

Os jornalistas, os jornais e outras mídias no cinema

Um estudo sobre ética e representação na arte cinematográfica

Cláudio Cardoso de Paiva
Universidade Federal da Paraíba

Resumo

Miramos o poder de influência dos profissionais de imprensa e principalmente, a maneira como usam e abusam dessa influência na trama das suas relações sociais. Logo, nos situamos no campo de interface entre a Ética e a Comunicação. E propomos uma investigação da maneira como os profissionais de mídia, atuam no exercício do poder de informação. Todavia convém admitir que os jornalistas são apenas um componente de um campo muito mais complexo, abrangendo o rádio, a televisão e as outras mídias. Assim, buscamos atualizar um enfoque das formas diversas de comunicação sob as lentes do cinema, desde a comunicação epistolar, passando pelo rádio, fotografia, telefone, televisão até a hipermídia e o sistema das celebridades. Nesse percurso verificamos os dispositivos éticos, estéticos, cognitivos e sensoriais que estruturam o universo paralelo das mídias.

1 Uma contemplação da mídia na tela do cinema

Apreciamos o cinema como uma forma superior de arte tecnológica que nos concede o extraordinário poder de conhecer a beleza

das culturas, povos e linguagens do mundo. Todavia, a magnitude da sétima arte reside antes na maneira como desvela as “dobras da alma” do seres humanos, tanto nos momentos mais intimistas quanto nas suas relações com outras pessoas. Como agentes de uma “psicologia das profundezas”, os seres imaginários do cinema revelam tudo o que há de familiar e de estranheza nos seres humanos, incluindo tanto as suas atitudes mais nobres quanto as mais vergonhosas. O cinema constitui uma poderosa mídia, “uma outra forma de vida”, que nos espelha ao mesmo tempo em que nos espelhamos nela. Ocorre-nos refletir sobre o que acontece quando esse “universo paralelo”, essa “mídiosfera” dotada de existência autônoma e independente, é refletida no próprio cinema. Então a nossa proposta consiste em observar não somente a representação dos jornalistas no cinema, mas também como o mundo da comunicação é visto na perspectiva da realização cinematográfica.

Miramos o poder de influência dos profissionais de imprensa e principalmente, a maneira como usam e abusam dessa influência na trama das suas relações sociais. Logo, nos situamos no campo de interface entre a Ética e a Comunicação. E propomos uma inves-

tigação da maneira como os profissionais de mídia, atuam no exercício do poder de informação. Todavia convém admitir que os jornalistas são apenas um componente de um campo muito mais complexo, abrangendo o rádio, a televisão e as outras mídias, e esse campo é regido por um “ethos midiático”, como indica Muniz Sodré (2002), que parece ter vida própria, definindo relações de poder e dominação. Desde o começo do século XX o cinema tem sido prodigioso na arte de tornar evidente essas ligações perigosas.

Numa primeira busca feita na internet sobre a mídia cinematográfica, encontramos mais de uma centena de sites e páginas contendo listas de filmes tematizando principalmente os procedimentos midiáticos. Assim, dispomos de um farto material capaz de nos revelar o universo complexo daqueles que de alguma maneira estão ligados ao exercício dos processos comunicacionais; autorizando-nos a vislumbrar a modalidade dos procedimentos éticos adotados pelos agentes da comunicação. E um estudo pertinente à nossa proposta se apresenta no livro organizado por Christa Berger, *Jornalismo no Cinema* (2002), que desde uma primeira leitura nos traz múltiplos *insights* e expectativas, pois capta a inserção do jornalismo na corporeidade ficcional do cinema e sugere caminhos para um entendimento da natureza complexa das relações entre a sétima arte e as várias midiologias.

“... os filmes analisados são ícones dos limites dos ideais democráticos da liberdade de expressão da imprensa e da mídia audiovisual. O cinema aqui é tomado como objeto de conhecimento, através do qual tanto a forma como o conteúdo fornece revelações sobre a construção

do universo da informação, materializadas nas facetas do personagem jornalista, na coincidência da narrativa da ação cinematográfica e jornalística, nos dramas do conluio da imprensa e exercício do poder, nas reportagens da vida real e na transformação da notícia em mero espetáculo de variedades”. (Berger, 25.10.05).

O estudo de Crista Berger é relevante primeiramente porque instiga a refletirmos sobre os termos de uma autocrítica posto que a mídia é colocada no foco da própria mídia; depois porque ressalta a representação do cinema como uma experiência que serve como uma janela para contemplarmos os homens e mulheres dos séculos XX e XXI, espelhados na corporeidade ficcional; em seguida porque sublinha uma experiência em que concorrem as faculdades cognitivas, estéticas, sensoriais, penetrando nas camadas profundas do inconsciente dos seres humanos (e da cultura), e conseqüentemente explora as dimensões do desejo e vontade de poder. E finalmente, porque um exame da representação dos profissionais de comunicação no cinema, pode esclarecer como os próprios dispositivos midiático-publicitários legitimam as suas práticas como o exercício de um quarto poder.

