

Hibridização e o jornalismo camaleônico

Kurtz, Adriana Schryver

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kurtz, A. S. (2016). Hibridização e o jornalismo camaleônico. *Revista Observatório*, 2(5), 310-333. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2n5p310>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

**HIBRIDIZAÇÃO E O
JORNALISMO
CAMALEÔNICO**

**HYBRIDIZATION AND
CHAMELEONIC JOURNALISM
HIBRIDACIÓN Y PERIODISMO
CAMALEÓNICO**

Adriana Schryver Kurtz^{1, 2}

RESUMO

O texto aborda a crescente hibridização entre o Jornalismo e demais formatos midiáticos como resultado natural de um processo que já está na própria raiz da comunicação enquanto atividade histórica. A lógica interna e as potencialidades estéticas e discursivas do fenômeno são analisadas a partir das convergências entre jornalismo e cinema. Para tanto, utiliza o falso documentário Zelig (1983), texto fílmico de Woody Allen, híbrido por natureza, postulado como um microcosmo rico em pistas e sugestões para refletir sobre a fusão entre conteúdos informativos e não informativos.

PALAVRAS-CHAVE: Hibridização; Jornalismo; Cinema; Zelig.

ABSTRACT

The text discusses the growing hybridization between journalism and other media formats as a natural result of a process that is already in the very root of communication while historical activity. The internal logic and the aesthetic and

¹ Doutora e mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Graduada em Comunicação Social/Jornalismo (PUCRS). Professora dos Cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul). Coordenadora do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (NEJOR/ESPM-Sul) e líder do grupo de Pesquisa CNPq "Teoria e Prática no Jornalismo". E-mail: adrianakurtz@terra.com.br.

² Endereço de contato com a autora (por correio): Escola Superior de Propaganda e Marketing, Curso de Comunicação Social - Jornalismo. Rua Guilherme Schell n. 350, Santo Antônio, CEP: 90640400, Porto Alegre (RS), Brasil.

discursive potential of the phenomenon are analyzed through the convergences between journalism and cinema. Therefore, uses the mockumentary *Zelig* (1983), filmic text of Woody Allen, hybrid by nature, postulated as a microcosm rich in clues and suggestions to reflect about the merger between informative and uninformative content.

KEYWORDS: Hybridization; Journalism; Cinema; Zelig.

RESUMEN

El texto aborda la creciente hibridación entre el periodismo y otros formatos de medios como um resultado natural de un proceso que ya está en la raíz misma de la comunicación mientras actividad histórica. Se analizan la lógica interna y el potencial estético y discursivo del fenómeno a través de las convergencias entre el periodismo y el cine. Para ello, utiliza el falso documental *Zelig* (1983), texto fílmico de Woody Allen, híbrido en su naturaleza, postulado como un microcosmos rico en pistas y sugerencias para reflexionar sobre la fusión entre contenidos informativos y no informativos.

PALABRAS CLAVE: Hibridación; Periodismo; Cine; Zelig.

Recebido em: 05.10.2016. Aceito em: 02.12.2016. Publicado em: 25.12.2016.

Hibridização: um falso novo fenômeno

Embora o termo hibridização do jornalismo seja relativamente novo, o desenvolvimento histórico do fenômeno vem sendo marcado por diversos pontos de inflexão que ganham destaque como objeto de estudo a partir da virada do século XXI, mas podem ser rastreadas – numa espécie de busca arqueológica – já na fase que Marcondes Filho chamou de “o primeiro jornalismo”, situada entre 1789 a meados do século XIX. Ora, se o jornalismo é filho legítimo da revolução francesa e se a história do jornalismo reflete de forma bastante próxima a própria aventura da modernidade, como postula Marcondes (2009), não seria algo demasiadamente purista a crescente preocupação – eventualmente marcada por um *touch* escandalizado – diante do acirramento de processos de hibridização entre o jornalismo e diversos formatos e gêneros midiáticos não informativos que se destinam, afinal, às massas?

Estaríamos repetindo – sem a mesma sofisticação analítica - o lamento de Walter Benjamin (1994) acerca da morte da narrativa frente à informação³?

³ No memorável ensaio “O Narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”, Benjamin nota que uma nova forma de comunicação - a informação - passava a exercer uma influência notável, mas nefasta, sobre a forma épica. A consolidação da burguesia, “da qual a imprensa, no alto capitalismo, é um dos instrumentos mais importantes” correspondia à consolidação de um outro modelo de comunicação, simplesmente “incompatível com o espírito da narrativa” (1994:202). Se o romance burguês já era o “primeiro indício da evolução que vai culminar na morte da narrativa”, as notícias - fatos que já nos chegam acompanhados de explicações, plausíveis e passíveis de verificação imediata - são ainda mais ameaçadoras e, de resto, provocam uma crise no próprio romance. “Cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no entanto, somos pobres em histórias surpreendentes”. Essa perda do sentido da experiência – uma vez que as experiências estão deixando de ser comunicáveis – é coerente com um mundo no qual, “quase nada o que acontece está a serviço da narrativa, e quase tudo está a serviço da informação”. Não se trata, como se pode perceber, de uma questão meramente estética ou mesmo “comunicacional”. Se a arte de narrar está definhando é porque “a sabedoria – o lado épico da verdade – está em extinção” (BENJAMIN, 1994: 201-3).

