

NOTAS PARA UNA HISTORIA DEL *NEWSPAPER MOVIE**

Christa BERGER**

Con el objetivo de conocer la producción cinematográfica sobre periodismo, sin distinguir filmes en que los periodistas son los personajes protagónicos o las salas de redacción el escenario de la acción de películas en que éstos surgen como personajes secundarios, tomamos como indicador las palabras referentes al ejercicio de la profesión en las sinopsis de las cintas. En un universo de 25 mil filmes, llegamos a la identificación de 785.

La primera pregunta que aflora, a partir de esta cantidad, es la del porqué de la atracción que ejerce el periodismo para el cine. Tal vez se pueda iniciar el listado por el "*glamour* de los medios de comunicación", y el incentivo que los propios periodistas dieron a la consolidación de esta imagen. Stela Senra dice: "el periodista de final de siglo estaba tan ansioso por mitificar su trabajo como el público para leer sus aventuras", y, aún más: "los reporteros encaraban activamente la imagen pública de su profesión como una profesión romántica, envuelta en ímpetu, osadía y peligro, sintiéndose a gusto en los rincones más oscuros de la vida de la ciudad"¹.

Esto es en Chicago, alrededor de 1882. La profesión contiene elementos atractivos que fueron actualizándose en los diversos medios –desde el reportero con su vieja máquina de escribir hasta el glamoroso presentador de televisión–, y publicitados por algunos de ellos.

Por otro lado, la actividad profesional de periodista se presta ejemplarmente para ser equiparada a la función de personaje: el periodista, en su rutina de trabajo, localiza problemas, investiga sus causas, descubre hechos y presenta soluciones en la forma de enunciados; los personajes cinematográficos son construidos a través de acciones (acciones perspicaces, inteligentes y de actuación) cuando hacen seguimiento, interfieren y solucionan asuntos en un filme. Muchas películas sobre periodistas terminan con la publicación del reportaje, con el diario mientras se imprime o con el titular expuesto en el quiosco. O sea, la acción del periodista al elucidar la trama conecta la actividad periodística a la historia. Y la historia contada, en este caso, es una historia verdadera, pues mereció noticia en el diario.

En *You only live once*², de Fritz Lang, se nos informa de la condena a muerte de Henry Fonda por el gesto del director del diario, que con títulos ya impresos –absuelto o condenado– apunta hacia lo último cuando recibe por teléfono la noticia del reportero de turno. El periodista es, de hecho, el narrador de la historia viva, el que tiene el control de la realidad, por ser el primero en detentar la información. La curiosidad que la profesión suscita es, entre otras, la de saber cómo es tener vínculo, sin mediación textual, con la vida, como parece que los periodistas tienen.

Esta es una más de las tantas razones que explica la cantidad de filmes sobre periodismo: ellos cuentan historias ocurridas y, al mismo tiempo, cuentan el proceso de cómo los periodistas llegan a los hechos y de cómo éstos son transformados en noticia. Todos conocemos los acontecimientos a través de los medios con los filmes sobre periodismo, sabemos también de cómo los acontecimientos se tornaron noticia. Los filmes de periodismo no dejan de tener un carácter de "documental de las bambalinas".

* Este texto fue publicado originalmente en el libro XX. Traducción al español de Mónica Villarroel.

** Profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Rio Grande do Sul, Brasil.

¹ SENRA, Stella. O ultimo jornalista. Estação Liberdade. Sao Paulo. 1997.

² En los títulos de las películas se ha optado generalmente por mantener el original, en su idioma original, para evitar confusiones con los nombres diversos con que las distribuidoras nacionales denominan los filmes. (Nota de la traductora).

De los 785 filmes identificados, 536 fueron producidos en los Estados Unidos. Nuevamente, el número llama la atención. La cantidad, así como el reconocimiento de que el primer filme de esta temática fue producido en los Estados Unidos, pone en evidencia a la producción norteamericana. *The Power of the Press*, data de 1909, fue dirigido por Van Dyke Brook y sirvió de inspiración, al punto de ser conservado el mismo título, al filme de Frank Capra, de 1928. Este sí, fundando la temática en el todavía cine mudo, al crear la imagen, ahora clásica, del personaje como héroe de aventura.