2 Referências obrigatórias

*A crítica da mídia começou no cinema. Com pouco mais de uma década de existência o cinema americano já tratava do assunto em *The Power of the Press* (Van Dyke Brook, 1909). Um catálogo organizado pelo semanário lisboeta *Expresso* junto com a *Cinemateca Portuguesa* cita*

cerca de 600 obras de cinema em que jornalismo e jornalistas são assunto. (Alberto Dines. *Observatório da Imprensa*, 15.08.1998).

Focalizando a imagem dos jornalistas, da imprensa e outras mídias no cinema entendemos o seu poder de influência na formação da opinião pública e o lugar estratégico que ocupam no contexto das tramas sociais, econômicas e políticas. O desafio a que nos submetemos é avaliar a sua postura de autonomia, independência, ética e responsabilidade numa cultura democrática, que prima pela liberdade de expressão e o direito à informação.

Relembramos que nem sempre o mundo dos jornalistas retratado no cinema é digno de afetos elevados. Quase sempre as atitudes dos jornalistas, da imprensa, da televisão, exibidas na tela, depõem contra a sua dignidade. Os conflitos ideológicos, afetivos e políticos no espaço da comunicação vêm de longa data, antecedem à própria imprensa e os grandes filmes sempre estiveram atentos para as suas expressões nos lugares mais fortuitos.

Revisitando as obras primas do cinema e seguindo o enfoque sobre a personalidade e o comportamento dos jornalistas, assinalamos alguns filmes, em que os protagonistas expressam estilos específicos de moralidade. Encontramos os exemplos mais clássicos em filmes como *Cidadão Kane* (1941), *A montanha dos sete abutres* (1951), *A embriaguez do sucesso* (1957). Estas obras desnudam os donos do poder midiático, os repórteres desonestos e os jornalistas felizes às custas das desgraças alheias; são os personagens que encarnam o mundo cão da imprensa e se - por um lado - a postura do cinema

parece tendenciosa na retratação de tipos tão infames, convém refletirmos sobre as suas presenças - em carne e osso - no expediente corriqueiro da realidade cotidiana.

I. *Cidadão Kane* (Orson Welles, 1941) apresenta uma figura emblemática que encarna o “pai-patrão” da mídia no cinema; faz o relato da ascensão de um mito da imprensa americana, de garoto pobre no interior a magnata de um império da comunicação. É inspirado na vida do milionário William Randolph Hearst e, sabe-se que Welles foi processado pelo magnata que não gostou muito da maneira como foi representado na tela.

O filme é quase uma referência obrigatória no que respeita às representações do poder da imprensa; expressa com fidedignidade a vontade de potência do ser humano, com tudo o que isto acarreta de projeções, identificações e transferências, amor e ódio, na relação entre o personagem de ficção e o espectador. Registra em ângulos arrojados e inusitados o apogeu e a decadência dos indivíduos, reflete as pulsões agressivas da cultura, assim como a sublimação para as grandes construções humanas. Focaliza a construção dos impérios e também a sua destruição. E, colocando em perspectiva um homem velho, lança um olhar sobre a duração dos seres e coisas, a fluidez do tempo e a angústia da finitude.

É um filme grandioso que estimula reflexões conseqüentes, como uma especulação metafísica da linguagem, em que a palavra final “rosebud”, pronunciada pelo protagonista permanece desafiando a imaginação das várias gerações de cinéfilos e jornalistas. E, sem querer desvendar os mistérios que emanam de *Cidadão Kane*,

ficamos pensando na inteligência sensível do autor (Welles), e a sua deliberada intenção de jogar com uma palavra polifônica, cujo sentido libera uma vasta gama de interpretações acerca do desejo, do amor, da solidão e do poder dos homens.

II. *A montanha dos sete abutres* (Billy Wilder, 1951)

O repórter Charles Tatum (Kirk Douglas) está no Novo México, sem dinheiro e pede emprego a Jacob Boot (Porter Hall), o dono do jornal e recebe ordem para cobrir uma corrida de cascavéis. E ruma para o local acompanhado por Herbie Cook (Robert Arthur), auxiliar, motorista e fotógrafo. Logo, descobre Leo Minosa (Richard Benedict), preso numa mina quando procurava por "reliquias indígenas". Tatum sente que esta é a sua chance, mas precisa controlar a situação. Então transforma o resgate de Leo em assunto nacional, atraindo milhares de curiosos, cinegrafistas de noticiários e comentaristas de rádio, além de forçar Lorraine (Jan Sterling), a mulher de Leo a se fingir de esposa arrastada e ganhar um bom dinheiro. Para prolongar o circo Tatum atrapalha o resgate, pois convém que Leo fique preso por seis dias e não apenas por algumas horas. (Site adorocinema.com.br)