Se a enxurrada de notícias do mundo nos deixa, paradoxalmente, “pobres em histórias surpreendentes”, como acreditava Benjamin (1994, p. 201-3), a hibridização poderia ser vista, historicamente, como uma tentativa de compensar a extinção da sabedoria, o “lado épico da verdade” de que falava o filósofo alemão. Ainda que seja compreensível, portanto, as preocupações com a manutenção de um jornalismo - de interesse público - que se pretenda digno de sua função social, entendemos que, nas dadas circunstâncias históricas, econômicas e culturais destes tempos contemporâneos, tal ideal é uma utopia e o bom jornalismo só pode ter seu lugar enquanto exceção, e não como regra geral. E também sobre a questão do hibridismo, poderíamos afirmar com Muniz Sodré que

Não há nenhuma vitimização do público por motivo de desinformação, uma vez que ele termina sendo conivente com o “pacto de comunicação” implícito na forma de vida criada pela mídia. Alterman observa, por exemplo, “o espantoso grau de ignorância e/ou apatia partilhado por muitos americanos com relação à vida pública e às questões políticas”. O entretenimento e os serviços de consumo ganham o primeiro plano das atenções, de maneira que, seja nos Estados Unidos ou tendencialmente em outros países, dá-se o fenômeno da propagação de uma forma de notícia “que se relaciona mais com frivolidade e parques temáticos do que a ideia vetusta de público e vida cívica” (apud SODRÉ, 2009, p. 131)

Contrariando aquela avaliação de Thomas Jefferson, um dos pais fundadores da nação norte americana – “onde há imprensa livre e todo homem é capaz de ler, tudo está a salvo” –, a avaliação do crítico Eric Alterman, feita em 2003 e recuperada por Sodré alguns anos depois, busca desmentir “o mito do liberalismo” como referência para o jornalismo praticado nos EUA. Alterman caracterizava a imprensa estadunidense simples e cruamente como “mais conservadora do que liberal”. Nada que não tivesse sido notado pelos

expoentes europeus da Teoria Crítica da Sociedade, em pleno exílio nos Estados Unidos, ainda durante a II Guerra Mundial. Num texto tão famoso como mal lido sobre o teor anti-iluminista da indústria cultural, sob o império do capitalismo e da publicidade, Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985, p. 99) já alertavam para o fato de que a civilização atual a tudo confere um ar de semelhança, uma vez que o cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema, no qual “cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto”.

Como na crônica de uma morte anunciada – no caso, a de um jornalismo romanticamente comprometido com suas responsabilidades na formação de uma esfera pública consciente –, a tendência a um dos aspectos mais perversos da hibridização fora categoricamente acusada pelos filósofos frankfurtianos: “Nas mais importantes revistas norte-americanas, *Life* e *Fortune*, o olhar fugidio mal pode distinguir o texto e a imagem publicitários do texto e imagem da parte redacional”. Assim, por exemplo, redacional “é a reportagem ilustrada, que descreve entusiástica e gratuitamente os hábitos e os cuidados com o corpo de uma personalidade em evidência e que serve para granjear-lhe novos fãs”, enquanto as páginas publicitárias “se apoiam em fotos e indicações tão objetivas e realistas que elas representam o ideal da informação que a parte redacional ainda se esforça por atingir” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 135). Há que se notar que tal percepção, por seu turno, em muito antecede o lamentável fenômeno contemporâneo dos programas de (pseudo)informação pautados totalmente por interesses publicitários e seus agentes.

Esse breve apanhado histórico nos faz (re)lembrar que os esforços de pesquisa e reflexão na área de comunicação, mídia e do jornalismo, em particular, parecem paradoxalmente ameaçados por duas questões, a saber: toda a nova tendência teórica está, invariavelmente, atrasada em relação aos

dinâmicos processos comunicacionais; e toda a novidade, se analisada com maior rigor e distanciamento, faz parte inexorável de um processo que se configura ao longo de décadas, senão de séculos de desenvolvimento. Resumidamente, defendo a tese de que a hibridização já está na própria raiz da comunicação enquanto atividade histórica, e que o jornalismo é fruto, desde sempre, dessa condição, ainda que hoje o fenômeno ganhe uma visibilidade e uma clareza sem precedentes (ou, quem sabe, apenas sem maiores pudores).

Tal tese não poderá ser trabalhada nos limites de um *paper*, embora seja sua tela de fundo, para usar uma imagem cinematográfica. Portanto, vou me deter pontualmente nas relações históricas entre jornalismo e cinema – sobretudo em sua vertente documental –, enquanto um microcosmo rico em pistas e sugestões para a reflexão acerca da hibridização entre conteúdos informativos e não informativos. Para tanto, recorrerei a um *corpus* de análise que se encontra no âmbito do universo midiático e que, por isso, pode lançar luzes sobre a questão que ora aflige o campo jornalístico: *Zelig* (1983), do cineasta norte-americano Woody Allen. Busco discernir sobre o tema a partir de um texto fílmico que retira sua força e sua originalidade do próprio estatuto de uma obra híbrida, construída com o generoso auxílio de uma série de recursos típicos do jornalismo – entrevistas, material de arquivo histórico e midiático, depoimentos, documentos, uma locução poderosa no estilo “voz de Deus”, entre outros – que vão legitimar, autenticar e conferir uma aura de veracidade a uma história improvável e *nonsense*.