El cine norteamericano es el que da sentido a nuestras imágenes cinematográficas en general –“pues el cine es a los Estados Unidos como la iglesia católica es a Italia”, según Kehl³– y los periodistas se confunden con las imágenes que de ellos se ofrecen a través de los filmes, al punto de que:

“cuando oímos Hearst traducimos Kane, cuando pensamos en Watergate vemos *Todos los hombres del Presidente (All the President's Men)*, cuando nos hablan de corresponsales de guerra imaginamos a John Malkovich (*The Killing Fields*) o James Woods (*Salvador*) y *The Big Carnival* o *Absence of Malice* son argumentos invariablemente usados por quien sustenta que “ellos” solo dicen mentiras o solo quieren vender papel, como *Mr. Smith Goes to Washington* y *The Man Who Shot Liberty Valance* fueron utilizados para convencernos de que el poder de la prensa es el poder de la verdad y que su libertad es nuestra libertad”, según Bénard da Costa⁴.

Como todos los citados por el crítico portugués son filmes norteamericanos, confirmamos los otros indicadores de que la historia del "newspaper movie" tiene esta marca geográfica de origen.

Aun cuando grandes filmes de periodista también fueron producidos en Italia, Brasil, Francia y Alemania, nadie supo traducir tan bien el imaginario colectivo que asocia la profesión a la investigación, a la aventura, a la independencia, a la osadía e, igualmente, al cinismo, a la falta de escrúpulos, a la arrogancia, como el cine estadounidense. Con su vocación para “heroicizar” a los personajes, el periodista encuentra terreno fértil para desenvolverse como una variable de los héroes clásicos del cine norteamericano en que estas características brotaron: el *cowboy* y el policía que se prolonga o desdobra en el detective. En los tres, la marca es la actuación individual, entendida como la acción de sujetos en que las cualidades personales son resaltadas. El código que rige la conducta personal de los tres proviene de un sentido de justicia y de verdad depurado, así como una noción de oportunidad que orienta las acciones y determina los desenlaces.

Héroe es la primera definición para el tipo ideal creado con esmero para dar forma y sentido al periodista, dentro del contexto también enaltecido, en sus diversificadas apariciones (diario, radio y TV) y en el decurso del tiempo. Es interesante observar que esta imagen de héroe funciona tanto para bien como para mal. Persiguiendo criminales o manipulando hechos, él está allí, imprimiendo su marca –de investigador, de aventurero, de valiente y solitario luchador–, corriendo riesgos para realizar su profesión/misión, como también están en la pantalla, con la misma inclinación, *cowboys* y policías.

Manuel Cintra Ferreira dice que la primera imagen que tenemos del periodista en el cine está íntimamente ligada al género reconocido como “el cine norteamericano por excelencia”, el farwest:

“Toda pequeña ciudad del Oeste tiene su diario, cuyo propietario asume también las funciones de editor, periodista, casi siempre único, geralmente ayudado por un viejo

³ KEHL, Maria Rita. Cinema e imaginario. En Ismail, Xavier. “O cinema no seculo”. Imago. Rio de Janeiro. 1996.

⁴ BÉNARD DA COSTA, Joao. Com beneficio da dúvida: o poder da imagen ou a imagen do poder. Jornalismo e cinema, expresso. Cinemateca Portuguesa. Lisboa, 1993.

tipógrafo, que es también el hombre de la limpieza. Recoge los anuncios en el *saloon*, también centro de ejercicios y noticias (existe siempre la posibilidad de poder relatar un buen tiroteo) y es compañero de póker, borracherras y de otros personajes típicos, el médico y el *shenf*. Es generalmente un viejo simpático, truculento y bebedor, firme en sus creencias democráticas, en la Constitución y en los valores de la libertad de prensa. Es el símbolo de la civilización, nace ya como el “cuarto poder”, con la Iglesia que se yergue en el fondo de la calle, y la Ley representada en el despacho del *sherif*, en medio del camino, contribuyendo a la institución del nuevo orden en la lucha contra los grandes propietarios de tierras y los barones del ganado, que pretenden tener el territorio libre. Es el Quijote de la integración en el Estado y, que, no pocas veces, paga con la vida (o la integridad física) su osadía”⁵.