O filme não fez sucesso na época de sua exibição; as pessoas ficaram constrangidas ao se identificar no espelho cruel que o filme fornecia; o público quer se ver representado na tela, mas gosta de se ver pintado em tons amenos. No foco da crítica está a má conduta do jornalista na fabricação da notícia,

o compromisso ético do jornal na construção do acontecimento, sem se pautar por um cuidado profissional na reportagem dos fatos e acontecimentos reais. Mostra-se aqui o jornalista num campo de simulação da realidade, num trabalho feito à base da persuasão, truques e trapaças. A frase do protagonista (Tatum/Kirk Douglas) é sintomática, quando este afirma que: “*se for preciso vai às ruas e morde um cachorro para criar um acontecimento*”.

Esta é talvez a representação mais contundente sobre a má conduta do jornalista escroque, porém, acima de tudo desenha um retrato radical da condição humana e dos estilos de perversidade do ser. É um trabalho polêmico em vários sentidos. Primeiramente, recoloca a discussão sobre a formação do caráter, seus condicionamentos históricos, psicológicos, biológicos e sócio-culturais; em seguida mostra as formas de cooptação, cumplicidade e as atitudes de conveniência dos atores sociais com os malfeitores, quando obstinados pela ascensão social e conquista dos bens materiais; depois exhibe as formas de contágio da experiência da maldade e a disseminação do mal numa comunidade americana desejosa de participar do sonho de consumo a qualquer custo; finalmente exhibe com lentes de aumento o poder de persuasão da palavra e da mídia impressa, assim como o uso e apropriação das suas mensagens pelos leitores e usuários dos jornais, mas, sobretudo, prepara o campo para um entendimento das formas como a mídia fabrica o acontecimento, conforme demonstram Eliseo Veron (1983), Fausto Neto (2001), Jean Baudrillard (1997) e Muniz Sodré (2002), entre outros. Evidentemente este não é um filme com o qual os jornalistas gostam de se identificar. E

aqui, numa abordagem sobre o papel dos jornalistas incorporados pelos personagens do cinema, temos que admitir que o protagonista encarna um dos tipos possíveis do profissional de imprensa e nada indica que este seja um jornalista típico. Uma reflexão mais rigorosa de *A Montanha dos Sete Abutres* nos leva a repensar o problema da Ética, num contexto em que as mídias redefinem um campo semiótico e ideológico que ocupa o lugar das instituições (família, escola, igreja, sindicato, etc.) atuando na formação da consciência dos indivíduos e grupos sociais.

III. *A embriaguez do sucesso* (1957)

J.J. Hunsecker (Burt Lancaster) é o colunista de jornal mais poderoso de Nova York. Ele faz e desfaz carreiras com algumas linhas impressas. O personagem é baseado no temido Walter Winchell, durante décadas o mais famoso e insultado colunista de fofocas da América. Sidney Falco (Curtis) é um detestável assessor de imprensa que tenta promover um cliente através da coluna de Hunsecker. Este o mantém afastado, até perceber que ele pode ajudá-lo em seu propósito de arruinar, de qualquer forma, o músico de jazz Steve Dallas (Milner), que "ousa" estar apaixonado por sua irmã (Harrison) e querer casar com ela. Para conseguir isso, os dois fazem as maiores baixezas, dispostos até a cometer sérios crimes. (Fernando Albagli, *críticos.com.br*, 2002)

Cumpramos situar esta película na agenda dos filmes mais importantes sobre a atuação dos jornalistas, e particularmente, sobre o que

nos EUA se chama “imprensa amarela” e no Brasil, “imprensa marrom”, para referir aquela prática jornalística desleal e inescrupulosa. É cultuado pela modernidade estética e tecnológica, mas também pela iluminação fotográfica, e evidentemente, aglutina um amplo repertório de procedimentos semiológicos, mostrando como não se deve agir no exercício jornalístico, ou seja, consiste numa expressão marcante de moralismo no que concerne à simulação do perfil do jornalista. Entretanto, numa apreciação crítica, é pertinente como referência para discutirmos a crise da ética que rege o mundo da imprensa, e no contexto do capitalismo global contemporâneo, percebemos que a sua perspectiva permanece atualizada.

