes y estado actual del tema

Como se explica en el apartado anterior, existen escasas investigaciones similares a la que se está exponiendo en este estudio. Esto sucede, entre otras cosas, por analizar no solo el periodismo en sí en la gran pantalla, sino la figura que se nos ofrece del periodista, por no hablar de que en este análisis solo se han examinado películas estadounidenses, excluyendo las producciones del resto de países.

El estudio del que se hablaba en el anterior apartado lleva por nombre *El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados* (2010). Esta investigación tiene casi las mismas pautas que esta, pero cuenta con algunas diferencias sustanciales. La primera de ellas es que las películas que se han analizado llegan hasta el año 2007, mientras que en esta investigación hay hasta quince películas publicadas tras ese año. La segunda es que no se han estudiado el mismo número de variables y la tercera y última es que en este estudio solo se analizan producciones estadounidenses, mientras que en el otro no.

Las conclusiones que sacaron los investigadores en este estudio fueron en algunos casos negativas para la imagen del periodismo y en otras no tanto como ellos habían pensado. Por un lado, la investigación confirmó la presencia de ciertos estereotipos, tales como el de los periodistas incapaces de tener pareja debido a su obsesión con el trabajo. Mientras, por otro lado, tópicos como el de que los periodistas beben o fuman más de la cuenta no se presentaron de una forma tan asidua.

En este estudio que los únicos largometrajes que se analicen sean de Estados Unidos no ha sido un hecho fortuito. Estados Unidos es y ha sido la mayor potencia mundial política y económicamente durante el siglo XX y lo que llevamos de XXI, por lo que es sabido que ha sido también el mayor exportador de cine y, por consiguiente, de las ideas que son representadas en este.

Por otra parte, es en Estados Unidos donde se ha efectuado un gran trabajo a lo largo de los años con el objetivo de escenificar a los periodistas y a su profesión. La primera película que es estudiada en esta investigación data de 1931. Desde ese momento hasta la actualidad (2017), las películas relacionadas con el mundo del periodismo no han dejado de producirse.

Con respecto a este apartado es quizá interesante saber que en este estudio se han analizado al menos diez películas vinculadas de mayor o menor manera al periodismo en todas las décadas (incluyendo la actual), exceptuando los años 60 y los 70, en los que se analizaron siete y ocho películas respectivamente. Sería interesante averiguar por qué la producción de películas que trataban el periodismo de cerca disminuyó notablemente en esas décadas, aunque esto sería materia de otra investigación.

Otra referencia significativa a la hora de tratar los antecedentes de esta investigación es el libro *Frank Capra and the Image of the Journalist in American Film (2002)*, escrito por Joe Saltzman, profesor de periodismo en la Universidad del Sur de California (USC). Saltzman probablemente sea el mayor estudioso con respecto a la imagen que se tiene de los comunicadores en nuestra sociedad.

Saltzman también es director del proyecto Image of the Journalist in Popular Culture (IJPC). Este proyecto cuenta con una base de datos con más de ochenta mil referencias acerca de periodistas representados no solo en el cine, sino en cualquier tipo de medio. De esta forma, podemos obtener resultados sobre periodistas mostrados en escenarios tan variados como los videojuegos, la música, los anuncios, los dibujos animados o los cómics.

Por otro lado, existen otros estudios que se han centrado en analizar en profundidad una década concreta de representación del periodismo en la gran pantalla, como la tesis doctoral de Olga Osorio (2009), centrada en la imagen que se ofreció en el cine de las periodistas durante la última década del siglo XX. En esta investigación se llega a la

conclusión de que la presencia de mujeres periodistas ha ido en aumento a lo largo de los años.

También cabe destacar las investigaciones cuyo objetivo principal ha sido el análisis de la obra de un director en concreto. Este es el caso de la tesis doctoral de Simón Peña Fernández (2012), que trata la imagen que ofrece sobre los periodistas el director Billy Wilder, autor de obras tan relevantes para el mundo de la prensa como *El gran carnaval* (1951) o *Primera plana* (1974), ambas películas sumamente críticas con el trabajo de los periodistas.

Otras publicaciones se han centrado en remarcar la dualidad que parece existir en el cine a la hora de representar la ética del periodista. Libros como *Journalism in the Movies* (2004), *Journalists in Films: Heroes and Villains* (2009) o *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture* (2015) analizan como el cine se ha empeñado en mostrar a los periodistas como héroes o como villanos. Esto sucede en la inmensa mayoría de largometrajes siendo solo en unos pocos en los que se muestra a los comunicadores como un colectivo de trabajadores normal.

Marco teórico

En esta investigación se ha optado por utilizar como método para conseguir unos resultados fiables el análisis de contenido cuantitativo. Según Berelson (1952) un análisis de contenido es “una técnica de investigación para describir de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de la comunicación”.

Partiendo de esta definición, en este trabajo se plantean unas determinadas hipótesis, se selecciona un objeto de estudio y se establecen una serie de reglas con el objetivo de detectar la frecuencia con la que aparecen una sucesión de datos o de informaciones que sean de utilidad de cara a refutar o ratificar los supuestos que se formulan.

Esta técnica de investigación es objetiva con el fin de que otro grupo de investigadores pueda realizar las mismas conjeturas que en este estudio han sido expuestas y conseguir los mismos resultados, siguiendo paso por paso el trabajo realizado en esta investigación, es decir, analizando la misma muestra y estableciendo la misma serie de reglas que se han explicado aquí.

Varios investigadores como Hostil y Stone (1969) afirman que el motivo primordial por el que se realiza un análisis de contenido es porque se quieren extraer inferencias. Según

la Real Academia Española, inferir, según su primera acepción, es “deducir algo o sacarlo como conclusión de otra cosa”. Así pues, cuando realizamos un análisis de contenido lo que estamos haciendo es extraer datos que pueden interpretarse y que nos ofrecen una información distinta a la que puede verse directamente.

Krippendorff (1990) por su parte define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”.

Tomando en cuenta todas estas definiciones y el carácter de esta observación, en la que se pretende analizar un gran número de películas con el fin de identificar qué aspectos suelen reproducirse con constancia en ellas, se ha resuelto que el análisis de contenido cuantitativo era la técnica de investigación más apropiada.

Objetivos e hipótesis

El objetivo principal de esta investigación es ofrecer una idea general de cómo se presenta al periodista en el cine. Para conseguir este fin, otro de los objetivos debe ser averiguar, mediante las técnicas de investigación pertinentes, si los estereotipos que se ciernen sobre la figura del periodista son llevados a las pantallas de cine.

Las hipótesis que se barajan son las siguientes:

- Los profesionales de la prensa son representados en las películas como ávidos bebedores y fumadores.
- Se muestran más periodistas hombres que mujeres, dando a entender que la profesión es propiamente masculina.
- Los periodistas suelen estar obsesionados con su trabajo y no son capaces de mantener una saludable vida familiar. Por este motivo suelen ser representados como personas solitarias.
- En muchas ocasiones, la imagen que se traslada del periodista es la de una persona sin ética que hace lo que sea por conseguir su objetivo. Por el contrario, si la imagen que se transmite no es esa, es probable que el periodista sea mostrado como un héroe cuyo único objetivo sea descubrir la verdad.
- Al contrario que en otras profesiones, el periodismo puede ser ejercido por personas que no tengan estudios relacionados con él.

- Los periodistas que se nos muestran en pantalla suelen ser veteranos, hay escasos o nulos periodistas novatos.

Metodología

Para poder llevar a cabo esta investigación se ha optado por realizar un análisis de contenido de ciento catorce películas. Las películas elegidas tienen una clara relación con el mundo del periodismo, son todas producciones estadounidenses y han sido publicadas entre 1931 y 2015. De esta forma, contamos con dieciocho películas de los años treinta, catorce de los cuarenta, diecisiete de los cincuenta, siete de los sesenta, ocho de los setenta, catorce de los ochenta, trece de los noventa, trece de los dos mil y diez a partir de dos mil diez.

Con el fin de obtener unos resultados claros se han visualizado todas las películas y se ha realizado una ficha, con diversas casillas, que recoge todos los datos necesarios para poder responder a las hipótesis planteadas y sacar conclusiones.

La ficha responde a si los periodistas representados beben, fuman o utilizan otro tipo de drogas. También recoge datos sobre su edad, género y estado civil. Por otro lado, el documento reúne información acerca del medio en el que trabajan los periodistas, de sus estudios (si es que los guionistas han visto oportuno relevar el dato a lo largo de la película), de su grado de veteranía, de su ética profesional y de su posible obsesión con el trabajo.