Ejemplo de la descripción de Ferreira es *The Man Who Shot Liberty Balance* (1962), de John Ford, filme que a decir de Davi Arrigucci Jr.⁶ es “una tentativa de esclarecimiento, una visión moderna de la vieja épica del oeste americano”. Son periodistas que marcan los dos tiempos del filme. En la primera parte, el periodista Dutton Peabody, junto con el abogado Stoddard, representan a las instituciones que surgen con la vía férrea para enfrentar el brazo armado de los grandes criadores de ganado y “enseñan” la práctica de la democracia. Cuando el abogado llega, el periodista ya está desencantado, sarcástico y bebedor, pero como no perdió la perspectiva de los valores liberales, enfila a su periódico en la lucha por el voto. Cuando lo presentan como el fundador, dueño, redactor y editor de *Shinbon Star* él aumenta: “yo también barro la oficina”. Es un buen ejemplo de periodista pionero –solitario, militante del progreso, que usa el diario para luchar por la transformación del territorio en Estado– y que cuando es propuesto para ser el representante político del Oeste, indignado discurrea: “Yo soy un periodista, no un político. Los políticos son mi alimento, yo los derrumbo, ¿cómo puedo ser uno de ellos?”. Y cuando escribe contra *Liberty Valance*, el fascinoso al servicio del atraso y del conservadurismo y es golpeado por éste, las dos caras del asunto quedan claramente en lados opuestos: el periodismo y el derecho *versus* el látigo fuera de la ley.

En la segunda parte del filme, la historia es contada por el abogado (ahora senador) en su regreso a la tierra natal, muchos años después, a un periodista del nuevo tiempo, que no conoce el pasado de la región, pero insiste con el senador para saber la razón de su visita. Toma apuntes y los arroja, cuando éstos revelan una verdad antigua, afirmando: en el oeste cuando los hechos se tornan leyenda, publíquese la leyenda. Así mientras el primer periodista participa de la historia, el segundo la descarta para quedarse con la leyenda, indicando la orientación que el periodismo adquirió al optar por el mercado.

Pero es *Cimarron*, de Wesley Rugges, que ejemplifica el farwest del periodista en su tiempo y es también el primero del género en ganar el Oscar a la Mejor película en 1931. El inicio del filme es magistral: una carrera de carretas muestra los primeros colonizadores, entre ellos un periodista, demarcando sus tierras. La ciudad allí inaugurada será mostrada hasta su transformación final, moderna e industrializada. El periodista Yancey Cravat defiende y protege los débiles en todas las etapas de la colonización a la industrialización, sin pretender nada para sí. Su espíritu aventurero no permite que se quede por más de cinco años en un mismo lugar y su mujer lo sustituye en la dirección del diario, con la ayuda del tipógrafo, para mantener el periódico, pero también, para mantener a los hijos.

Aquí, como en tantos otros farwest, el periodista es otro descubridor/defensor de la patria, afirmando, como Yancey Cravat: “nadie se quedará entre la ley de Dios y la ley de los Estados Unidos de América”.

⁵ FERREIRA, Manuel Cintra. O jornalismo como personagem. *Jornalismo e cinema, expresso*. Cinemateca Portuguesa. Lisboa, 1993.

⁶ ARRIGUCCI JR., Davi. Entre a lenda e a história. Mais, *Folha de Sao Paulo*. Sao Paulo. Brasil. 07/05/1995.

Periodistas-detectives

La imagen del pionero de los filmes del lejano oeste equivale a la de los *investigadores* en los filmes policiales. Éstos adquieren muchas formas en la historia del cine: filme de gangster y filme *noir* en las décadas de 40 y 50⁷, y, desde entonces, los “policiales modernos”. Filme de gangster y filme *noir* poseen muchas características comunes: el crimen, la violencia y el ambiente urbano. También directores que produjeron gangsters clásicos, como Mervyn LeRoy, William Wellmann y Howard Hawks, mezclaron en ellos un estilo visual *noir*. Si hasta los años 30 se producía un cine optimista, con héroes llenos de vitalidad, este clima va siendo abandonado con la desilusión por los ideales norteamericanos tradicionales, iniciando la “nueva ola” de relatos deprimentes de crimen y pasión, ambientados en calles oscuras y mojadas, “filmes que contienen un mundo de tinieblas y violencia y, sobre todo, sombra sobre sombra sobre sombra”, como señala Gomes de Mattos⁸.