Trata-se de filme importante como um simulacro da vida cotidiana no mundo da imprensa; é minucioso na fabricação das “personas midiáticas”, e na representação das celebridades jornalísticas. É igualmente perspicaz na representação das tramas que se desenrolam nos bastidores da grande imprensa, mostrando as dobras e fissuras num esquema organizacional poderoso, e exhibe o sistema de vaidades e suscetibilidades que estruturam o dia a dia na vida de um tablóide sensacionalista. É útil, principalmente, porque nos permite compreender como a imprensa marrom nasce de uma contingência narcisista da sociedade do espetáculo, que reforça os juízos de valor positivos no culto da exibição. Demonstra como os individualismos contemporâneos solicitam reforços permanentes no cerne das individualizações e exclusividades, num espaço público destruído pelas tiranias da intimidade. Ser importante é estar constantemente em destaque nas páginas do colunismo social, nas revistas dos ricos e famosos e os critérios de felicidade

são definidos a partir do *status quo*, nível de consumo e visibilidade midiática.

3 O poder da escrita e as ligações perigosas

Lembramos a propósito um filme marcante, *Ligações Perigosas* (1988), inspirado na literatura de Choderlo Laclos (1782), com várias versões no cinema, cuja singularidade reside em sua comunicação epistolar. Ou seja, um romance escrito sob a forma de cartas tematizando o boato, a “mídia mais antiga do mundo”. Assim, temos uma experiência comunicativa, vista no cinema em sua forma pérfida e cruel. A comunicação realizada entre os personagens da Marquesa de Meurteil (Glen Close) e do Visconde de Valmont (John Malcovitch) é inteiramente marcada pela disputa, traição e vingança. Os amantes (e rivais) encarnados pela Marquesa e o Visconde são amorais, mas há entre eles um “acordo tácito” que exige o relato das conquistas sexuais e amorosas por meio de uma correspondência escrita e a ruptura dessa contratualidade simbólica implicará em ruína, desgraça e morte.

4 Fellini, o repórter e a memória afetiva

A figura dos repórteres no cinema, entretanto, nem sempre é mal desenhada; uma forma de comunicação sublime se inscreve na alegoria fantástica de *Amarcord* (Fellini, 1973), usando o poder da narrativa como canal de transmissão de uma experiência do passado. *Amarcord* consiste num resgate das reminiscências, de uma memória afetiva que é desvelada pelo personagem do repór-

ter, contando as histórias de vida das pessoas de uma cidade (Rimini, cidade natal do cineasta). O ridículo e o maravilhoso, o medonho e o lírico, o sublime e o grotesco estão presentes nas lembranças e memórias do jornalista, o sujeito da enunciação. Aqui, o repórter é eloqüente, erudito e espirituoso, mas jocosamente, a meninada não o poupa das boladas de neve nos meses de inverno.

Em seguida, na película *Ginger e Fred* (1985), Fellini será implacável fazendo a sátira dos programas de auditório na televisão; para isso coloca em cena dois ex-dublês de Ginger Rogers e Fred Astaire (incorporados por Marcelo Mastroiani e Julieta Massina); ambos são colocados no ambiente sufocante e acelerado da televisão, e se sentem perdidos em meio à histeria e turbulência da mídia eletrônica. Foi o próprio Fellini quem criou o termo “paparazzi”, denunciando a tirania dos jornalistas caçadores de celebridades num filme sarcástico que tem seus encantos, chamado *A Doce Vida* (1960). É um relato cheio de graça e beleza, e se mostra cúmplice dos espectadores quanto ao afeto que há entre os amantes do cinema e os seres imaginários da ficção. Todavia, lembramos que os únicos, sobreviventes do naufrágio, em *E La Nave Va* (1983), são o rinoceronte (configuração de um ser pesado, alegoria do inconsciente, gerando vitalidade) e o repórter, cuja função é memorizar, contar histórias e assim transmitir a experiência de uma geração para outra.

5 A fama, o tempo e a indústria da juventude

O tema das celebridades é contemplado à exaustão em diferentes modalidades pela sé-

tima arte e aparece majestoso em *O Crepúsculo dos Deuses* (1950), retratando a decadência da estrela Norma Desmond, que envelheceu e sendo esquecida, enlouquece e mata o jovem amante, quando descobre que perdeu o amor, o glamour e a glória do passado. Este clássico (*Sunset Boulevard*, no original), antecipa a histeria das pessoas em busca de fama e visibilidade no campo midiático, algo que vai ganhar intensidade no século XXI, na era dos *reality shows*. O filme atira contra o sistema opressivo de Hollywood, denunciando a crueldade da indústria do cinema que usa os atores, absorvendo-lhes o talento, a energia, o vigor da juventude e depois os atira à margem da vida de Hollywood, quando chegam irremediavelmente à velhice.

Abordando o mundo dos ídolos e celebridades, Wood Allen atualiza a sua verve irônica num filme chamado sintomaticamente *Celebridades* (1998), uma leitura ácida da indústria cinematográfica. Lançando um olhar satírico sobre as pessoas famosas, Allen desconstrói o esquema das mitologias da fama, exibindo os *superstars* como pessoas emocionalmente desequilibradas.