Algunos de los apartados que se recogen en el trabajo cuentan con diversas opciones. El aspecto de edad cuenta con cinco grupos. El primer grupo lo conforman personas de cero a veinte años, el segundo de veinte a treinta y cinco, el tercero de treinta y cinco a cincuenta, el cuarto de cincuenta a sesenta y cinco y el último está formado por personas de más de sesenta y cinco años.

Por otra parte, la sección de estado civil recoge también cinco posibles opciones. En este caso se trata de un grupo de solteros, otro de periodistas con pareja, otro de casados, uno de viudos y un último de divorciados. En el apartado del medio de comunicación existen tres opciones, prensa, radio y televisión. Por último, la parte centrada en la ética profesional ofrece tres opciones, en las que se encasilla, por un lado, a los periodistas que solo miran por sí mismos, por otro, a los que solo les importa su medio de comunicación y, para finalizar, a los que están comprometidos con la sociedad.

A pesar de todas las referencias que se ofrecen en la ficha, cada película es distinta y en ocasiones es difícil interpretar correctamente la imagen que se traslada del periodista, sobre todo si son muchos profesionales de la comunicación los que son interpretados en un mismo largometraje. Sin embargo, en el apartado de análisis y resultados, los criterios que se han seguido podrán ser explicados con un poco más de minuciosidad al citarse ejemplos de películas.

Resultados y análisis

Para empezar con los resultados del análisis, es interesante partir de dos secciones de la ficha que no responden a las hipótesis planteadas, pero que sí que ayudan a ofrecernos una imagen del periodista prototipo que es representado en el cine. Además, a pesar de que estos datos por sí mismos no son capaces de decirnos mucho, sí que resultan buenos complementos a otras referencias que ofrecen una respuesta directa a las hipótesis. Estos datos son la edad de los periodistas representados y el medio en el que trabajan.

Comenzando por el medio de comunicación, en el 77.87% de las ciento trece películas analizadas (se excluye Rumores que matan (2000) al no parecer ningún medio, puesto que está basada en unos estudiantes de periodismo) aparecen periodistas trabajando en periódicos. Esto no significa necesariamente que en ese porcentaje de películas no aparezca la radio o la televisión, solo significa que en el 22.13% de las ciento trece películas, la prensa escrita no ha hecho acto de presencia.

La televisión aparece en el 28.31% de los largometrajes, un número no desdeñable teniendo en cuenta que la primera película en la que aparece este medio es Mientras Nueva York duerme (1956). Con respecto a la televisión, no está de más mencionar que en los últimos años, concretamente desde mediados de los años setenta, ha estado apareciendo en cada vez más películas, comiéndole terreno a la prensa escrita.

Por último, podríamos decir que la gran perdedora, en lo que se refiere a popularidad entre los directores de cine, es la radio, que solo aparece en el 7.96% de las películas. Esto último puede deberse al atractivo que supone rodar en exteriores, algo que se hace mucho en este tipo de películas, en las que la mayoría de periodistas representados suelen ser reporteros. Es posible que representar el trabajo en una radio se le antoje más difícil a algunos directores, a los que les parecerá más atrayente la prensa o la televisión.

Con respecto a la edad, el grupo de edad que más se ve representado, sin duda alguna es el que abarca a los periodistas entre treinta y cinco y cincuenta años, que se muestran en el 85.96% de las películas. Le sigue no muy alejado el grupo de veinte a treinta y cinco años, con un 61.40% de representación. El siguiente es el grupo que comprende entre los cincuenta y los sesenta y cinco años, con un 49.12%. Los últimos son el grupo de más de sesenta y cinco años, con un 12.28% y finalmente, casi con una nula representación, el grupo de cero a veinte años, con un 0.87%.

Con la finalidad de realizar el estudio de la manera más objetiva posible en lo que respecta a este aspecto, no se han hecho especulaciones acerca de la edad que tienen los personajes que aparecen en los largometrajes. Los porcentajes han sido obtenidos al buscar qué edad tenían las actrices y los actores que interpretaban a los periodistas en el momento en el que rodaron la película.

Estos datos son bastante interesantes si tenemos en cuenta que el grupo de veinte a treinta y cinco años no está mucho más representado que el de cincuenta a sesenta y cinco. Solo les separan catorce películas, es decir, el número de películas en las que salen representados los periodistas del grupo de más de sesenta y cinco años. Esto quiere decir que el número de profesionales de la comunicación mostrados en el cine entre veinte y treinta y cinco años es igual al número de periodistas representados de más de cincuenta años.

Ha sido curioso observar cómo a medida que las películas eran más actuales, la media de edad de los actores solía aumentar. De esta forma, si comprobamos las edades de los periodistas expuestos a partir de la década de los años 90, vemos como el grupo de cincuenta a sesenta y cinco años y el de más de sesenta y cinco, aumentan considerablemente su porcentaje de representación.

De esta forma, analizando las treinta y seis películas más actuales, el grupo de mayor representación seguiría siendo el de treinta y cinco a cincuenta años, que aparece en el 97.22% de las películas, es decir, en casi su totalidad. El segundo lugar sigue estando ocupado por el grupo de veinte a treinta y cinco años, con un 66.66%. Le sigue muy pegado el grupo de cincuenta a sesenta y cinco años, que ahora cuenta con un 61.11% de representación. Por último, el grupo de más de sesenta y cinco años hace acto de presencia en el 30.55% de las películas.

Estos datos indican que, en su totalidad, en las películas vinculadas al periodismo y estrenadas en los últimos años se muestra a más profesionales de la comunicación de más de cincuenta años, que a los de menos de treinta y cinco años. Cabe destacar que en este caso no se ha mencionado al grupo de cero a veinte años puesto que su interpretación ha sido nula.

Estudiar la edad de los periodistas es provechoso puesto que podría echar algo de luz sobre la cuestión de si existen más periodistas veteranos que novatos en el cine y por qué. Por otro lado, también es atractivo conocer el estado civil en el que se encuentran los periodistas, ahora que sabemos la media de edad con la que se les suele representar en la gran pantalla.

Estado civil

La reina de Nueva York (1934)

- “Se lo he preguntado a varias personas, pero no lo sabían.”

- “¿No sabían qué?”

- “Si es usted casado.”

- “La respuesta con mayúscula es NO. N-O.”

- “Supongo que por norma los periodistas no se casan.”

Como se puede observar en este diálogo, en 1934 ya se tenía una idea clara sobre los periodistas en lo que se refiere a las relaciones sentimentales. Esta imagen se mantendrá en el cine a lo largo de los años.

Para obtener datos sobre el estado civil del periodista se ha utilizado en muchos casos la situación personal del periodista principal de la película. En el caso de no haberlo, se ha optado por marcar la casilla más común, es decir, si en la plantilla de un periódico cinco de seis periodistas son solteros y uno es divorciado, sin ser ninguno un personaje principal, se interpreta que la imagen que se está ofreciendo del periodista es la de un hombre soltero.

Sin embargo, existen casos aislados en los que la regla se rompe, al aparecer personajes de gran relevancia que tienen situaciones sentimentales distintas y que son de gran importancia. En esos casos sí se han marcado varias casillas. No obstante, son pocos

casos, lo que quiere decir que a diferencia del apartado de edad o el de medios de comunicación, este es casi excluyente.

Cada película de las ciento trece analizadas (se excluye Caballero sin espada (1939) al no ser los periodistas personajes principales y al ser imposible saber datos sobre su vida privada) muestra una imagen concreta de los periodistas y de sus relaciones de pareja.

Entrando de lleno en los datos, el 62.83% de los periodistas que vemos son solteros. Siguiendo de más a menos, el 17.69% están casados. Un 15.04% tiene pareja, pero no está casado. El 7.07% de ellos está divorciado. Finalmente, un 0.88% es viudo.

Como se decía con anterioridad, estos resultados no son excluyentes por completo. Si sumamos los porcentajes veremos que superan el 100%, pero, aun así, se puede llegar a ofrecer una idea estimada con estos resultados, puesto que, además, más de la mitad de los periodistas que se muestran en el cine son solteros.