Periodistas y policías se alternan en estos filmes (como ya se alternaron *cowboys* y periodistas), a veces a través de personajes repletos de vitalidad, otras, como sujetos introvertidos y neuróticos, enredados en sus acciones imprudentes, arrimados al afán de saberlo todo, para intervenir en la realidad, compitiendo entre sí por la eficiencia del descubrimiento de la identidad del criminal o en el ajuste de cuentas con el villano. Aquí, la relación es tanta, que actores se desdoblaron en los papeles de periodista y detective, como James Cagney y Humphrey Bogart, con la misma formulación dramática. Bénard da Costa propone:

“Miren la lista de filmes y, exceptuándose casos más rimbombantes, entreténganse pensando qué papel o papeles tienen los periodistas en ellos. En la mayor parte de los casos, nos acordamos de estas obras como ‘filmes negros’ (*o gangster's movies*) pero no recordamos claramente si el periodista era bueno o malo o si era el héroe, un policía o un ‘private eye’. Mil veces, en la historia del filme negro, esas profesiones eran mutables, con particular incidencia para la semejante función social del periodismo y del detective privado”⁹.

Es en este contexto que *The Front Page*, éxito de Broadway al final de los años 20, es adaptado al cine, por Lewis Milestone, en 1931. El tema es el de la rivalidad entre reporteros procurando descubrir un fugitivo, pero también el conflicto entre el jefe de redacción y el periodista, en que vale todo para vencer. Reconocido por su contundente crítica al periodismo (los periodistas trabajan a cambio de pequeños favores, son prejuiciosos intelectualmente y dispuestos a distorsionar hechos para engañar a la competencia), esta cinta consolida el filme de periodista junto al gran público, y, al decir de Stella Senra “era la primera vez que el periodista se convertía en personaje porque era periodista, o mejor,

⁷ El filme *noir* es el cine social producido en los años 40 en el espíritu del *new deal* y tiene que ver tanto con su forma como con su contenido; no es un género como el *farwest* o el filme de gangster y se define por las cualidades más sutiles de tono y de atmósfera. El clima típico del filme *noir* ya está dado en las primeras biografías de gangsters. *Enemigo Público*, de Wellman (1931) y *Scarface*, de Hawks (1932), que describen de manera muy realista la criminalidad y dan a entender, de forma bastante clara, que la sociedad norteamericana produce esta criminalidad por sus defectos de estructura. De la misma manera, las instituciones judiciales y penitenciarias son denunciadas: *El Fugitivo*, de Le Roy (1932), *Furia* (1936) y *Se vive sólo una Vez* (1937), de Lang. Algunos estudiosos fijan el tiempo cronológico del filme *noir* entre 1941, con *Relíquia Macabra*, de John Huston y 1958, con *La Marca de la Maldad*, de Orson Welles.

⁸ GOMES DE MATTOS, C. O outro lado da noite: filme noir. Rocco. Río de Janeiro, 2001.

⁹ BÉNARD DA COSTA, Joao. Op. Cit.

porque la construcción dramática del personaje coincidía con la definición de su vocación”¹⁰. El texto recibió otras tres versiones: la de Howard Hawks en 1940, que se llamó *His Girl Friday*; y la de Billy Wilder, otra vez llamada *The Front Page*, en 1974; y en 1988, Ted Kotcheff dirigió *Switching Channels*.¹¹

El autor de la pieza teatral que inspiró las versiones de *The Front Page*, Ben Hecht, produjo guiones para filmes de gangster y fue, antes de comenzar a escribirlos, un conocido periodista. Para algunos estudiosos de los "filmes periodísticos", las películas de crítica más dura al periodismo y a los periodistas siempre tuvieron la participación de éstos. La aproximación entre periodismo y cine tiene también esta interfase: guionistas, directores y periodistas son profesionales intercambiables. El primer hombre empleado para escribir filmes fue un periodista: Roy McCardell fue contratado en 1908, un año antes del primer filme de periodista; y la primera película de referencia –*Ciudadano Kane* (1941)– fue escrita por otro periodista: Herman J. Mankiewicz. Otros periodistas dirigieron filmes, como Billy Wilder, responsable de dos clásicos de la crítica al periodismo, *The Big Carnival*, de 1951, y la tercera versión de *The Front Page*. Y Samuel Fuller, que más allá de dirigir *Park Row* (nombre de la famosa calle donde la prensa de Nueva York tenía su sede) de 1952, escribió guiones, entre ellos, *Scandal Sheet*, de Phil Karlson, también de 1952. Frank Capra no fue periodista, pero vendió diarios para pagar sus estudios cuando emigró a los Estados Unidos con la familia en 1903 y también trajo su experiencia al tratar del periodismo en siete filmes¹².