O desejo extremo da fama midiática constitui a substância principal de um trabalho insólito, encarnado por Nicole Kidman, *Um sonho sem limites* (Gus Van Sant, 1995), cuja personagem representa uma ambiciosa “moça do tempo”, que, ajudada por dois adolescentes problemáticos, mata o marido (Matt Dillon), que lhe ameaça o sucesso pessoal. No desfecho final, a metáfora da aspirante à celebridade morta e congelada num lago canadense é implacável. Porém, mais radical na exposição da ânsia dos indivíduos de ficarem famosos é a película *15 minutos* (2001), em que um emigrante russo (ajudado

pelo cúmplice) exagera no desejo mórbido de realizar os seus quinze minutos de fama, deixando-se filmar enquanto mata as suas vítimas com requintes de crueldade.

Num estilo mais clean, bonito e sofisticado, o cineasta Robert Altman modela um retrato irônico e divertido do mundo das passarelas, em *Prêt-à-Porter* (1994), satirizando os repórteres e outros agentes do “mundo fashion”. São impagáveis as cenas das editoras de moda nuas, ajoelhadas, implorando os favores de um fotógrafo profissional. A história se passa na cidade de Paris, onde estão reunidos os estilistas, modelos, jornalistas e celebridades para a temporada dos desfiles da alta-costura; dentre eles circulam oportunistas, bajuladores, ladrões, todos envolvidos em falcatruas e malandragens, em luta ferrenha para sobressair no cobiçado e lucrativo mundo da moda.

Contudo, nada parece mais extremo do que *Assassinos por Natureza* (Oliver Stone, 1994), que narra a odisséia sinistra de uma dupla de jovens facínoras usando a mídia eletrônica e câmeras portáteis para se exhibir. Um repórter inescrupuloso os adula, os coloca no ar em cadeia nacional, fazendo deles celebridades criminosas. Mas os assassinos exibicionistas superam a perversidade do jornalista, tomam-no como refém e atiram nele, preferindo o testemunho da câmera automática que registra as suas proezas sádicas, assegurando o seu lugar na posteridade.

6 Artes complementares do radio e do cinema

Encontramos vários enfoques generosos exaltando os repórteres as mídias sonoras, os radialistas e os profissionais de rádio. Wood

Allen faz isso com maestria em *A Era do Rádio* (1987), apresentando o veículo como um canal de vigor e entusiasmo em tempos de guerra. Wood Allen exhibe os detalhes pitorescos na vida cotidiana dos fanáticos pelo rádio, felizes por pertencerem à grande comunidade acústica forjada pelas ondas sonoras. Temos assim um olhar bem ácido sobre os esquemas mercadológicos da arte radiofônica. Não se resume a uma glorificação dos anos dourados dos ídolos da música popular, dos cantores célebres e das orquestras maravilhosas. Delitos, traições, assédios e trapças são revelados no interior da fábrica de sonhos, no mundo conturbado das emissoras de rádio. Contudo, uma aura de inocência e ingenuidade é conservada neste filme que se destaca na história do cinema, principalmente, pelo resgate formidável das melodias fonográficas, que animaram o espírito de milhares de rapazes e moças sonhadores na primeira metade do século XX.

7 A comunicação telefônica como enredo da narrativa

De modo original, a mídia telefônica serve de fio condutor para as tramas ficcionais em produções clássicas como *Disque M para Matar* (Hitchcock, 1954, com Ray Miland e Grace Kelly) e em sua versão mais recente, *Um crime perfeito* (Andrew Davis, 1998, com Michael Douglas e Gwyneth Paltrow). E uma ação de alta densidade dramática se verifica no filme *A conversa* (Coppola, 1974), em que se realizam os procedimentos de espionagem, escutas e grampos telefônicos. Em linhas gerais, os dispositivos de comunicação são vistos como extensões da prática jornalística, mas as tecnolo-

gias da comunicação surgem principalmente, como uma rede em expansão, vigilância e controle, o que não escapa à imaginação crítica de Hollywood, na descrição do campo das mídias como uma “segunda natureza”.

8 A fotografia, a sonoridade e o espírito do cinema

As funções nobres da arte fotográfica e suas inserções no campo das experiências estéticas e comunicacionais são indicadas em estudos e obras de referência como *Pequena história da fotografia* (Benjamin, 1985), *A câmara clara* (Barthes, 2004), *Sobre a fotografia* (Sontag, 2004), Deleuze (*Cinema, Imagem-Tempo*, 1985) e *Filosofia da Caixa Preta* (Flusser, 2002). A imagem especular da fotografia no cinema tem o poder extraordinário de mostrar visibilidades inéditas na dimensão da história e da vida cotidiana; pode exhibir as modalidades de exclusão e de interação humanas, os estilos de comunicabilidade ou o lugar da sua falta. Assim, percebemos que existe uma relação muito próxima entre a experiência cinematográfica e a perspectiva da psicanálise, como uma enunciação das dimensões ocultas e subterrâneas da cultura. (Hennebelle, 1989).