Es interesante observar que siendo la mayoría de periodistas en el cine personas de más de treinta y cinco años, tantos sigan estando solteros. Con respecto a este aspecto, no deja de resultar llamativa la imagen que Hollywood nos ha mostrado durante décadas de los periodistas, representando su figura como la de personas incapaces de tener relaciones amorosas o de llevar una vida familiar. De todas formas, debe tenerse en cuenta también que en muchos largometrajes se nos presenta al periodista como a un individuo soltero porque en el transcurso de la película conoce a alguien y termina enamorándose de esa persona.

Dejando de lado ese tipo de casos, la imagen del periodista solitario también podrá explicarse mejor al analizar los hábitos de los comunicadores a la hora de beber o fumar y su obsesión o no con el trabajo. Este estilo de vida suele interponerse en el correcto funcionamiento de las relaciones afectivas de muchos profesionales de la comunicación en varios largometrajes.

Por citar algunos casos, en la película “La mujer del año”, estrenada en 1942 y protagonizada por el fantástico dúo que formaban Katherine Hepburn y Spencer Tracy, podemos observar como dos periodistas exitosos (la mujer más que el hombre) se casan y tienen graves problemas en su relación de pareja, por no saber compaginarla bien con la vida laboral que tienen como periodistas.

Curioso es el caso de *Blonde Ice* (1948), ya que es la única película en la que se representa a una periodista viuda. Esto es debido a que en este largometraje vemos a Leslie Brooks en el papel de una reportera llamada Claire Cummings, que resulta ser una auténtica femme fatale, que se mantiene a ella misma en los titulares al casarse continuamente con hombres ricos para luego asesinarlos.

Por otro lado, en *Primera Plana* (1974) vemos como el periodista Hildy Johnson tiene la firme intención de dejar su trabajo para casarse con su pareja. Su convicción es firme hasta que se le presenta la oportunidad de conseguir una gran exclusiva y descuida su relación. Su novia, Peggy Grant, se presenta en su lugar de trabajo, pero Hildy la ignora mientras no para de escribir. Es entonces cuando Hildy, relejendo lo que ha escrito exclama “Oh, esto es lo más grande que me ha sucedido en toda la vida” a lo que su mujer responde “Oh, creí que era yo”.

Un caso que también habla por sí solo es el de la película *Network* (1976), donde la productora televisiva Diane Christensen, interpretada por Faye Dunaway, le confiesa a su compañero Max Schumacher que estuvo casada cuatro años. El matrimonio no salió bien y Christensen asegura que es inepta en casi todo, excepto en su trabajo, para el cual vive. Schumacher por su parte lleva casado 25 años, sin embargo, eso no le impide acabar siendo infiel a su esposa con Christensen.

Otra película interesante con respecto a cómo afrontan los periodistas su día a día en lo que concierne a la vida personal y profesional es *The Paper* (1994), en la que visualizamos las vidas laborales de varios profesionales de la comunicación y lo mucho que les cuesta tener tiempo para su vida personal y sentimental.

Alcohol, tabaco y otras drogas

Otro tópico que se cierne sobre la figura del periodista es la de una persona bebedora y fumadora. Para averiguar si el cine potencia ese estereotipo se han buscado escenas en las ciento catorce películas seleccionadas en las que los periodistas beban o fumen, además, también se ha incluido una casilla en el documento del análisis para marcar si toman algún otro tipo de droga.

Empezando por el alcohol, el dato es alarmante, puesto que en el 77.19% de las películas podemos ver a los periodistas representados bebiendo alcohol. Sin embargo, a pesar de que en la mayoría de largometrajes los periodistas pueden ser vistos bebiendo una copa,

esto no ha de significar necesariamente que tengan una adicción. Por otro lado, hay películas en las que el periodista en cuestión está completamente alcoholizado, como es el caso de Lew Marsh en *Veneno Implacable* (1951) o el de Dutton Peabody en *El hombre que mató a Liberty Balance* (1962).

Otro ejemplo es el de *Fuego sobre Bagdad* (2002), donde el equipo de periodistas de la CNN que se desplaza a Bagdad para cubrir la Guerra del Golfo se lleva 23 botellas de vodka. Vemos la escena en el control de aduanas, donde al encargado de revisar su equipaje le parece raro que lleven tantas botellas. El periodista entonces se enfada porque debían ser 24 botellas y le deja claro al encargado que todo ese alcohol es para uso personal.

Resulta curioso también el caso de *Intriga femenina* (1957), en el que Dottie Peale, una famosa periodista interpretada por Susan Hayward, se prepara un Martini como si fuese una coctelera profesional, para luego beberlo de un trago.

Este último caso nos deja claro que no solo los hombres son los bebedores, ya que, citando otro ejemplo, vemos en *Ausencia de malicia* (1981) como la periodista Megan Carter bebe y fuma en repetidas ocasiones durante toda la película.

Hablando de este último vicio, en el 60.52% de las ciento catorce películas analizadas, los periodistas fuman en alguna ocasión. Por citar algún ejemplo reseñable, es interesante comentar el caso de *El ojo público* (1992), película ambientada en 1942, en la que el fotógrafo Leon Bernstein, interpretado por Joe Pesci, aparece en casi todas las escenas del largometraje fumando. Este caso es especialmente llamativo puesto que se está representando a un periodista de 1942, lo que deja entrever que la imagen que tenemos de los periodistas que trabajaban en esos años es la de personas especialmente fumadoras o bebedoras.

Cabe aclarar en este punto que en muchas ocasiones el o la periodista principal no fuma, sin embargo, el resto de periodistas que circulan a su alrededor lo hacen de manera constante. En este tipo de casos se ha determinado que la imagen que se ofrece de los periodistas sí es de personas fumadoras, a pesar de que el personaje principal no lo sea.

Por otra parte, si un personaje dentro de un medio de comunicación fuma en repetidas ocasiones, pero el resto no lo hace, no se ha considerado que la película proyecte una imagen de los periodistas como habituales fumadores. Por citar un ejemplo, este sería el

caso de *El Manantial* (1949), película en la que ni la columnista Dominique Francon, ni el editor del periódico en el que trabaja fuman. Sin embargo, vemos en varias ocasiones a Ellsworth Toohey, el crítico de arquitectura del periódico, fumar en pantalla.

En otro orden de cosas, dejando de lado el alcohol y el tabaco, los periodistas no son habitualmente representados en posesión de otro tipo de sustancias. La primera película en la que contemplamos a un periodista consumir otro tipo de drogas es en *Where the Buffalo Roam* (1980). De hecho, no es hasta *Chantaje en Broadway* (1957) que aparece por primera vez una droga ilegal, la marihuana. Dicho narcótico ni siquiera es consumido por los periodistas, que solo lo usan para meterlo en el abrigo de una persona, con el objetivo de difamarla posteriormente.

Solo en el 4.38% de los largometrajes vemos a un periodista tomando alguna sustancia tóxica diferente al alcohol o el tabaco. Esto quiere decir que solo en cinco de todas las películas vemos este tipo de acciones. Además, cabe destacar que dos de esas cinco películas (*Where the Buffalo Roam* (1980) y *Miedo y asco en Las Vegas* (1998)) están basadas en la vida del periodista y escritor estadounidense Hunter S. Thompson, creador del periodismo gonzo, un estilo de reportaje que convierte al periodista en parte de la noticia. Thompson fue conocido, entre otras cosas, por hacer uso de todo tipo de drogas para escribir sus reportajes.

Por último, para finalizar este apartado se ha decidido analizar el consumo de alcohol y tabaco en las décadas de los años treinta y cuarenta en comparación con las décadas a partir de los noventa. De este modo también se puede comprobar si la tendencia a que estos vicios se asocien a la figura del periodista ha aumentado o ha disminuido con el paso de los años.

El análisis de los años treinta y cuarenta arroja unos resultados más que preocupantes. En veintinueve de las treinta y dos películas vemos a periodistas bebiendo alcohol, es decir, en el 90.62%. Por otro lado, la estadística en lo que respecta al tabaco no es mucho mejor, puesto que en el 81.25% de los largometrajes podemos visualizar a comunicadores fumando.

A partir de los años noventa parece que existe una mayor concienciación en lo que se refiere a estas sustancias, ya que los resultados cambian drásticamente. En esta ocasión son treinta y seis las películas estudiadas y en el 66.66% de ellas se observa a profesionales de la comunicación bebiendo alcohol en alguna circunstancia. Es realmente

notorio por su parte el descenso que se experimenta en el uso del tabaco, solo en el 36.11% vemos fumar a algún periodista.