Cuando se estrenó la versión de Billy Wilder en 1974, la crítica del *New York Times* escribió:

“No espanta mucho que la mayor parte de los frequentadores de las salas de cine no gusten ni confíen en la gente de los periódicos. Desde la primera versión de *The Front Page* hasta ésta, más de 30 filmes nos convencieron de que los reporteros inventan las noticias ignorando lo que ocurrió en realidad y que las redacciones son jardines infantiles gigantescos, poblados por seres infantilizados”¹³.

Un diálogo del reportero de Wilder representado por Jack Lemmon puede ser responsable por este comentario.

“¿Periodistas? Un bando de locos con caspa en los hombros y hoyos en los pantalones, acostumbrados a espiar por ojos de cerraduras, despertar personas en medio de la noche para preguntarles qué piensan de Aimee Simple, sacar fotos de viejitas, de sus hijas que son violadas en el parque. ¿Y para qué? Para entretener vendedoras de tiendas. Y, al día siguiente, que alguien enrolle un pescado con la primera página”.

Volviendo al filme *noir*, de fundamental importancia en la historia del cine norteamericano, entre los clásicos, dos tratan del periodismo: *Laura*, de Otto Preminger de 1944 y *Sweet Smell of Success*, de Alexandre Mackendrick de 1957. Investigando el asesinato de la directora de una agencia de publicidad, Laura Hunt (que no está muerta), el detective Mark McPherson interroga a su mentor, un influyente periodista, Waldo

¹⁰ SENRA, Stella. *Cinema e jornalismo*. En Xavier, Ismail. *O cinema no século*. Rio de Janeiro. Imago, 1997.

¹¹ Además de las cuatro versiones en el cine, hay diversas adaptaciones para la televisión. La hipótesis para tantas versiones de esta pieza es de Stella Senra y habla de la importancia de la noción de vocación en la profesión de periodista, como "una actividad que demanda un talle específico, una inclinación". Senra analiza la versión de Hawks, *His Girl Friday*, y afirma que la de Milestone es la más fiel al texto original.

¹² Los siete filmes de Capra son *The power of the press* (1928), *Platinum Blonde* (1931), *Forbidden* (1932), *Happened one night* (1934), *Mr. Deeds goes to town* (1936), *Mr. Smith goes to Washington* (1939) y *Meet John Done* (1941)

¹³ BÉNARD DA COSTA, Joao. Op. Cit.

Lydecker, que consideraba a Laura no sólo su "creación profesional", sino su propiedad. Laura estaba de novia con un *playboy*, que es sospechoso del asesinato. En el transcurso de la investigación, también Mark queda fascinado con ella. Los tres la disputan. El periodista es un narcisista, neurótico (prefiere ver a la amada muerta antes que viva en los brazos de otro hombre) e insolente: "no uso lápiz, escribo con una pluma de ganso llena de veneno". En este filme, detective y periodista se confunden, inclusive en el amor por la misma mujer, pero mientras el periodista muere, el detective cierra la investigación. Y no hay final feliz.

Periodistas y policías continuaron intercambiando roles en decenas de filmes de acción en que la policía cuenta con el espíritu investigativo del periodista para aclarar los hechos y éste cuenta con el deseo de ascenso del policía para escribir sus materiales. Como dice el periodista de la película *Bad City Story*, de 1993, refiriéndose al jefe de policía: "yo le daba prisioneros, él me daba artículos", explicitando el acuerdo tantas veces exitoso. En *The Infiltrator*, de 1994, el periodista judío que se introduce entre los neonazis alemanes para descubrir quienes son los líderes del movimiento, cuenta con la participación directa de una investigadora, grabando, inclusive, el encuentro que servirá de prueba para su acusación.