O convite que se faz ao leitor é refletir sobre a própria lógica interna e as potencialidades estéticas e discursivas da hibridização, tomando como exemplo um filme que já nasce sob o seu signo, brincando com o poder camaleônico de um personagem totalmente fictício – Leonard Zelig –, apresentado como verídico, dentro da melhor tradição do gênero documental. Consta, aliás, que,

nos Estados Unidos, alguns espectadores teriam saído das salas de cinema fazendo comentários do tipo: “Se esse cara Zelig foi tão importante, como é que eu nunca ouvi falar dele?”. Eu mesma, ministrando aulas e cursos de cinema, vi alunos confusos quanto à existência ou não do personagem criado por Allen. A escolha de *Zelig*, portanto, é bem menos aleatória do que poderia parecer num primeiro momento. De fato, trata-se de um texto fílmico que considero uma síntese genial da questão da hibridização no ambiente midiático.

Assim, o texto primeiramente vai recuperar as convergências históricas entre cinema e jornalismo, assinalando o quanto o primeiro, com sua força de representação, emprestou ao segundo uma aura romântica, heroica e nobre, que dificilmente pode ter correspondência no âmbito do mundo “real”, já que, fora do universo das telas, o jornalismo é uma atividade mercadológica e, como tal, obedece a certas leis que entram em conflito direto com seus ideais e suas melhores potencialidades. Será ressaltado o fato de que tanto o jornalismo quanto o cinema documental buscam uma hipotética representação do mundo – ou, se quisermos, da realidade e da verdade –, que segue sendo totalmente problemática, senão uma miragem.

Aliás, ambas as mídias passam atualmente por uma radical experiência de hibridização (que certamente conta com um passado não desprezível), num quadro de extrema fusão entre gêneros. E buscam desesperadamente a ampliação de seus públicos, não raro sob o preço da submissão deslavada aos desejos dos receptores, o que obriga a concessões de todas as ordens. Cabe ressaltar que a história da imprensa demarca claramente o momento – já no século XIX – em que a informação como mercadoria supera o paradigma do jornal de opinião e escancara os espaços para o entretenimento, como um valor-notícia fundamental. A hibridização, nesse sentido, nada mais é do que

um desenvolvimento natural de um movimento que tem, em sua base, a ideia de despertar o interesse do leitor e ainda entretê-lo, como destaca Leonel de Aguiar (2008).

Sob a dinâmica dos processos de globalização e de novas tecnologias comunicacionais, penso que a hibridização é uma tendência mundial em todas as mídias, que galopa num caminho sem retorno. Se os jornais impressos tiveram, há décadas, que adaptar forma e conteúdo, visando a uma aproximação com a estética televisiva, hoje se aparentam com suas versões virtuais⁴. Já o assim chamado “cinema documentário” – ou “cinema de não ficção”, como preferem os teóricos contemporâneos – vive uma fusão sem precedentes com a tradição mágica fundada por Georges Méliès. Ao embaçamento das fronteiras entre os dois gêneros clássicos, corresponde um revigoreamento da narrativa cinematográfica.

Há certo consenso de que a hibridização resultou num ganho, ampliando os recursos estéticos e propiciando uma abordagem dos temas mais original e rica na arte do documentário. No caso do jornalismo, o processo não pode ser visto com o mesmo otimismo. O certo é que o fenômeno, para ambos, garante a ampliação dos públicos. E não é isso que querem todas as mídias? Mas, como bem diz Márcia Franz Amaral (2008, p. 64), o conceito de jornalismo não se restringe, atualmente, somente a temáticas e abordagens de interesse público. Pior ainda, o jornalismo se desloca para o entretenimento – a mais notória forma de hibridização –, “em todos os movimentos em que não tiver como objetivo ampliar o horizonte e o conhecimento do leitor, o que pode ocorrer na

⁴ Sodré (2009, p. 110) chama a atenção para “as hibridizações formais” entre a escrita tradicional e a escrita para a tela do computador que oferece ao público receptor a opção da leitura de jornal em “cinco ou cinquenta minutos”, ou seja, entre resumos e textos maiores, a exemplo do que fez a Folha de São Paulo já na primeira década deste século.

seleção do fato, no seu enquadramento ou na estrutura da notícia”, lembra a autora.

Duas narrativas em busca (do reflexo) da realidade

“Não só os jornalistas, mas também os escritores, produtores, dramaturgos cineastas, diretores e todos os outros responsáveis pelo discurso midiático estão em xeque. Se a vida é um show e a mídia é um palco, os roteiristas do espetáculo correm o risco de tornarem-se os bobos da corte”. A avaliação de Felipe Pena (2010, p. 31), em sua análise sobre as teorias do jornalismo, nos parece adequada como ponto de partida para marcar a histórica – e certamente radicalizada – convergência entre cinema e jornalismo na sociedade contemporânea.

O autor faz questão de salientar, já na introdução de sua obra, a necessidade de separação entre os conceitos de mídia – que incluem manifestações culturais, como os filmes – e de imprensa, ainda que admita as mútuas influências entre ambos no espaço público de um mundo tornado global. Mas, uma vez que a imprensa está no interior da mídia, sendo também uma de suas representações, pondera: “Representações, leis do mercado, celebridades. O jornalista não pode ignorar esses conceitos”. Isso porque o “homem comum não se informa mais pelos relatos da praça, mas sim pelo que os mediadores do novo espaço público trazem até ele. Daí nossa responsabilidade” (PENA, 2010, p. 31).