Con estos resultados es innegable afirmar que la tendencia que se ha experimentado, en el cine de Hollywood, con el pasar de los años ha sido la de mostrar a los periodistas cada vez menos alcoholizados o dependientes de los cigarrillos. Teniendo en cuenta las campañas de prevención del uso de estas sustancias en los últimos años, no resulta extraña la disminución del uso de las mismas en el cine.

En cambio, en los años treinta y cuarenta no solo no se tenía constancia de que, por ejemplo, el tabaco fuese malo, sino que por el contrario era considerado un símbolo de éxito y glamour. Tampoco se tenía tanta información acerca del daño que el alcohol podía hacer a la larga. Joe Saltzman (2002) afirmaba “Si estabas en el negocio de los periódicos en las películas de las décadas de los treinta y de los cuarenta, bebías sin descanso. El alcohol flotaba con tanta libertad como el sarcasmo”.

Género de los periodistas y obsesión con el trabajo

Una de las hipótesis que se ha planteado en este trabajo es que el cine representa a más periodistas hombres que mujeres. Según el análisis, en el 100% de las películas, es decir, en las ciento catorce, aparecen hombres periodistas. Esto no quiere decir que en todas ellas el hombre sea el personaje principal, sino que en todas las películas aparece algún hombre trabajando como periodista en un medio de comunicación.

No ocurre así con las mujeres, que hacen acto de presencia en el 64.03% de los largometrajes. Este dato es muy importante teniendo en cuenta que, en la actualidad, en casi todos los medios de comunicación podemos ver a mujeres trabajando, por no hablar de que cada vez hay más mujeres que hombres en las facultades de periodismo. Sin ir más lejos, el Informe Anual de la Profesión Periodística de 2015 elaborado por la Asociación de la prensa de Madrid, afirma que ese año en España había un 51.5% de mujeres trabajando como periodistas, frente a un 48.5% de hombres.

El hecho de que no aparezcan mujeres periodistas en todas las películas choca frontalmente con la visión que nos ofrecen muchos de los largometrajes analizados que fueron publicados hace más de medio siglo. Películas como *A shriek in the night* (1933), *La que apostó su amor* (1935) o *My dear Miss Aldrich* (1937) muestran a mujeres periodistas que no se dan por vencidas y que luchan por demostrar que el periodismo

puede ser ejercido por las mujeres sin ningún tipo de impedimento, en una época en la que no era tan común que una mujer trabajase fuera del entorno del hogar.

Con respecto a la obsesión por el trabajo, aspecto fundamental a la hora de analizar el por qué las relaciones de pareja de los periodistas no parecen fructificar, se ha estimado que el 83.33% de las películas muestran a profesionales de la comunicación ofuscados en el desempeño de sus tareas laborales, lo que quiere decir que solo el 16.66% no lo hacen.

Podemos ver como en películas como *La isla negra* (1939) o *Yo arriesgo mi vida* (1946) como los periodistas, que contaban en estos casos con el papel protagonista, llegan incluso a ingresar en la cárcel a propósito con el objetivo de demostrar algo. También puede observarse en algunos largometrajes, comunicadores que arriesgan su vida por la profesión como en *El último testigo* (1974) o que arriesgan la vida de los demás, como en *El gran carnaval* (1951) o en *Nightcrawler* (2014).

Para llevar a cabo este análisis se ha considerado a todo periodista representado que no pudiese compaginar bien su trabajo con su vida privada o que pusiese en riesgo su vida, sus relaciones o su empleo, un periodista obsesionado con su trabajo. También se han considerado como obsesionados a los periodistas a los que les da igual que las vidas de otras personas se pongan en juego con tal de sacar beneficio propio.

En este apartado, que el porcentaje de profesionales ofuscados en su trabajo sea tan elevado puede ser debido a la propia dramatización que ejerce el cine, llevando situaciones cotidianas a límites insospechados con el fin de entretener a los espectadores.

Estudios y veteranía

Sobre si se debe estudiar o no el periodismo ha existido siempre un amplio debate que ha hecho correr extensos ríos de tinta durante años. En muchas ocasiones, dentro de la propia profesión, los periodistas no se deciden por una postura clara. En la inmensa mayoría de las películas analizadas, no se ofrecen datos sobre si los profesionales han estudiado periodismo o no.

En ocho películas se sabe de personas que tienen estudios relacionados con el periodismo, sin embargo, en la misma cantidad de películas podemos ver a periodistas que no tienen ese tipo de estudios. Esto nos deja con un 50% de periodistas con estudios y con otro 50% de periodistas sin ellos.

Con lo que respecta a este tema, es interesante destacar la película *Enséñame a querer* (1958), en la que James Gannong, un editor de un gran periódico, interpretado por Clark Gable, se enamora de una profesora de periodismo, Erica Stone, interpretada por Doris Day. James considera que estudiar periodismo es una pérdida de tiempo, ya que, para él, donde se aprende la profesión es en una redacción. En este largometraje, la conclusión que se ofrece es que ningún método es el correcto, ni el estudio por sí solo, ni la experiencia, ambos se complementan.

También es destacable la poca presencia de novatos en los medios de comunicación reflejados en la gran pantalla, solo un 17.54% de las películas muestran a periodistas novatos. Casi todos los periodistas que se nos presentan llevan años ejerciendo la profesión, de hecho, en el 100% de las películas vemos a periodistas veteranos.

Un caso atípico es el de *Me gustan los líos* (1994), en el que se nos presenta a Peter Brackett como un veterano reportero que ha perdido el interés por el periodismo y a Sabrina Peterson, una joven e ilusionada periodista novata. Ambos competirán durante un tiempo para investigar un accidente de tren, sin embargo, acabarán trabajando juntos.

Otro caso curioso es el que se enseña en *My Dear Miss Aldrich* (1937), en la que una profesora se convierte en la propietaria de un periódico al dárselo en herencia un pariente lejano. Esta mujer tiene estudios, pero no necesariamente de la profesión periodística, aun así, decide trabajar como periodista, sin tener los estudios pertinentes ni ninguna experiencia laboral similar.

Con respecto a la presencia de jóvenes periodistas, no está de más destacar la película *Rumores que matan* (2000), en la que tres estudiantes de periodismo deciden crear un bulo como proyecto de clase. El bulo tendrá como consecuencia el suicidio de una chica del campus. Se trata de la única película en la que no aparece de forma clara ningún periodista veterano, aunque se ha considerado como tal al profesor de los chicos.

Como pequeña conclusión a este punto, es cierto que resulta impensable el hecho de que exista un médico que no haya estudiado medicina, o un arquitecto que no haya pasado por la facultad. No obstante, puede llegar a ser entendible que el cine haya representado a los dos tipos de periodista, el que tiene estudios y el que no, ya que incluso dentro de la propia profesión, no hay una postura clara sobre dónde se aprende de verdad el periodismo.

Ética profesional

Posiblemente este sea uno de los apartados que más importancia cobra, en el sentido de que dependiendo de la actitud y de las motivaciones que tenga el periodista, es probable que el espectador se cree una imagen de él y de la profesión que ejerce. Lamentablemente, teniendo en cuenta los resultados, la imagen que se puede llevar el espectador es negativa en más de la mitad de los casos.

Así pues, el 63.15% de los largometrajes estudiados, nos revelan a periodistas que solo miran por ellos mismos. En muchas películas podemos ver a este tipo de “profesionales” marcándose como único objetivo conseguir fama, dinero o un premio Pulitzer. De otra forma, el 32.45% nos muestran a periodistas comprometidos con la sociedad, cuyo fin único es relevar la verdad. El 4.38% restante corresponde al grupo de periodistas a los que solo les importa su medio de comunicación. Estos individuos están obcecados en conseguir que el medio para el que trabajan sea el que más venda o el más exitoso.

Con estos resultados se puede afirmar que la imagen del periodismo que se suele proyectar desde los estudios de Hollywood no es precisamente positiva. En muchas películas se observa una fuerte crítica al mundo del periodismo, al que se tacha de hipócrita, manipulador y sensacionalista.

Casi desde el comienzo del cine sonoro se presentan este tipo de juicios en la gran pantalla, de hecho, es en las primeras décadas analizadas donde más se critica la imagen del periodista. Un ejemplo de esto podría ser la película Sed de escándalo (1931), en la que un editor amoral comienza a publicar informaciones sobre un incidente escabroso ocurrido hace veinte años, que tendrán como consecuencia el suicidio de un matrimonio. Desde ese momento, las películas que reprochan el cinismo del periodismo no pararán de producirse hasta nuestros días.