O olho clínico do cinema tem a sua origem num dispositivo técnico “mais modesto”, a câmera fotográfica. Um dos filmes esteticamente mais arrojados dos anos 60 é o inglês *Blow-up, Depois daquele beijo* (Antonioni, 1966), em que um fotógrafo profissional, ao trabalhar displicente num parque de Londres, flagra sem querer um assassinato, mas só toma consciência da sua descoberta durante o exercício minucioso de revelação das fotos em seu estúdio particular. É

um filme acusticamente e visualmente exuberante, no figurino, na montagem e na trilha sonora, mas soberbo, particularmente, na representação do repórter-fotográfico como um esteta e cinegrafista sensível, captando a atuação dos movimentos jovens na música, na moda, no comportamento, por meio de uma decupagem fotográfica que capta as pulsações da sensibilidade pop em irradiação na Europa e nos Estados Unidos. Essa idéia será retomada, num outro registro, por Brian de Palma, focalizando a mídia sonora no filme *Blow out, um tiro na noite* (1981), que mostra um profissional das tecnologias acústicas usando os dispositivos de gravação sonora, como um meio de apreensão dos sons minimamente perceptíveis. O herói, na pele do ator John Travolta, um *expert* nos ruídos e sonoridades do mundo, descobre um crime cometido na calada da noite e a partir daí irá se empenhar ferrenhamente na sua denúncia.

9 Imprensa marrom e jornalismo amarelo

No cinema americano, um exemplo dos maus hábitos na profissão de repórter é transparente no filme *A fogueira das vaidades* (Brian de Palma, 1990, roteiro adaptado do livro de Tom Wolfe, 1987). O jornalista (Peter Fallow/Bruce Willis) de maneira perversa, força a queda de um rico corretor da bolsa de valores. Trata-se de uma alegoria da sociedade nova-iorquina e suas contradições econômicas, políticas e culturais. McCoy atropelou, sem querer, um jovem estudante negro, no Bronx e fugiu rumo à Quinta Avenida, sem prestar socorro, mas “alguém” descobriu a placa do carro e agora será difícil aplacar a ira das comunidades multiculturais,

que encontraram enfim um bode expiatório. A narrativa de Tom Wolfe é brilhante, ácida e cruel, e o filme de Brian de Palma prima na exposição da anatomia social desumana, no confronto dos poderes estabelecidos, e registra uma mirada fulminante sobre o dito “jornalismo amarelo” (dos repórteres oportunistas e dos tablóides sensacionalistas).

10 Estilos de cinema e de jornalistas

O jornalismo está inteiro no cinema. Quase todos os grandes diretores se ocuparam em retratá-lo: Frank Capra, William Wellman, Howard Hawks, Billy Wilder, Mervin Le Roy, John Ford, Alan Pakula, Orson Welles, Alfred Hitchcock, Fritz Lang, Elia Kazan, King Vidor, Samuel Fuller, Otto Preminger, Woody Allen, Robert Altman, Sidney Pollack, Stephen Frears. Grandes atores criaram jornalistas inesquecíveis: Humphrey Bogart, Kirk Douglas, Orson Welles, Jack Lemon, Paul Newman, William Hurt, Warren Beatty, Jack Nicholson, Marcelo Mastroianni, Nick Nolte, Robert Redford, Dustin Hoffman, Gene Hackman, John Malkovich, Julia Roberts, Michele Pfeiffer, Kim Basinger, Faye Dunaway. (Crista Berger, *Jornalismo no cinema*, 2002).

Há uma diversidade de filmes em que os jornalistas aparecem como heróis do liberalismo e guardiões do sistema republicano, como em *Todos os homens do Presidente* (Alan Pakula, 1976), uma representação bem cuidada do caso Watergate.

Apologeticamente, surge o profissional engajado e combatente em *Reds* (Warren Be-

atty, 1981), sobre a revolução russa e *O ano em que vivemos em perigo* (Peter Weir, 1983), sobre o genocídio na Indonésia em 1965. Mais discreto é *Ausência de malícia* (Sidney Pollack, 1981, com Paul Newman, Sally Field), interessante na maneira como lida com a questão do respeito e fidelidade entre o jornalista e a sua fonte. E a imagem da repórter politicamente correta se mostra no filme *O dossiê Pelicano* (Alan Pakula, 1993, com Julia Roberts). Há um contingente significativo de filmes densos e com forte carga dramática, que se distinguem pelo enfoque, reconhecendo a elevação moral dos correspondentes de guerra, como *Os gritos do silêncio* (Rolland Joffé, 1984), sobre o genocídio no Camboja em 1975, e *Salvador, o martírio de um povo* (Oliver Stone, 1986).