De fato, as relações entre cinema e jornalismo são inumeráveis e podem ser analisadas à luz das mais diversas ciências, ainda que estejam claras para qualquer cinéfilo medianamente informado. Aliás, muito do *glamour* do

jornalismo deve ser creditado ao *medium* que, inaugurado oficialmente em 1895, pelos irmãos Lumière, tornou-se o mais poderoso instrumento moderno de produção de narrativas do século XX (em que pese a possível discordância dos jornalistas). A atividade jornalística e os profissionais do jornalismo – bem como o onipotente mantra da liberdade de expressão como valor absoluto da sociedade ocidental – foram amplamente decantados e idealizados nas telas do cinema. É verdade, alguns filmes fizeram uma crítica tão severa que talvez tenham tido mais peso do que todas as reflexões especializadas já feitas no campo novíssimo das teorias do jornalismo. Aqui, vale o clichê de que uma imagem – ou melhor, uma cena – vale por mil palavras, ainda que publicadas.

Obras primas, como *The Front Page* (1931), *Cidadão Kane* (1941) e *A Montanha dos Sete Abutres* (1951), e filmes menores, como *O Quarto Poder* (1997) e *O Informante* (1999), entre dezenas de títulos, mostraram de forma cabal o lado espúrio de uma atividade que se pretende acima de qualquer suspeita e absolutamente vital para a democracia, a formação da opinião pública e a vida social nas sociedades modernas. Alguns dos personagens dos filmes que retrataram o jornalismo ultrapassaram até mesmo aquela já clássica definição de Karl Kraus, que, de forma provocativa, abre o livro “Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria”, de Ciro Marcondes Filho (2009, p. 33). Ser da pior espécie, dizia Kraus, o jornalista encontra-se num patamar inferior ao das prostitutas, uma vez que nenhum dos dois precisa sentir coisa alguma.

Mas sejamos justos com o cinema, essa indústria que, na concepção de Adorno, sempre foi a mais poderosa produtora do lixo cultural: na grande tela, o jornalismo foi bem mais romantizado do que combatido. A encenação generosa do “*glamour* da mídia”, aliás, é observada pontualmente na primeira página – com o perdão do trocadilho – do belo ensaio de abertura do livro

“Jornalismo no Cinema”, de Christa Berger (2002). Como observa a autora, “herói é a primeira definição para o tipo ideal criado com esmero para dar forma e sentido ao jornalista dentro do contexto também enaltecido do jornalismo, em suas diversificadas aparições (jornal, rádio, tevê)”. Pois, mesmo quando o personagem é digno de ressalvas morais, “ele está ali, imprimindo a sua marca – de investigador, de aventureiro, de destemido e solitário lutador – correndo riscos para realizar sua profissão/missão” (BERGER, 2002, p. 17). Sobre esse tipo de personagem imortalizado pelo cinema, em filmes icônicos como *Todos os Homens do Presidente* (1976), pensadores como Érik Neveu (2006, p. 176-7) serão implacáveis: o jornalismo investigativo, *glamour* da profissão, é, de fato, “mais ruidosamente celebrado do que verdadeiramente praticado”, pela evidente razão de que tal empreitada requer excessivo tempo e dinheiro dos veículos.

Esta breve digressão sobre a presença notável do jornalismo no cinema nos remete ao próximo objeto desta reflexão: as convergências entre o cinema documental e a atividade jornalística (atividades que se pretendem, em seus diferentes âmbitos, ser um autêntico *espelho da realidade*). Trata-se, aqui, de avaliar de que maneira essas duas formas narrativas vitais para a sociedade capitalista contemporânea se encontram e convergem na busca da representação da realidade e – por que não? – da própria verdade. Quanto ao jornalismo, fazemos nossas as palavras de Clóvis de Barros Filho (2008, p. 07), ao introduzir a relevância da questão da ética na comunicação: “a realidade que conhecemos resulta da edição do mundo”. Uma vez que a mídia faz “parte integrante da realidade, elaborando uma visão mediada desta realidade” e tendo o poder de, concomitantemente, divulgá-la, “pode-se afirmar que a mídia contribui para criar a realidade que ela se propõe descrever”.

Na década de 1920, o cinema documentário seria definido pelo produtor e cineasta britânico John Grierson (1898-1972) como “tratamento criativo da realidade”. Ainda que poética, a noção griersoniana coloca em destaque o ponto decisivo na concepção do gênero: a palavra *documentário* já traz em si a ideia de uma produção que retrata a realidade, tal qual um documento (DEANE, 2002). Muito embora haja diferentes definições para o gênero documentário, grande parte dos autores parece concordar em um ponto essencial: é um tipo de filme constituído por imagens que pretendem representar a vida real. Fernão Ramos (2008), numa obra referencial, postulou o documentário como uma narrativa composta por diversas vozes que falam sobre o mundo ou sobre si mesmas. A semelhança com o jornalismo não causará espanto. Pois para além da questão notória do caráter de autoagendamento da mídia, é bem conhecida a prática do autoelogio por boa parte da imprensa.

Como assegura o autor, a grande vantagem do termo documentário é já carregar, no próprio nome, uma vasta carga histórica⁵, uma vez que

é uma narrativa basicamente formada por imagens-câmera, acompanhadas muitas vezes de imagens de animação, carregadas de ruídos, música e fala (mas, no início de sua história, mudas), para as quais olhamos (nós, espectadores) em busca de asserções sobre o mundo que nos é exterior, seja esse mundo coisa ou pessoa. (RAMOS, 2008, p. 22)

O conceito de Ramos para o documentário – uma narrativa que faz asserções sobre o mundo para um espectador que recebe essa narrativa enquanto tal – encontra notável convergência com o jornalismo. O mesmo vale

