

O jornalismo camaleônico: *Zelig* e o fenômeno da hibridização¹

Adriana Schryver KURTZ²

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-Sul

Resumo

O texto aborda a crescente hibridização entre o Jornalismo e demais formatos midiáticos, refletindo sobre a lógica interna e as potencialidades estéticas e discursivas de tal fenômeno. Assume 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 sem precedentes. Destacando as relações históricas entre jornalismo e cinema enquanto um microcosmo rico em pistas e sugestões para a análise acerca da fusão entre conteúdos informativos e não informativos, analisa o falso documentário *Zelig* (1983). O texto fílmico de Woody Allen, híbrido por natureza, antecipou magistralmente o tema e por isso é considerado uma síntese genial da questão que envolve o campo do Jornalismo contemporâneo.

Palavras-chave: Jornalismo; Hibridização; *Zelig*; Teorias do Jornalismo.

***Bad news* acerca de um velho fenômeno**

A compreensível preocupação com o fenômeno da hibridização entre o jornalismo e diversos formatos e gêneros midiáticos não informativos corre o risco de desvelar alguma dose de idealismo ou purismo fadada a uma inexorável decepção. Dizer isso, cruamente, não significa que me incluo entre os cínicos e, muito menos, entre os conformistas de plantão, para quem o mercado e suas leis ditam, sabiamente, os destinos da atividade jornalística. Embora compartilhe da mesma inconformidade e da mesma postura ética que marca os princípios de um jornalismo que se pretenda digno de sua função social, entendo

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista e doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul). Coordenadora do Núcleo de Estudos em Jornalismo (NEJOR-ESPM-Sul) e líder do grupo de pesquisa Teoria e Prática no Jornalismo, cadastrado no diretório do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). e-mail: akurtz@espm.br

que, nas dadas circunstâncias históricas, econômicas e culturais destes tempos contemporâneos, o ideal de um jornalismo de interesse público é uma utopia e o bom jornalismo só pode ter seu lugar enquanto exceção, e não como regra geral. De fato, desde que Theodor Adorno nos alertou – no início de seu referencial texto sobre o teor anti-iluminista da indústria cultural, sob o império do capitalismo e da publicidade – 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” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 99), fenômenos como a chamada hibridização não deveriam surpreender.

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 foi categoricamente acusada pela Teoria Crítica da Sociedade. “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”, fustigou Adorno. 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 em muito antecede o lamentável fenômeno contemporâneo dos programas de (pseudo)informação pautados totalmente por interesses publicitários e seus agentes.

Trazer como marco fundador desse questionamento um texto clássico da Escola de Frankfurt, tão desprezado e criticado por gerações e gerações de teóricos de diferentes matizes, com alguma proeminência dos Estudos Culturais, nos faz 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* (1883), 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, heróica 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 virtuais. 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 Melies. Ao embaçamento das fronteiras entre os dois gêneros clássicos, corresponde um revigoramento 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 seleção do fato, no seu enquadramento ou na estrutura da notícia”, lembra a autora.

Telas e textos como (pretense) espelho 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 dura 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)³. 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. 176-177) 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. 7), 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

³ *Jornalismo no cinema* é o resultado da pesquisa que garimpou, entre os anos de 1988 a 2000, os títulos e as sinopses sobre o tema disponíveis no Brasil. De cerca de 25 mil filmes levantados, nada menos do que 785 obras eram relacionadas ao universo do jornalismo (BERGER, 2002, p. 15-38).

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 auto-elogio por boa parte da imprensa.

Como assegura o autor, a grande vantagem do termo documentário é já carregar, no próprio nome, uma vasta carga histórica⁴, 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 para outras definições clássicas. Carlos Deane (2002, p. 43-45) 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

⁴ 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.

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, “afilmica”. 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 público⁵, 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

⁵ A instância midiática está “condenada” a procurar emocionar seu público. “Na tensão entre os pólos 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. 92-93).

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 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 apóiam 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.

Notícia mercadoria e entretenimento: o 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 artigo intitulado “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”. Nada, todavia, que não tivesse sido notado pela crítica de Adorno, no ensaio escrito durante a Segunda Guerra Mundial e publicado em

1947: a “indústria cultural permanece a indústria da diversão. Seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 112). 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” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 113). 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 certamente 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 algum observador mais atento – na ótica do senso comum –, que é pela porta do entretenimento que muitas das distorções de um ideal iluminista do jornalismo vão se constituir. Mas a questão é muito mais grave do que isso. O crítico de cultura norte-americano Neal Gabler (1999, p. 61) postulou, de forma peremptória, em sua obra *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”⁶. O autor retoma uma observação de Robert Park (apud GABLER, 1999, p. 61), segundo quem, 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”.

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

⁶ Gabler (1999, p. 11) ressalta que, em *The image: a guide to pseudo-events in America*, Daniel Boorstin disse: “por todos os lados o fabricado, o inautêntico e o teatral estavam expulsando da vida o natural, o genuíno e o inautêntico, 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. Para Boorstin, a aplicação deliberada de técnicas teatrais em política, religião, educação, literatura, comércio, guerra, crime, em tudo, enfim, converteria todo o âmbito da vida em ramos da indústria do entretenimento (GABLER, 1999, p. 13).

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. 120-121), várias modalidades de 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.

A bizarra característica, descoberta pelos médicos 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 filme melodramático; a indústria fonográfica lança músicas em sua homenagem; a “dança do camaleão”, inspirado em Zelig, vira febre nos salões da Europa; dezenas de produtos são lançados no mercado com a imagem do camaleão, enquanto seus feitos e suas desventuras não saem das capas dos jornais e dos 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 farsas “provas documentais” – naturalmente forjadas –, o que leva os espectadores desavisados à adoção daquela atitude “documentarizante”, citada por Deane (2002, p.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 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, ninguém menos do que 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. Os idosos lembram que, nos anos 1920 e 1930, era comum maquiagem 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, filmes de cinema e fotografias nos fazem acreditar na absurda história. Mais do que os veículos que agendam Zelig para o consumo das massas, a mídia é quase uma personagem secundária. Allen chega a falsificar jornais de época. Num deles, o 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, grifo nosso).

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 hegemônico 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 – que parece mais preocupado com as delícias do entretenimento do que 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. Parafraçando livremente aquela frase clássica 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 de ficção, é jornalismo”.

Referências bibliográficas

- 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.
- 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.
- 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.