Igualmente, há realizações extravagantes que fazem exposição da figura dos jornalistas por meio dos recursos sensacionais e espetaculares, tais como *Um dia de cão* (Sidney Lumet, 1975, com Al Pacino e Chris Sarandon), em que a imprensa televisiva torna o público cúmplice de um assaltante atrapalhado, engajado num roubo para pagar a operação transsexual do seu companheiro. Em *O todo poderoso* (de Tom Shadyac, 2003, com Jim Carrey e Morgan Freeman) um jornalista desempregado encarna o próprio Deus e logo, irá manipular a tudo e a todos usando os poderes sobrenaturais. Já *Entrevista com vampiro* (Neil Jordan, 1994; adaptação do livro de Anne Rice) mostra um repórter ansioso por se tornar vampiro, em adquirir poder e longevidade. E, enfim a película *O povo contra Larry Flint* (Milos Forman, 1996, com Woody Harrelson e Courtney Love) mostra os transtornos na vida e na

carreira do dono de uma revista prestigiada do mundo pornô.

11 O cinema focaliza os bastidores da televisão

Poderíamos iniciar uma exploração da TV sob as luzes no cinema, com o apoteótico filme *Rede de intrigas* [Network] (Sidney Lumet, 1976; com Peter Finch e Faye Dunaway). Lumet já tinha feito *Um dia de Cão* (1975) e aqui vai mostrar as vísceras do sistema midiático-televisivo, como metáfora para traduzir a histeria da sociedade midiaticizada. Num outro registro, encontramos um exemplo de ética e perseverança na figura da repórter (Jane Fonda), enfrentando as estruturas de poder de uma usina nuclear e uma cadeia de televisão, em *Síndrome da China* (James Bridges, 1979; Jane Fonda, Jack Lemmon, Michael Douglas). Por sua vez, *Nos bastidores da notícia* [Broadcast news] (James Brooks, 1987; William Hurt) revela a anatomia de uma emissora de TV e a representação dos procedimentos discursivos que estruturam o construto midiático. Posteriormente, *Quiz Show* (Robert Redford, 1994; com John Turturro e Ralph Finnes) exhibe a mídia eletrônica no centro de uma complexa organização financeira, ressaltando o modo como os “quiz shows” são programados à base de truques e trapaças nos bastidores da televisão.

Ao longo dos anos 90, na chamada “idade mídia”, o cinema vai desvendar as estratégias sofisticadas de produção da realidade virtual televisiva, o que se expressa em obras como *O informante* [The insider] (Michael Mann, 1999; Al Pacino, Russell Crowe); *Mera coincidência* [Wag the dog] (Barry Le-

vinson, 1997; Dustin Hoffman; R. De Niro) e *O quarto poder* [Mad City] (Costa Gravas, 1997; Dustin Hoffman, John Travolta). Há inúmeros trabalhos cinematográficos tratando dos jornalistas e da televisão, enunciamos apenas alguns deles a título de evidenciar uma empiricidade que pode ser útil numa teorização da mídia, ética, cidadania e sociabilidade.

12 Os jornalistas, as mídias e o cinema nacional

Certamente o cinema nacional tem contribuído para um exercício vigoroso como um observatório das mídias, ajudando bastante para uma visualização dos procedimentos éticos na conduta jornalística e também na gestão e representação dos processos midiáticos. Teríamos especificamente de percorrer um longo itinerário que passa pelas chanchadas e pelo cinema novo, pelo chamado “cinema da boca”, o “cinema marginal”, as pornochanchadas, o “cinema alternativo” e “cinema de invenção”. Teríamos de checar o cinema dos anos 80, os anos de seca (na gestão do Presidente Collor), os documentários, e o recente “cinema da retomada”.

A especificidade dos filmes nacionais e do contexto brasileiro, as particularidades das formas assumidas pela indústria cultural nos espaços e tempos locais, os níveis de alfabetização, educação e participação, os estilos de resistência e apropriação dos bens simbólicos, as modalidades de leitura, assim como os hábitos de assistir à televisão... tudo isso, incluindo a inserção do cinema na TV, os canais pagos, os sistemas de videocassete e DVD, compõe um leque formidável de questões que exige um tratamento adequado ao

cinema brasileiro. No momento nos dedicamos a um mapeamento seletivo dos filmes nacionais antes de nos debruçarmos sobre essa modalidade específica.