⁵ Deane (2002, p. 42) lembra que a noção de documentário sempre esteve ligada à de evidência, mesmo porque seu nome é muito associado ao termo “prova documental”. Também Aumont e Marie (2003, p.86) ressaltam o “peso” que o termo documentário traz inscrito em si mesmo, recuperando a associação quase automática que se faz entre as noções de “realidade”, “provas” e “documentos”. Tudo isso levaria os espectadores a “adotar uma atitude mais ‘documentarizante’ do que ‘ficcionalizante’” diante de filmes documentários.

para outras definições clássicas. Carlos Deane (2002, p. 43-5) lista os elementos que facilitariam a identificação de um documentário: oposição entre imagens em preto e branco – ou sépia – e cor (já que as imagens em preto e branco dariam maior noção de realidade); intervenção da câmera no espaço e interação dos “atores” com a câmera; uso de imagem-locução (a realidade é mostrada pela câmera e um locutor narra o que acontece no ambiente com aparente domínio sobre a realidade); tom de seriedade e cientificidade nas obras. Jacques Aumont e Michel Marie (2003, p. 86), por sua vez, entendem o documentário como uma “montagem cinematográfica de imagens visuais e sonoras dadas como reais e não fictícias”, com caráter informativo, educativo e que objetivam mostrar a realidade e as características do mundo como ele é. Contudo – e esse é um ponto interessante –, a realidade seria, por definição, “afílmica”. Assim, os documentários utilizam a realidade como referência, o que indica que seu conteúdo existe ou existiu no mundo real e pode ser verificado por outros meios além do filme.

Tal dilema não deixa de ter sua correspondência com o clássico – ainda que muitas vezes escamoteado, ao menos no âmbito do senso comum – problema da narração jornalística. Nelson Traquina (2005, p. 20) faz notar que os jornalistas, do alto de sua ideologia profissional, tendem a dizer que o jornalismo é a realidade (no que se filiam – podemos acrescentar – às concepções frágeis, mas duradouras, da “teoria do espelho”). O autor sustenta que “há verdade nessa afirmação”, uma vez que existe um acordo tácito, entre jornalistas e público, “que torna possível dar credibilidade ao jornalismo”. Mas há um aspecto que escapa a esse raciocínio consolador. Um acordo tácito entre consumidores de notícia e jornalismo “finda por estabelecer o limite entre o que existe e é digno de menção e o que não existe ou não merece atenção: aquilo de que se fala é ou é importante – de outras coisas não se pode falar

porque elas ou não existem ou são desimportantes ou desinteressantes”, fulmina Wilson Gomes (2009, p. 15). Outro aspecto é notado por Patrick Charaudeau que, ao ponderar sobre a inelutável necessidade da instância midiática em emocionar e mobilizar a afetividade do público⁶, inadvertidamente sugere a aproximação entre as narrativas cinematográficas e jornalísticas:

o contrato de informação midiática é, em seu fundamento, marcado pela contradição: finalidade de fazer saber, que deve buscar um grau zero de espetacularização da informação, para satisfazer o princípio de seriedade ao produzir efeitos de credibilidade; finalidade de fazer sentir, que deve fazer escolhas estratégicas apropriadas à encenação da informação para satisfazer o princípio de emoção ao produzir efeitos de dramatização.(CHARAUDEAU, 2006, p. 92).

De fato, as relações perigosas entre cinema e jornalismo – ou, se preferirmos, entre jornalismo e ficção – podem ser pinçadas aleatoriamente nas reflexões mais clássicas da teoria do jornalismo. A notícia, principal produto do jornalismo contemporâneo, não é ficção, pois os acontecimentos e os personagens das notícias não são inventados por jornalistas, diz Traquina (2005, p. 20), reiterando o *auto da fé* da atividade: “a transgressão da fronteira entre realidade e ficção é um dos maiores pecados da profissão de jornalista, merece a violenta condenação da comunidade e quase o fim de qualquer promissora carreira”. Mas como a fogueira da Inquisição já não alcança os contemporâneos, há uma pequena ressalva: não raro, essa “realidade” é “contada como uma telenovela” – por que não um filme?, perguntaríamos – e aparece “quase sempre em pedaços, em acontecimentos” – como em cenas? –, sendo parte de

⁶ A instância midiática está “condenada” a procurar emocionar seu público. “Na tensão entre os polos da credibilidade e de captação, quanto mais as mídias tendem para o primeiro, cujas exigências são as da austeridade racionalizante, menos tocam o grande público; quanto mais tendem para a captação, cujas exigências são as da imaginação dramatizante, menos credíveis serão. As mídias não ignoram isso, e seu jogo consiste em navegar entre esses dois polos ao sabor da sua ideologia e da natureza dos acontecimentos” (CHARAUDEAU, 2006, p. 92-3).

uma “avalanche de acontecimentos perante a qual os jornalistas sentem como primeira obrigação dar respostas com notícias, rigorosas e se possível confirmadas, o mais rapidamente possível, perante a tirania do fator tempo”. Tal qual o cinema, o jornalismo dá a ver a realidade por meio de estórias.

Poder-se-ia dizer que o jornalismo é um conjunto de “estórias”, “estórias” da vida, “estórias” das estrelas, “estórias” de triunfo e tragédia. Será apenas coincidência que os membros da comunidade jornalística se refiram às notícias, a sua principal preocupação, como “estórias”? [...] O ex-jornalista e atualmente professor Jack Lule [...] vê nos acontecimentos do dia-a-dia “estórias” eternas que ecoam narrativas mais antigas que, ao longo do tempo, criaram figuras míticas sob a forma de arquétipos como o herói, o vilão ou a vítima inocente. Poder-se-ia dizer que os jornalistas são os modernos contadores de “estórias” da sociedade contemporânea, parte de uma tradição mais longa de contar “estórias” (TRAQUINA, 2005, p. 21).