Con derecho a mucha persecución de auto, choques y tiroteos, los papeles se confunden, porque el policía puede ser también el jefe de la pandilla y quien mejor que un periodista para descubrir su doble personalidad: en este caso el periodista es el verdadero policía. Pero el periodista puede estar al lado de los corruptos y ser, entonces, desenmascarado por el policía. Bueno, aunque periodista y policía son aliados y, más recientemente, acompañados por una cámara, cuya máquina filma a través de arbustos y con una cinta que escapa ilesa para contar los hechos. Es lo que ocurre en *Felony (1994)*: mueren todos (policías, traficantes y periodista), sin testigos, piensan los bandidos, hasta saber que una cinta de video registró todo. El camarógrafo competente, sabemos al final, es, también, un agente de la CIA.

Poderes del Periodismo

Desde los años 30 son producidos filmes que denuncian la promiscuidad en las relaciones entre los poderes: estado, sistema judicial, política, prensa.

"En estos filmes, el periodista surge como una especie de cruzado luchando en las páginas del diario contra la corrupción generalizada de las fuerzas de la ley y de la clase política. No lo mueven, es cierto, sólo fines altruistas, lo que le importa, por sobre todo, es aumentar el tiraje de su diario, con títulos bombásticos (nadie se olvida del plano del director de *Scarface*, de Howard Hawks, apelando a las letras grandes para referir la lucha entre pandillas rivales gritando: *War, War, War*)"¹⁴.

Y en *Mr. Smith Goes to Washington*, 1939, el periodismo se divide entre el dueño del periódico, que define las reglas de la política, eligiendo senadores y mandando a través del gobernador para obtener lucro, y los reporteros que se inclinan hacia el otro lado, sin mucha convicción. El ajuste de cuentas con el villano, dueño del diario, es protagonizado por el político ingenuo, ayudado por su asesora (mujer apasionada, en el papel de detective). En este filme, Capra da un final ejemplar, pues tanto el político corrupto asume su culpa, como el dueño del diario es desenmascarado: los buenos todavía vencen.

¹⁴ BÉNARD DA COSTA, Joao. Op. Cit.

Las relaciones entre justicia y prensa son recurrentes y tienen sus buenos ejemplos, en los clásicos *While the City Sleeps*, 1955, y *Beyond a Reasonable Doubt*, 1956, ambos de Fritz Lang. La obra norteamericana de Lang se inicia con *Fury* (1936), que hace una severa crítica al poder policial y judicial (en que la prensa ya aparece) y termina con los dos filmes de severa crítica al periodismo. En el primero, la prensa anda tras imágenes chocantes que después serán usadas en el juicio, con todo el impacto que causa la presencia de éstas, cuando puede llevar a la silla eléctrica a diez conocidos ciudadanos locales¹⁵. Las dos obras con que cierra su carrera tienen muchas semejanzas y, la verdad, se complementan en la exposición sobre el "cuarto poder". En *Suplicio de un Alma*, los artificios usados por un director de diario (Austin Spencer) para argumentar su línea editorial contraria a la pena de muerte, pasan por la simulación del asesinato de una prostituta, realizado por el aspirante a periodista, Tom Garret (su yerno). El plan debe quedar entre los dos y el día en que fuese condenado a la silla eléctrica, Spencer entraría en escena para probar su inocencia y así exponer la arbitrariedad de la pena de muerte y justificar o dar razón a su campaña en el diario. Pero, a la hora de intervenir con los documentos que prueban la inocencia de Garret, Spencer sufre un accidente y muere, quedando, con él, las pruebas armadas para la exitosa campaña. Justicia y periodismo están entrelazados en el último filme de Lang en que también retoma su reflexión sobre la pena de muerte.