13 Acusação e defesa dos jornalistas e agentes midiáticos

Existem filmes furiosos que - mirando a imprensa - pintam o diabo mais feio do que este o é na realidade. O perfil do jornalista na imaginação criativa do cinema se apresenta por meio de uma legião de personagens, cujo caráter e temperamento se mostram diferenciados, mas podemos perceber que são enfatizados os traços que possam atrair de maneira mais efetiva a audiência. Então, temos a elaboração de perfis psicológicos, repertórios de linguagem e um conjunto de atitudes e comportamentos que deverão refletir a parte altruísta e a parte egoísta dos seres humanos, os níveis elevados e os níveis mais rasteiros porque o diálogo entre os opostos pode gerar efeitos lucrativos junto ao espectador. Todavia há narrativas mais ricas e outras mais pobres e cumpre averiguar como ali se reproduzem e se representam os estigmas, os preconceitos, os recalques, assim como as modalidades de esclarecimento, de autonomia e de liberdade. Ocorre o mesmo com relação à imprensa, enquanto instituição, ou como uma corporeidade midiática, que, quando representada (ou simulada) no cinema, não escapa dos esquemas ideológicos. O interessante é perceber como o cinema se estabelece enquanto uma espécie de observatório da mídia, mostrando que os processos jornalísticos e midiáticos são complexos, não podendo - portanto - caber em

nenhuma caracterização maniqueísta. Uma apreciação justa do mundo dos jornalistas e do jornalismo, na simulação cinematográfica, exige uma contextualização histórica, social, econômica e política.

A clarividência do cinema reside em sua radical visibilidade, e é por aí que ele pode nos tornar melhor ou pior: não se trata apenas de um mero jogo de influência do meio sobre o espectador, na salinha escura durante a exibição de um filme; vamos nos enxergando por dentro, num interrupto jogo de espelhos, em que nos identificamos, renegamos, concordamos e simultaneamente discordamos da realidade e verossimilhança das imagens mostradas; o fato é que ali se realiza uma experiência de simbiose total, em que camada após camada de significação fílmica vai mexendo com as nossas sensações, afetos e sentimentos, daí resulta a catarse de que falava Aristóteles.

14 Referências bibliográficas

- BAUDRILLARD, J. *Tela Total: Mitonias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- BAUMAN, Z. *O mal-estar na pós-modernidade*. Jorge Zahar, 1998.
- FAUSTO NETO, A. *Desmontagens de sentidos*. Leitura dos discursos midiáticos. João Pessoa: Ed. UFPB, 2001.
- MAFFESOLI, M. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, ano.
- MUNIZ SODRÉ. O ethos midiático. In: *Antropológica do Espelho*. Vozes, 2002.
- ORICCHIO, L.Z. *Cinema de novo*. Um balanço crítico da retomada. S. Paulo: Estação Liberdade, 2003.
- VERON, E. *La construction de l'événement*. Paris: De Minuit, 1979.

Textos disponibilizados na Internet

- BALOGH, A. *Media e temporalidade. Dromoscopia e serialidade. O admirável mundo novo em ritmo de rock pauleira*. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM 2004. Porto Alegre – RS.
<http://www.adtevento.com.br/intercom/resumos/R0808-1.pdf>
- BERGER, Christa. *Jornalismo no Cinema*. Porto Alegre: UFRGS, 2002.
- DINES, Alberto. *A Imprensa em questão*. (Sobre o filme *O quarto poder*, Costa Gravas);
<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iq050898a.htm>
- DINES, A. O show da vida: fingimos que somos livres, os jornais fingem que são imparciais. In: *Observatório da Imprensa*, nº 56, 05.11.98.
<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/circo/cir051198.htm>
- FLORIO, Marcelo. Billy Wilder e a crítica à mídia jornalística no filme *A montanha dos sete abutres*. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM 2004. Porto Alegre – RS.
<http://www.adtevento.com.br/intercom/resumos/R1333-2.pdf>

OLIVEIRA, Wilson. *McLuhan como personagem de cinema*. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM 2004. Porto Alegre – RS.

<http://www.adevento.com.br/intercom/buscatrabalho.asp?acao=consultar>

<http://www.igutenberg.org/cinema.html>
- capturado em 23.10.2005

Contracampo. Revista de Cinema

<http://www.contracampo.com.br/>

STEINBERGER, M.B. O Show da Vida. Truman e o espaço público mal resolvido. In: *Observatório da Imprensa*, nº 56, 05.11.98

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/art051198a.htm>

TANAKA, K.K. Espectadores, observadores ou coadjuvantes? In: OI, 05.11.98

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/art051198b.htm>

TRAVANCAS, I. O jornalista como personagem de cinema. In: XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM 2001. Campo Grande - MS.

<http://www.adevento.com.br/intercom/buscatrabalho.asp?acao=consultar>

Site: *Adoro Cinema*

<http://adorocinema.cidadeinternet.com.br/default.asp>

Jornalistas não prestam no cinema. In: *Observatório da Imprensa*. 26.07.2005

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=339MON002>

Instituto Gutemberg. Cine Gutemberg. Jornalismo e Jornalistas no enredo dos filmes.