Otro ejemplo muy ilustrativo se encuentra al comienzo de la película Luna Nueva (1940), en la que un narrador nos dice, a modo de introducción del largometraje y de manera un poco irónica, lo siguiente:

“Todo esto ocurrió en la época oscura del periodismo, cuando un reportero a la caza de la noticia era capaz hasta de justificar un asesinato. Naturalmente lo que se ve en esta película no tiene ninguna relación con los periodistas de hoy.

¿Listos?

Érase una vez...”

En esta misma línea, *Historia del Hampa* (1950) o *El gran carnaval* (1951) muestran de forma clara la figura del periodista sin escrúpulos, capaz de hacer cualquier cosa con tal de obtener publicidad para sí mismo, aunque esto pueda costar la vida a otras personas.

En la película *Héroe por accidente* (1992) llegamos a ver como en un estudio de televisión un cámara se vanagloria ante sus compañeros de cómo ha conseguido grabar un suicidio, alegando que las tomas son fantásticas. El resto de la plantilla no solo no le reprocha su actitud, sino que le felicitan y siguen en su labor de buscar noticias sensacionalistas.

Otra crítica al periodismo quizá algo cínica y exagerada se puede visualizar en *El aviador nocturno* (1997), cuando vemos como el editor del periódico *Inside View* le dice a la joven periodista novata Katherine Blair, que debe buscar noticias sobre abducciones alienígenas, historias divertidas de animales, ataques a disminuidos (los cuales especifica que solo tienen interés si son de perversión sexual o algo parecido), mujeres maltratadas, funciones corporales raras, historias horribles sobre operaciones de pechos, celebridades, adictos, pervertidos, moribundos, zombies y posesiones diabólicas.

No obstante, no todos los periodistas que se muestran en pantalla ofrecen una representación negativa de su profesión. El abogado Ransom Stoddard, interpretado por James Stewart en *El Hombre que mató a Liberty Balance* (1962) afirma con un periódico en sus manos “Este es el mejor libro de texto del mundo. Es un periódico sincero”.

Existen además varios casos en los que el periodista principal actúa, en un principio, movido por intereses personales, pero a medida que transcurre la trama termina involucrándose e incluso arriesgando su posición o su integridad física con el fin de revelar la verdad o de hacer justicia. Un claro ejemplo es el del periodista Richard Boyle en *Salvador* (1986). Este periodista viaja a El Salvador con el objetivo de conseguir dinero y fama, pero cuando se da cuenta de la situación que se vive en el país, va tomando conciencia y toma cartas en el asunto.

Una de las últimas y más famosas películas relacionadas con el periodismo es sin duda alguna la ganadora al Óscar a mejor película en 2015 *Spotlight*. Este largometraje muestra a un grupo de periodistas de investigación del *Boston Globe*, comprometidos con la sociedad, que realizan un intenso trabajo de investigación para poder destapar una serie

de casos de pederastia llevados a cabo por curas del estado de Massachussets durante años.

Con respecto a la relación entre la obsesión con el trabajo y la ética laboral, teniendo en cuenta que el 83.33% de los largometrajes presentaban a periodistas obsesionados con su trabajo, es decir, noventa y cinco de las ciento catorce películas, se ha decidido comprobar también cuáles eran las motivaciones de esos periodistas. De esta forma, al mezclar los datos de ambos apartados, podremos ver con mayor claridad que mueve con más vehemencia a los periodistas a la hora de hacer su trabajo según el cine.

Como ha sido habitual a lo largo de la investigación, los resultados en este caso vuelven a ofrecer una imagen bastante negativa del periodismo. En este caso, el 60% de los periodistas obsesionados con su profesión miran por sí mismos, mientras que un 34.73% está comprometido con la sociedad. El 5.26% restante pertenece a las películas que exhiben a profesionales de la comunicación obsesionados por hacer que su medio de comunicación sea el mejor.

A pesar de esto, si observamos los resultados obtenidos de los periodistas representados en todas las películas con respecto a su ética laboral, vemos que cuando analizamos únicamente las que muestran a periodistas obsesionados con su trabajo, el número de periodistas que miran por sí mismos disminuye un poco y se redistribuye entre los que están comprometidos con la sociedad y los que miran solo por su medio de comunicación.

Aunque no se pueden comparar del todo estos resultados ya que el tamaño de las muestras es distinto, estos datos no dejan de resultar interesantes. Esto se debe a que dejan entrever que, dentro del grupo de los periodistas que no están obsesionados con su trabajo, hay más que miran únicamente por sus intereses que los que miran por el conjunto de la sociedad.

Conclusiones

El análisis de contenido no ha refutado ninguna de las hipótesis planteadas, sino todo lo contrario. A raíz de la investigación queda claro que la imagen más común que se nos ofrece en el cine de un periodista es la de un hombre, bebedor, fumador, obsesionado con su trabajo, soltero, veterano y sin escrúpulos, una persona que solo mira por sus intereses.

Una de las preguntas que surgen tras llevar a cabo este estudio es por qué se representa de esta manera a los periodistas, o lo que es lo mismo, por qué unos estereotipos como estos se ven ligados en repetidas ocasiones a esta profesión, cuando es bastante posible que algunos de ellos sean falsos.

Ya se comentó con anterioridad en esta investigación, citando como fuente a la Asociación de la Prensa de Madrid, que, en España, un país occidental y desarrollado, un poco más de la mitad de las personas que trabajan como periodistas son mujeres. Resultaría muy raro que en Estados Unidos no sucediera algo similar, por lo que no se entiende que solo en el 64.03% de las películas estudiadas aparezcan mujeres ejerciendo la profesión.

Es cierto que la presencia de las mujeres ha ido cobrando más importancia a lo largo de los años, de tal forma que en la actualidad existen muchas más películas en las que aparecen mujeres periodistas que a mediados del siglo XX. Sin embargo, para que exista una verdadera igualdad a la hora de representar a los periodistas, habría que profundizar y analizar cuáles son los papeles que suelen interpretar según su género.

La tesis doctoral de Olga Osorio (2009) deja claro que, aunque ahora hay un mayor número de mujeres periodistas en la gran pantalla, muchas de ellas tienen un papel anecdótico. En correspondencia a este asunto, también es conveniente destacar como revistas especializadas en cine, como es el caso de *Fotogramas*, denunciaron hace pocos años la “revisión urgente” que requería el canon de la mujer periodista. Según esta publicación, en varias ocasiones se ha representado a las mujeres que ejercían la profesión en el cine como a “reporteras de pocas luces” o como a personas que harían lo que fuera por aumentar los índices de audiencia.

Por otro lado, en ocasiones el cine no parece estar tan desencaminado, como por ejemplo con lo que respecta al alcohol o a la obsesión con el trabajo. A pesar de que a primera vista podría resultar difícil creer que los periodistas beben más que otros profesionales, parece ser que esto es cierto. Así lo confirma un estudio realizado por la doctora Tara Swart, especializada en el campo de la neurociencia.

La citada neuróloga seleccionó una muestra de cuarenta periodistas que trabajaban en distintos medios de comunicación y les sometió a distintas pruebas en una investigación que duró más de siete meses. Los periodistas tuvieron que llevar a cabo varios test tanto de personalidad, como de hábitos y de comportamiento, por no hablar de que llevaron un

diario de los alimentos y las bebidas que tomaron durante una semana y un monitor cardíaco durante tres días. Cada individuo también tuvo que pasar por un análisis de sangre.

Los resultados obtenidos confirmaron que los periodistas beben mucho alcohol, concretamente unas dieciocho copas a la semana. Además, ni siquiera el 5% de la muestra llegó a beber la cantidad de agua mínima recomendada. En este estudio también se afirmó que los periodistas se preocupan demasiado y que muchos de ellos afirman “amar su trabajo” a pesar del estrés que les puede generar.

Es cierto que la muestra del estudio no es lo suficientemente grande para ser del todo representativa, pero no deja de ofrecer datos interesantes. Esto hace pensar en la posibilidad de que el cine no haya creado unos estereotipos con respecto a la figura del periodista, sino que simplemente los haya difundido. Por otra parte, también se podría pensar que ni siquiera ha difundido estereotipos, sino que simplemente ha representado la profesión tal y como es en la realidad.

En otro orden de cosas, no deja de resultar peculiar el hecho de que la investigación mencionada con anterioridad que más se asemeja a esta tenga unos resultados tan dispares a los que aquí se ofrecen en un apartado como el de las sustancias consumidas por los comunicadores. El equipo que llevó a cabo *El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados* (2010) obtuvo como resultado que el 55.4% de los periodistas analizados no tomaban alcohol ni tabaco.