Já Wilson Gomes (2009, p. 15) observa que o acesso à realidade se estende para além do que nós, enquanto indivíduos, podemos experimentar. Assim, tal acesso é “mediado por um grupo de narradores confiáveis que, por sua vez, experimentam-na diretamente ou se apoiam em testemunhas que a experimentaram em primeira pessoa”. O extremo dessa situação, entretanto, é que o discurso jornalístico se manifesta como um “juízo oracular”, verdadeira resposta de um deus a uma consulta humana.

O entretenimento na notícia mercadoria: rumo ao jornalismo camaleão

O oráculo, no entanto, não abre mão da capacidade de entreter os pobres mortais que a ele recorrem, em busca de respostas. No texto “Entretenimento: valor-notícia fundamental”, Leonel de Aguiar (2008, p. 13) dissecou a fusão entre o ideal moderno do jornalismo (a informação) com “uma

das principais características da cultura de massa: a competência para entreter, distrair, divertir”. Já dizia Adorno e Horkheimer (1985, p. 112-3) que a “indústria cultural permanece a indústria da diversão. Seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão”. Uma benesse que, todavia, tem seu preço: nada menos do que o controle social, já que o *fun*, enquanto prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio, acaba sendo procurado “por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se por de novo em condições de enfrentá-lo”. Mesmo sob a visão funcionalista da imprensa, o pioneiro teórico brasileiro Luiz Amaral concordaria com a tese frankfurtiana, ao dizer que “o entretenimento é uma função psicossocial da imprensa” e que a leitura de jornais é uma atividade prazerosa do tempo livre destinado ao lazer. Numa análise datada, ele ainda prescreveu:

Os momentos escolhidos para ler os jornais são os intervalos de repouso: o descanso que segue o almoço, a espera do jantar ou a hora de dormir; a leitura dos jornais é a distração conscientemente procurada durante os ‘tempos mortos’, nos transportes, nas salas de espera, nos dias de feriado, quando chove. (AMARAL apud AGUIAR, 2008, p. 14)

Parece claro para o observador mais atento que muitas das distorções de um ideal iluminista do jornalismo passam pela porta do entretenimento. Mas a questão é mais grave. O crítico de cultura norte-americano Neal Gabler postulou, de forma peremptória, em “Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade”, que foi o jornalismo, de fato, “o primeiro portal por onde o entretenimento se insinuou para logo depois conquistar a vida”⁷.

⁷ Gabler (1999:11) retoma ainda Boorstin: “por todos os lados o fabricado, o inautêntico e o teatral estavam expulsando da vida o natural, o genuíno e o espontâneo, a tal ponto que a própria realidade se convertera em encenação”. Lembremos que o campo do jornalismo – e não apenas o da mídia – se apropriou de forma dramática da noção de pseudoevento. Assim, a aplicação deliberada de técnicas teatrais em política, religião, educação, literatura, comércio,

Retomando Robert Park, o autor lembra que já em 1835, editores de jornais de Nova York e de Londres teriam se dado conta de que “a maioria dos seres humanos, desde que saibam ler alguma coisa, acham mais fácil ler notícias que opiniões em editoriais”, para além do fato de que “o homem comum prefere ser entretido a ser edificado” (apud GABLER, 1999, p. 61).

Cristalizada no novo formato noticioso, a *penny press* – ou imprensa barata – deu a largada para um desenvolvimento que hoje naturalmente desemboca na radicalização dos processos de hibridização, atendendo ao mesmo imperativo: “a crescente disputa pela conquista do público-leitor e a publicidade como o principal sustentáculo econômico da empresa jornalística” (AGUIAR, 2008, p. 14). Não obstante o desgaste provocado pelos seus próprios excessos, o gradual desaparecimento da imprensa marrom nos Estados Unidos, afirma Gabler (1999, p. 73), tem a ver também com a chegada do cinema – superior na tarefa de fornecer “prazer sensacionalista” – e a competição desigual instaurada entre jornais e filmes. Foi apenas uma questão de tempo até que “o sensacionalismo cinematográfico desbancasse o sensacionalismo da imprensa”, fazendo com que um veículo de entretenimento superasse o outro, “justamente como as imagens tinham superado o texto”. Tal contexto histórico da imprensa norte-americana pode ser justamente recuperado nas imagens de *Zelig*, uma história de interesse humano com doses generosas de sensacionalismo, note-se.

Enquanto um “documentário fictício”, *Zelig* exemplifica a lógica interna do fenômeno da hibridização, que vai caracterizar – não sem um legítimo lamento – o jornalismo da segunda década do século XXI, entrelaçando, como notaram Robert Stam e Ella Shohat (1991, p. 120-1), várias modalidades de

guerra, crime, em tudo, enfim, converteria todo o âmbito da vida em ramos da indústria do entretenimento.

documentário e outras tantas de ficção: filmes compilados pela televisão; cine-noticiários (com a poderosa narração da chamada “voz de Deus”; filmes de testemunhos contemporâneos, com entrevistados idosos que resgatam memórias de tempos passados; tradições contemporâneas da reportagem televisiva e do cinema *verité*; e, não menos importante, perfis de “carregação” dos jornais televisionados sobre desconhecidos alçados subitamente ao papel de notoriedade. Em suma, *Zelig* “apela precisamente para aquelas formas retóricas mais associadas à veracidade dos meios de comunicação de massa, como se fossem irônicos instrumentos de autenticação de uma ficção”.