Esto puede deberse a que se haya analizado en ese estudio a cada periodista que aparecía en el largometraje y no a la imagen que ofrecían en su conjunto, como es el caso de esta investigación. También hay que tener en cuenta que las películas seleccionadas no han sido las mismas en muchos casos, por no hablar de que las normas aplicadas al examen de las películas han podido ser distintas en cada caso. Aun así, es necesario remarcar esto puesto que, al obtener resultados distintos, los dos estudios han sacado unas conclusiones muy diferentes.

En cualquier caso, lo que deja en claro esta investigación es que los profesionales de la comunicación son representados en el cine tal y como se planteaba en las hipótesis, que han podido ser reafirmadas una tras otra. Esto hace que el objetivo final de conseguir tener una imagen general sobre la figura del periodista mostrado a lo largo de los años en el cine estadounidense se haya conseguido.

Bibliografía

- Abela, J. A., (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Recuperado de <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Agencia EFE, (2017). Asamblea General de la FAPE analizará la precariedad laboral y el intrusismo. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/vida/20170405/421471963770/asamblea-general-de-la-fape-analizara-la-precariedad-laboral-y-el-intrusismo.html>
- Asociación de la Prensa de Madrid. (2015). Informe Anual de la Profesión Periodística 2015. Recuperado de http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/11/INFORME-PROFESION-APM-2015_baja_7M.pdf
- Bezunartea, O., Coca, C., Cantalapiedra, M.J., Genaut, A., Peña, S., Pérez, J.A., (2010) El perfil de los periodistas en el cine, tópicos agigantados. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. Recuperado de <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/download/151/144>
- CareerCast. (2017). The Worst Jobs of 2017. Recuperado de <http://www.careercast.com/jobs-rated/worst-jobs-2017>
- Centro de Investigaciones Sociológicas. (2013). Barómetro de febrero (Estudio nº 2978). Recuperado de http://datos.cis.es/pdf/Es2978mar_A.pdf
- Ehrlich, M. C. (2004). *Journalism in the Movies*. Estados Unidos: University of Illinois Press.
- Laviana, C., (1996). *Los chicos de la prensa*. Madrid, España: Nickel Odeon.
- McNair, B., (2009). *Journalists in Film: Heroes and Villains*. Escocia: Edinburgh University Press
- Osorio, O., (2009). *La imagen de la periodista profesional en el cine de ficción de 1990 a 1999* (Tesis doctoral). Recuperado de <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/7193>

Peña, S., (2012). *Caballeros de la prensa. El periodismo en el cine de Billy Wilder* (Tesis doctoral). Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=95643>

Periodistas contra el estereotipo. (2014, 5 de marzo). *Fotogramas*. Recuperado de <http://www.fotogramas.es/Noticias-cine/Periodistas-contra-el-estereotipo>

Saltzman, J., (2002). *Frank Capra and the Image of the Journalist in American Film*. Los Ángeles, Estados Unidos: The Norman Lear Center, Annenberg School for Communication USC.

Saltzman, J. y Ehrlich, M. C., (2015). *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture*. Estados Unidos: University of Illinois Press.

Swart, T., (2017). Study into the mental resilience of journalists. Recuperado de <http://www.taraswart.com/wp-content/uploads/2017/05/Report-Study-into-the-mental-resilience-of-journalists-Dr-Tara-Swart.pdf>

The Norman Lear Center USC Annenberg School for Communication & Journalism. (2010). *The image of the Journalist in popular culture*. Los Ángeles, Estados Unidos: IJPC. Recuperado de <http://www.ijpc.org/>

Filmografía

Abrams, J. J., Burk, B. (productores) y Michell, R. (director). (2010). *Morning Glory* [cinta cinematográfica]. E.U.: Bad Robot / Goldcrest Pictures.

Apatow, J. (productor) y McKay, A. (director). (2004). *El reportero: la leyenda de Ron Burgundy* [cinta cinematográfica]. E.U.: Apatow Productions / Dreamworks Pictures / Herzog-Cowen Entertainment.

Apatow, J., Ferrell, W., McKay, A. (productores) y McKay, A. (director). (2013). *Los amos de la noticia* [cinta cinematográfica]. E.U.: Apatow Productions / Gary Sanchez Productions / Paramount Pictures.

Arkoff, S. Z., Aubrey, J. T., Lazarus, P. N. III (productores) y Heffron, R. T. (director). (1976) *Mundo future* [cinta cinematográfica]. E.U.: American International Pictures / Aubrey Company.

- Avnet, J., Kerner, J., Nicksay, D. (productores) y Avnet, J. (director). (1996). *Íntimo y personal* [cinta cinematográfica]. E.U.: Touchstone Pictures / Cinergi Pictures Entertainment / Avnet/Kerner Productions.
- Baden-Powell, S. (productor) y Franklin, H. (director). (1992). *El ojo público* [cinta cinematográfica]. E.U.: Universal Pictures.
- Baumfeld, T. W., Pressburger, A. (productores) y Clair, R. (director). (1944). *Sucedió mañana* [cinta cinematográfica]. E.U.: Arnold Pressburger Films.
- Baumgarten, C., Christensen, T., Hirsch, G., Merims, A. (productores) y Ray, B. (director). (2003). *El precio de la verdad* [cinta cinematográfica]. E.U.: Cruise/Wagner / Baumgarten Merims / Forest Park Pictures / Lions Gate Films.
- Bergstein, D., Fields, S., Nava, G. (productores) y Nava, G. (director). (2006). *Ciudad del silencio* [cinta cinematográfica]. E.U.: Möbius Entertainment / El Norte Productions / Nuyorican Productions / Mosaic Media Group / Capitol Films.
- Bevan, T., Fellner, E., Grazer, B., Howard, R. (productores) y Howard, R. (director). (2008). *El desafío: Frost contra Nixon* [cinta cinematográfica]. E.U.: Imagine Entertainment / Working Title Films / StudioCanal / Relativity Media / Digital Image Associates / Universal Pictures.
- Bevan, T., Fellner, E., Hauptman, A. (productores) y Macdonald, K. (director). (2009) *La sombra del poder* [cinta cinematográfica]. E.U.: Universal Pictures / Working Title Films / Studiocanal / Relativity Media / Andell Entertainment.
- Bing, M., Linson, A. (productores) y Linson, A. (director). (1980). *Where the Buffalo Roam* [cinta cinematográfica]. E.U.: Universal Pictures.
- Bischoff, S. (productor) y Curtiz, M. (director). (1935). *La que apostó su amor* [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros. Pictures.
- Blanke, H. (productor) y Douglas, G. (director). (1951). *Veneno implacable* [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros. Pictures.
- Blanke, H. (productor) y Vidor, K. (director). (1949). *El manantial* [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros. Pictures.

- Blanke, H., Warner, J. L. (productores) y Windust, B. (director). (1948). La novia de junio [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros. Pictures.
- Block, B., Johnson, M., Kroopf, S., Shepard, R. (director). (2007). La sombra del cazador [cinta cinematográfica]. E.U.: Intermedia / QED International / The Weinstein Company / Cherry Road Films / Cherry Hill Productions / Jadran Film / Scout Film.
- Block, B. A., Meyers, N. (productores) y Shyer, C. (director). (1994). Me gustan los líos [cinta cinematográfica]. E.U.: Touchstone Pictures / Caravan Pictures.
- Bonaventura, K., Lucchesi, G., Newmyer, D. J., Reuther, S., Rosenberg, T. (productores) y Luketic, R. (director). (2009). La cruda realidad [cinta cinematográfica]. E.U.: Lakeshore Entertainment / Relativity Media.
- Boorstin, J., Britton, M., Coblenz, W. (productores) y Pakula, A. J. (director). (1976). Todos los hombres del presidente [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures / Wildwood Enterprises.
- Brooks, J., Lifton, R. K. (productores) y Davidson, M. (director). (1983). Eddie y los Cruisers [cinta cinematográfica]. E.U.: Aurora Productions.
- Brooks, J. L., Cox, P. F. (productores) y Brooks, J. L. (director). (1987) Al filo de la noticia [cinta cinematográfica]. E.U.: Gracie Films / 20th Century Fox.
- Brooks, R., Fogelson, A., Grenville, G. (productores) y Brooks, R. (director). (1982). Objetivo mortal [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures / Rastar.
- Brown, H. J. (producer) y Cummings, I. (director). (1939). Everything happens at night [cinta cinematográfica]. E.U.: 20th Century Fox.
- Brugge, P. J., Mann, M. (productores) y Mann, M. (director). (1999). El dilema [cinta cinematográfica]. E.U.: Touchstone Pictures / Forward Pass / Spyglass Entertainment.
- Brugge, P. J., Pakula, A. J. (productores) y Pakula, A. J. (director). (1993). El informe pelícano [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros.

- Burg, M., Chang, A., Emmett, R., Furla, G., Koules, O. (productores) y Rash, S. (director). (2001). Consejera matrimonial [cinta cinematográfica]. E.U.: Evolution Entertainment / Kingman Films International / Emmett/Furla Films.
- Burton, B. W., Chester, H. E. (productores) y Endfield, C. (director). (1950). Historia del Hampa [cinta cinematográfica]. E.U.: FilmCraft Productions.
- Callahan, R. E., Mooney, M. (productores) y Bernhard, J. (director). (1948). Blonde ice [cinta cinematográfica]. E.U.: Martin Mooney Productions.
- Capra, F. (producer) y Capra, F. (director). (1934). Sucedió una noche [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures Corporation.
- Capra, F. (producer) y Capra, F. (director). (1939). Caballero sin espada [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures Corporation.
- Capra, F., Riskin, R. (productores) y Capra, F. (director). (1941). Juan Nadie [cinta cinematográfica]. E.U.: Frank Capra Productions.
- Carroll, E., Wilson, H. (productores) y Garnett, T. (director). (1937). Amor y periodismo [cinta cinematográfica]. E.U.: 20th Century Fox.
- Caruso, F. C., Gottfried, H. (productores) y Lumet, S. (director). (1976). Network [cinta cinematográfica]. E.U.: Metro-Goldwyn-Mayer.
- Cassavetti, P., Nabulsi, L., Nemeth, S. (productores) y Gilliam, T. (director). (1998). Miedo y asco en Las Vegas [cinta cinematográfica]. E.U.: Universal Pictures / Summit Entertainment / Fear and Loathing LLC / Rhino Films / Shark Productions
- Chartier, N., Holderman, B., Redford, R. (productores) y Redford, R. (director). (2012). Pacto de silencio [cinta cinematográfica]. E.U.: Voltage Pictures / Wildwood Enterprises / Kingsgate Films / Brightlight Pictures / TCYK North Productions.
- Conrad, J., Finnell, M. (productores) y Dante, J. (director). (1981). Aullidos [cinta cinematográfica]. E.U.: International Film Investors / Wescom Productions / AVCO Embassy Pictures.
- Cromwell, J. (director). (1931). Un reportaje sensacional [cinta cinematográfica]. E.U.: Paramount Pictures.

- Curtis, T., Hecht, H., Hill, J., Lancaster, B. (productores) y MacKendrick, A. (director). (1957). Chantaje en Broadway [cinta cinematográfica]. E.U.: Norma-Curtleigh Productions / Hill-Hecht-Lancaster Productions.
- Despres, N., Renner, J., Stuber, S. (productores) y Cuesta, M. (director). (2014). Matar al mensajero [cinta cinematográfica]. E.U.: Bluegrass Films / The Combine.
- Deutsch, A. (producer) y Rowland, R. (director). (1957). Slander [cinta cinematográfica]. E.U.: Metro-Goldwyn-Mayer.
- Douglas, M. (producer) y Bridges, J. (director). (1979). El síndrome de China [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures.
- Faust, B. P., Golin, S., Rocklin, N., Sugar, M. (productores) y McCarthy, T. (director). (2015). Spotlight [cinta cinematográfica]. E.U.: Participant Media / First Look / Anonymous Content / Rocklin/Faust Productions.
- Firks, S., Fuller, S., Fromkess, L. (productores) y Fuller, S. (director). (1963). Corredor sin retorno [cinta cinematográfica]. E.U.: Leon Fromkess-Sam Firks Productions / Allied Artists Pictures.
- Fischer, B. J., Mankoff, D., Ratner, B., Sherak, W., Spaulding, A., Vanderbilt, J. (productores) y Vanderbilt, J. (director). (2015). La verdad [cinta cinematográfica]. E.U.: Sony Pictures / RatPac Entertainment / Echo Lake Entertainment / Mythology Entertainment.
- Foote, F. (producer) y Hines, T. (director). (2010). Alleged [cinta cinematográfica]. E.U.: Two Shoes Productions.
- Ford, J., Goldbeck, W. (productores) y Ford, J. (director). (1962). El hombre que mató a Liberty Balance [cinta cinematográfica]. E.U.: Paramount Pictures.
- Foreman, J., Moonjean, H., Newman, P. (productores) y Rosenberg, S. (director). (1970). Un hombre de hoy [cinta cinematográfica]. E.U.: Paramount Pictures.
- Fox, J., Gilroy, T., Gyllenhaal, J., Lancaster, D., Litvak, M. (productores) y Gilroy, D. (director). (2014). Nightcrawler [cinta cinematográfica]. E.U.: Bold Films / Open Road Films.

- Foy, B., Wallis, H. B., Warner, J. L. (productores) y Curtiz, M., McGann, W. C. (directores). (1939). La isla negra [cinta cinematográfica]. E.U.: Warnes Bros. / First National Pictures.
- Friedlob, B. E. (producer) y Lang, F. (director). (1956). Mientras Nueva York duerme [cinta cinematográfica]. E.U.: Bert E. Friedlob Productions / RKO Radio Pictures.
- Frydman, M., Lurie, R., Yari, B. (productores) y Lurie, R. (director). (2008). Nada más que la verdad [cinta cinematográfica]. E.U.: Yari Film Group / Battlefield.
- Fuller, S. (producer) y Fuller, S. (director). (1952). La voz de la primera plana [cinta cinematográfica]. E.U.: Samuel Fuller Productions / United Artists.
- Galín, M., Rubinstein, R. P. (productores) y Pavia, M. (director). (1997). El aviador nocturno [cinta cinematográfica]. E.U.: New Amsterdam Entertainment / Stardust International / Medusa Film SPA / Night Flier Productions.
- Gardner, D., Katagas, A., Kleiner, J. (productores) y Goold, R. (director). (2015). Una historia real [cinta cinematográfica]. E.U.: Regency Enterprises / New Regency / Plan B.
- Globus, Y., Golan, M. (productores) y Schatzberg, J. (director). (1987). El reportero de la calle 42 [cinta cinematográfica]. E.U.: Golan-Globus Productions / Cannon Group.
- Gowan, S., Jordan, R. (productores) y Núñez, V. (director). (1984). A Flash of Green [cinta cinematográfica]. E.U.: American Playhouse.
- Grazer, B., Koepp, D., Zollo, F. (productores) y Howard, R. (director). (1994). The paper (detrás de la noticia) [cinta cinematográfica]. E.U.: Universal Pictures / Imagine Entertainment.
- Green, G., Stone, O. (productores) y Stone, O. (director). (1986). Salvador [cinta cinematográfica]. E.U.: Hemdale Film Corporation.
- Hawks, H. (producer) y Hawks, H. (director). (1940). Luna nueva [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures Corporation.
- Heinz, R., Loew, D. L. (productores) y Lewin, A. (director). (1947). La vida privada de Bel Ami [cinta cinematográfica]. E.U.: United Artists.