Woody Allen conta a história de um pretense personagem histórico da crônica midiática dos anos 1920 e 1930 – Leonard Zelig –, que tinha o estranho poder de se transformar na presença de diferentes grupos, adquirindo, de forma camaleônica, as características étnicas, profissionais e físicas de seus interlocutores. Assim, rodeado de psiquiatras renomados, ele se tornava um conhecedor de Freud; entre músicos negros de jazz, mudava a cor da pele; em meio a gangsteres, tomava as feições de um bandido, com direito a cicatriz; entre obesos, via crescer uma barriga desproporcional ao corpo franzino. Num período de estresse emocional, o personagem, de origem judaica, foge para a Alemanha e chega a se metamorfosear em nazista, ridícula e provocativamente vestido num uniforme pardo da SA, enquanto Hitler discursa, inflamado. Zelig, interpretado pelo próprio Allen, é finalmente diagnosticado pela jovem Dra. Eudora Fletcher (Mia Farrow) por quem, naturalmente, vai se apaixonar durante o tratamento.

A bizarra característica, descoberta pela psiquiatria e publicizada com cargas de sensacionalismo pelas mídias da época, transforma Leonard Zelig numa celebridade nacional e, logo, mundial, despertando o interesse das massas e as mais intensas paixões: sindicalistas o acusam de roubar seus

empregos; anticomunistas ferrenhos enxergam nele um perigoso agitador; mulheres variadas juram ter sido casadas com ele, que se vê processado por poligamia. Sob a força da agenda midiática, Hollywood compra os direitos da história de sua vida para produzir um melodrama, a indústria fonográfica lança músicas em sua homenagem; a “dança do camaleão”, inspirado em Zelig, vira febre nos salões estadunidenses e europeus; dezenas de produtos são lançados no mercado com a imagem do camaleão humano, enquanto seus feitos e suas desventuras não saem das capas dos jornais, programas radiofônicos e cinejornais da época.

O preço da fama é cobrado: como nas histórias atuais que eventualmente ocupam nossa atenção *distraída* (diria Walter Benjamin), a súbita celebridade conhece os prazeres e os dissabores de seu papel central no imaginário das multidões, ávidas por novidades bizarras, escândalos e fofocas. Mas é a abordagem genial dos diversos meios de comunicação de massa que empresta a essa história hilariante uma graça adicional e seu poder atual de crítica. Quase acreditamos que o homem camaleão Leonard Zelig realmente existiu. Como naquela frase célebre do colunista do *New York Times*, William Safire – dita num outro contexto, evidentemente –, pode-se afirmar sobre *Zelig*: “o que é amplamente percebido pela imprensa e o público é o que vale”.

Grande parte dessa “paródia camaleônica”, para usar expressão de Robert Stam e Ella Shohat (1991), é feita com material de arquivo. Allen explorou inúmeros arquivos históricos e reuniu farto repertório audiovisual, incluindo filmes caseiros e cinejornais, para situar o espectador nas décadas de 1920 e 1930, proporcionando toda a referência auditiva e imagética da época. Quando as cenas do filme não são de arquivo, são de pseudoarquivos. As imagens tomadas na época de gravação – início dos anos 1980 – foram manipuladas, conferindo artificialmente a elas um caráter envelhecido, com

arranhões e granulações – como nos antigos filmes mudos –, para além da aceleração das cenas, simulando *atualidades*. O áudio também sofreu manipulações, tendo sido gravado com microfones da época, reproduzindo a baixa qualidade do som captado por esses equipamentos na década de 1920.

É desse modo que o filme zomba de nossa crença ingênua de que ver é crer, de que o que ouvimos é o que vemos e o que vemos é o que ouvimos. A tentativa constante da narração de se validar com datas, nomes, citações e material de arquivo é uma grande piada sobre os procedimentos suspeitos da autenticação do próprio documentário e sobre nossa própria fé implícita de que os narradores não abusarão da nossa credulidade (STAM & SHOHAT, 1991, p. 120).

A primeira brincadeira de Woody Allen acerca da história – “estória”, diriam os jornalistas dos EUA – do homem camaleão é exatamente apresentar a obra, em seus créditos de abertura (como de resto em seu formato e em suas estratégias narrativas e visuais), como um documentário. Como uma narrativa de época, *Zelig* também faz asserções e resgata a história dos EUA e da Europa (primeira metade do século XX), mostrando fartas “provas documentais” – naturalmente forjadas –, o que leva os espectadores desavisados à adoção daquela atitude “documentarizante”, citada por Deane (2002:86). Antes de iniciar o filme propriamente dito, um texto de abertura dos créditos faz menção às pessoas que ajudaram em sua realização, imitando o padrão clássico de agradecimento aos colaboradores. Assim, exaltando o *status* documental do filme, o texto diz: “O seguinte documentário gostaria de agradecer especialmente à Dra. Eudora Fletcher, a Paul Deghuee e à Srta. Meryl Fletcher Varney”. Ocorre que essas eminentes pessoas nunca existiram: não passam de três personagens ficticiais criados por Allen.

Intelectuais famosos e pessoas comuns são convocados a falar sobre o fenômeno, em entrevistas e testemunhos. Na primeira entrevista do filme,

gravada em cores, a ensaísta Susan Sontag analisa o homem camaleão do ponto de vista de sua importância cultural. Já o testemunho de dois (supostos) ex-editores do jornal *Daily Mirror* ironiza a própria imprensa estadunidense. Os idosos lembram que, nos anos 1920 e 1930, era comum a instituição imprensa maquiar notícias e distorcer verdades para vender mais jornais. Entretanto, com Leonard Zelig, isso não era preciso: as histórias “se vendiam sozinhas”.

Os meios de comunicação de massa são amplamente explorados em *Zelig*. Jornais impressos, cinejornais, programas de rádios, narrativas ficcionais melodramáticas e fotografias nos fazem acreditar na absurda história. Mais do que um conjunto de veículos que agendam Zelig para o consumo das massas, a mídia é uma personagem onipresente no filme de Woody Allen, que chega a falsificar jornais de época. Num deles, o leitor/espectador é apresentado ao que seriam as primeiras notícias em relação ao caso, por meio do título “Humano que se transforma é descoberto”.

História inventada disfarçada de história verídica, *Zelig*, para parafrasear Hayden White, é “texto pseudo-histórico feito artefato fílmico”. De fato, podemos tomar *Zelig* como uma demonstração espirituosa da tese de White, em *Metahistory*, segundo a qual pouco importa se o mundo transmitido ao leitor/espectador é concebido como sendo real ou imaginado; a forma de se fazer sentido discursivo dele é idêntica (STAM & SHOHAT, 1991, p. 115).

Não deixa de ser irônico pensar que, no início da década de 1980, enquanto os estudiosos em comunicação se dedicavam – seriamente, como convém a uma área acadêmica – às novas temáticas que dominariam o período (recepção, comunicação e cultura popular, tecnologias de comunicação, linguagem dos meios e comunicação e educação), *Zelig* antecipava, com humor e ironia irretocáveis, os dilemas de uma tendência do jornalismo que se tornaria hegemônica algumas décadas depois. Como buscamos sugerir, a questão da hibridização está associada à necessidade atávica do jornalismo em atender às

expectativas de um público – seus interlocutores – mais preocupado com as delícias do entretenimento do que com os rigores da análise dos fatos.

Se a alcunha teórica “hibridização” – que se coloca lado a lado com os conceitos de “sensacionalismo”, “espetacularização”, “infotimento”, entre tantos outros – ocupa, neste momento, justas preocupações em pesquisas sobre a produção jornalística e sobre seu futuro, o fato é que em obras cinematográficas leves, como *Zelig*, o fenômeno já tinha sido magistralmente oferecido aos receptores midiáticos. Parafraseando livremente aquela frase célebre de Christian Metz sobre o cinema – “todos os filmes são ficção; e todos os filmes, mesmo que de ficção, são documentários” –, poderíamos dizer que “todo o jornalismo é ficção; e todo o jornalismo, mesmo que híbrido, é jornalismo”.

De resto, sob o império de uma sociedade em rede e suas novas configurações, Muniz Sodré (2009) sugere, a nosso ver com pertinência, que retomemos aquela colocação já clássica de Jean Baudrillard – “a informação do acontecimento é substituída pelo acontecimento da informação”. Isso porque

Quando a informação é parte ativa no acontecimento, o sujeito da recepção (o público leitor ou espectador) é lançado na incerteza quanto a qualquer verdade da ocorrência, o que concorre para neutralizar a ideologia ‘realista’ do discurso informativo (logo, a objetividade da notícia) e aproximá-lo dos discursos em que reinam os efeitos mitológicos, como os da publicidade e os da performance espetacular, em que se tornam irrelevantes as distinções entre o verdadeiro e o falso (SODRÉ, 2009, p. 134)

Pois o *acontecimento da informação* hoje está marcado por doses variadas de hibridização, em constantes arranjos nos quais os antigos gêneros jornalísticos já não dão conta das inumeráveis possibilidades. *Zelig* buscava conquistar a aprovação, simpatia e aceitação dos demais, sem controle sobre

sua própria potencialidade camaleônica: metamorfoseado em múltiplos Outros, o personagem hilariante de Woody Allen perdia sua própria consciência – e moralidade - metendo-se em todo o tipo de constrangimentos e impondo sua presença de certa forma onipresente. Como um Zelig na milésima potência, o jornalismo camaleão também corre o risco de desconectar-se com certa consciência (seria apenas uma autoimagem arrogante?) e moralidade. Mas há que se reconhecer: no que tange à conquista de públicos cada vez maiores, as fronteiras híbridas do jornalismo camaleão podem reatualizar aquela máxima de Hegel sobre a leitura matinal de jornais como a verdadeira “prece do homem moderno”.

Referências

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

AGUIAR, Leonel Azevedo de. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, ano 5, n. 1, p. 13-23, 1º sem. 2008.

AMARAL, Márcia Franz. Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, ano 5, n. 1, p. 63-73, 1º sem. 2008.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 2003.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. 6. ed. São Paulo: Summus, 2008.

BENJAMIN, Walter. O Narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: **Walter Benjamin. Obras Escolhidas. Magia e Técnica, Arte e Política.** Volume I. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

BERGER, Christa (Org.) **Jornalismo no cinema.** Porto Alegre: UFRGS, 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

DEANE, Carlos. A arte do real: notas sobre o documentário. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 5, p. 41-51, jul./dez. 2002.

GABLER, Neal. **Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade.** São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria.** São Paulo: Paulus, 2009.

NEVEU, Érick. **Sociologia do jornalismo.** São Paulo: Loyola, 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

STAM, Robert; SHOHAT, Ella. Zelig. In: LABAKI, Amir (Org.). **O cinema dos anos 80.** São Paulo: Brasiliense, 1991. p. 111-141.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.