- Heslov, G. (productor) y Clooney, G. (director). (2005). Buenas noches y buena suerte [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Independent Pictures / 2929 Productions / Participant Productions / Davis Films / Redbus Pictures / Section Eight.
- Hoffman, M. H. Jr. (productor) y Ray, A. (director). (1933). A shriek in the night [cinta cinematográfica]. E.U.: Allied Pictures Corporation.
- Hughes, H., Milestone, L. (productores) y Milestone, L. (director). (1931). Un gran reportaje [cinta cinematográfica]. EU.: The Caddo Company.
- Isaac, S., Juvonen, N. (productores) y Gosnell, R. (director). (1999). Nunca me han besado [cinta cinematográfica]. E.U.: Fox 2000 Pictures / Flower Films / Bushwood Pictures.
- Isaac, S., Morgan, L., Ziskin, L. (productores) y Van Sant, G. (director). (1995). Todo por un sueño [cinta cinematográfica]. E.U.: Rank Organisation / Columbia Pictures.
- Jacobs, W., Warner, J. L. (productores) y Godfrey, P. (director). (1945). Cena de Navidad [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros. Pictures.
- Jiras, R., Katzka, G., Maguire, C. H., Pakula, A. J. (productores) y Pakula, A. J. (director). (1974). El último testigo [cinta cinematográfica]. E.U.: Paramount Pictures.
- Kimmel, A. (productor) y Bartel, P. (director). (1984). Prohibida su publicación [cinta cinematográfica]. E.U.: Thorn EMI Screen Entertainment.
- Kimmel, S., Lucchesi, G., Rosenberg, T. (productores) y Brill, S. (director). (2014). Vaya resaca [cinta cinematográfica]. E.U.: Sidney Kimmel Entertainment / FilmDistrict / Lakeshore Entertainment.
- Koenig, L., Wyler, R., Wyler, W. (productores) y Wyler, W. (director). (1953). Vacaciones en Roma [cinta cinematográfica]. E.U.: Paramount Pictures.
- Koppelson, A., Koppelson, A. (productores) y Costa-Gavras (director). (1997). Mad City [cinta cinematográfica]. E.U.: Arnold Koppelson Productions / Punch Productions / Warner Bros.
- Lang, J., Monash, P. (productores) y Wilder, B. (director). (1974). Primera plana [cinta cinematográfica]. E.U.: Universal Pictures.

Lang, O., Zanuck, D. F. (productores) y Hathaway, H. (director). (1948). Yo creo en ti [cinta cinematográfica]. E.U.: 20th Century Fox.

Laurence, D., Mann, D. (productores) y Mann, D. (director). (1964). Quick before it melts [cinta cinematográfica]. E.U.: Metro-Goldwyn-Mayer.

Layne, G. C., Perlberg, W., Seaton, G. (productores) y Seaton, G. (director). (1958). Enséñame a querer [cinta cinematográfica]. E.U.: Perlsea Company / Paramount Pictures.

Lazarus, P. N. III, Rachmil, M. (productores) y Hyams, P. (director). (1978). Capricornio uno [cinta cinematográfica]. E.U.: Associated General Films / ITC Entertainment.

Macgowan, K., Zanuck, D. F. (productores) y Brower, O., King, H. (directores). (1939). El explorador perdido [cinta cinematográfica]. E.U.: 20th Century Fox.

Maibaum, R. (productor) y Farrow, J. (director). (1948). El reloj asesino [cinta cinematográfica]. E.U.: Paramount Pictures.

Mankiewicz, J. L. (productor) y Stevens, G. (director). (1942). La mujer del año [cinta cinematográfica]. E.U.: Metro-Goldwyn-Mayer.

Masci, N., Millar, S. (productores) y March, A. (director). (1968). León de papel [cinta cinematográfica]. E.U.: Stuart Miller Productions.

Netter, G., Rosenfelt, K. (productores) y Frankel, D. (director). (2008). Una pareja de tres [cinta cinematográfica]. E.U.: Fox 2000 Pictures / Regency Entreprises / Sunswept Entertainment / Dune Entertainment.

Newmyer, B., Silver, J. (productores) y Guggenheim, D. (director). (2000). Rumores que matan [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros. / Outlaw Productions / NPV Entertainment / Village Roadshow Pictures.

North, R. (productor) y Santley, J. (director). (1940). Behind the news [cinta cinematográfica]. E.U.: Republic Pictures.

Orr, W. T. (productor) y Quine, R. (director). (1964). La pícara soltera [cinta cinematográfica]. E.U.: Warner Bros. Pictures.

Perkins, G. W. (productor) y Jackson, M. (director). (2002). Fuego sobre Bagdad [cinta cinematográfica]. E.U.: HBO Films / Industry Entertainment.

- Picker, L. S. (producer) y Sturges, J. (director). (1946). Yo arriesgo mi vida [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures Corporation.
- Piel, J. L., Pilcher, L. D., Wang, W. (productores) y Wang, W. (director). (1997). La caja china [cinta cinematográfica]. E.U.: WW Productions Inc. / Canal + / NDF International / Pony Canyon.
- Pine, W. H., Thomas, W. C. (productores) y Losey, J. (director). (1950). El forajido [cinta cinematográfica]. E.U.: Pine-Thomas Productions / Paramount Pictures.
- Pollack, S., Schwary, R. L. (productores) y Pollack, S. (director). (1981). Ausencia de malicia [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures / Mirage Enterprises.
- Powell, D., Sokolove, R. (productores) y Powell, D. (director). (1956). You can't run away from it [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures Corporation.
- Rackin, M., Sperling, M. (productores) y Potter, H. C. (director). (1957). Intriga femenina [cinta cinematográfica]. E.U.: Carrollton Inc. / Warner Bros. Pictures.
- Ransohoff, M. (producer) y Kotcheff, T. (director). (1988). Interferencias [cinta cinematográfica]. E.U.: Switching Channels Inc. / TriStar Pictures.
- Rapf, H. (producer) y Whelan, T. (director). (1935). La voz que acusa [cinta cinematográfica]. E.U.: Metro-Goldwyn-Mayer.
- Riskin, E. (producer) y Ludwig, E. (director). (1936). Antes de medianoche [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures Corporation.
- Schaefer, G., Welles, O. (productores) y Welles, O. (director). (1941). Ciudadano Kane [cinta cinematográfica]. E.U.: RKO Radio Pictures / Mercury Theatre Productions.
- Schary, D. (producer) y Pirosh, R. (director). (1952). Washington Story [cinta cinematográfica]. E.U.: Metro-Goldwyn-Mayer.
- Schorr, W., Wilder, B. (productores) y Wilder, B. (director). (1951). El gran carnaval [cinta cinematográfica]. E.U.: Paramount Pictures.
- Schulberg, B. P. (producer) y Gering, M. (director). (1934). Princesa por un mes [cinta cinematográfica]. E.U.: B. P. Schulberg Productions / Paramount Pictures.

- Seitz, G. B. (director). (1937). My dear Miss Aldrich [cinta cinematográfica]. E.U.: Metro-Goldwyn-Mayer.
- Selznick, D. O. (productor) y Wellman, W. A. (director). (1937). La reina de Nueva York [cinta cinematográfica]. E.U.: Selznick International Pictures.
- Shavelson, M. (productor) y Shavelson, M. (director). (1963). Samantha [cinta cinematográfica]. E.U.: Llenroc Productions / Paramount Pictures.
- Siegel, S. C. (productor) y Brooks, R. (director). (1952). El cuarto poder [cinta cinematográfica]. E.U.: 20th Century Fox.
- Small, E. (productor) y Cruze, J. (director). (1933). A la sombra de los muelles [cinta cinematográfica]. E.U.: Reliance Pictures Inc.
- Small, E. (productor) y Karlson, P. (director). (1952). Trágica información [cinta cinematográfica]. E.U.: Motion Picture Investors / Columbia Pictures.
- Smith, B. (productor) y Brooks, R. (director). (1960). El fuego y la palabra [cinta cinematográfica]. E.U.: United Artists.
- Taplin, J. T., Teets, E., Roth, A. (productores) y Spottiswoode, R. (director). (1983). Bajo el fuego [cinta cinematográfica]. E.U.: Lion's Gate Films / Under Fire Associates / Orion Pictures.
- Utt, K., Yates, P. (productores) y Yates, P. (director). (1981). El ojo mentiroso [cinta cinematográfica]. E.U.: 20th Century Fox.
- Wallis, H. B. (productor) y LeRoy, M. (director). (1931). Sed de escándalo [cinta cinematográfica]. E.U.: First National Pictures.
- Warth, T. (productor) y Wise, R. (director). (1952). La ciudad cautiva [cinta cinematográfica]. E.U.: Aspen Productions.
- Weingarten, L. (productor) y Conway, J. (director). (1936). Una mujer difamada [cinta cinematográfica]. E.U.: Metro-Goldwyn-Mayer.
- Wolters-Alfs, E. (productor) y Gutman, N. (director). (1987). Deadline [cinta cinematográfica]. E.U.: Caro / Creative Film GmbH / GPHS International / Norddeutscher Rundfunk (NDR) / Virgin Vision.

Yordan, P., Wald, J. (productores) y Robson, M. (director). (1956). Más dura será la caída [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures Corporation.

Ziskin, L. (productor) y Frears, S. (director). (1992). Héroe por accidente [cinta cinematográfica]. E.U.: Columbia Pictures.