La relación entre justicia y prensa es retomada en muchas películas. En *The Bonfire of the Vanities*, 1990, el reportero Peter Fallow (Bruce Willis) incorpora todas las características del periodista arquetípico: es solitario, bebe mucho, escéptico y pesimista, y vuelve a ser reportero por casualidad, por toparse con una buena historia. La usa sin cargo de conciencia para volver a afirmarse como reportero y garantizar su empleo, pero al conocer la fuente de su historia —el exitoso blanco, acusado injustamente de haber matado un negro— en la salida del juicio, en que el juez hace un discurso sobre la justicia, tiene un dejo de arrepentimiento. No lo suficiente para dejar de transformar el reportaje en libro y con él, recibir el premio Pulitzer y ser el centro de las atenciones, tan al gusto de los periodistas mundanos. Es suya otra de las frases que hace a los espectadores de cine desconfiar de los periodistas: “Si usted trabaja en un prostíbulo sólo tiene una cosa que hacer: debe ser la mejor puta”.

Las críticas más frecuentes a la prensa se refieren al comportamiento de los propietarios o a los periodistas y están asociadas al deseo desmedido de lucro, a la competencia desenfadada y al tratamiento sensacionalista. En *News at Eleven*, 1986, la tensión entre el reportero/presentador y el director de un canal de televisión en torno a una nota de denuncia de que un profesor de teatro molestara sexualmente sus alumnas, expone el conflicto entre los principios del periodismo y los del mercado. El reportero íntegro tiene como aliado a la fiscal encargada del caso y cuando una alumna involucrada intenta el suicidio, el periodista revela al frente de las cámaras: “ella no se cortó las venas sola, tuvo la ayuda de aquel tipo raro de periodista que cobra para informar a su público. Dicen que es un buen negocio, pero yo digo: es un mal periodismo”.

¹⁵ *Fury* merece una interpretación original de Mário Mesquita, quien analiza también *Ciudadano Kane* y *Zelig*, afirmando que los tres enfocan el asunto de los media a través de una estructura narrativa en abismo: el filme dentro del filme. “En los tres casos, el dispositivo de las actualidades cinematográficas está en el centro de la crítica y, simultáneamente, de una cierta fascinación ambigua. Pero ni *Fury* ni *Zelig* pueden reconducir al género de las *newspaper movies*, o sea, de las narrativas centradas en las redacciones de los periódicos”. Esta afirmación refuerza nuestro argumento de registrar no solo los filmes cuya temática central dice relación con periodistas, sino todos aquellos que ofrecen aspectos para pensar en el periodismo.

No es rara la competencia entre los periodistas que confronta a un hombre y a una mujer que mientras disputan el golpe periodístico, miden sus cualidades y se enamoran. *I Love Trouble*, 1994, sigue intocable la matriz ya consagrada. El veterano periodista, columnista acomodado que recuece noticias del pasado –Nick Nolte– y la bella reportera recién contratada del diario de la competencia –Julia Roberts– son designados para cubrir una tragedia de tren. Los obstáculos para encontrar las causas del accidente los transforman en verdaderos detectives, con derecho a todo tipo de riesgos. En la disputa por el golpe periodístico o el titular del día, ellos se encuentran, se enfrentan, se enamoran y se casan, no consiguiendo, ni en la luna de miel, olvidar que son, en primer lugar, apasionados por su profesión.

El cazador de escándalos, para vender diarios o proyectarse individualmente es el que tiene la lista más larga de filmes. Mervin Le Roy hace la primera gran denuncia de la prensa sensacionalista en *Five Star Final*, 1931, en que el director de un diario resucita un caso cerrado, sin otra razón que la falta de una buena noticia del día, acabando por destruir a las personas involucradas y, en 1937, inspirándose en un caso de discriminación racial, volvió al tema en *They Won't Forget*, 1937. Sydney Pollack también trata de esta característica del periodismo: la difamación o la difusión sin pruebas, en *Absence of Malice*, 1981, también escrito por un ex reportero. Y, Alexandre Mackendrick, en *Sweet Smell of Success*, 1957, hace uno de los mejores filmes *noirs* sobre la prensa sensacionalista. Pero es en *The Big Carnival*, 1951, en el desarrollo de la actividad periodística en la carrera por sobresalir individualmente, donde se confirma al periodista como un sujeto cínico y sin principios, así como encantador y seductor. La trama de este filme (la intervención del periodista –Kirk Douglas– en el acontecimiento, poniendo en riesgo la vida de la fuente de la noticia para tornarla más sensacionalista y profitar de ella más días en el diario) retorna, casi cincuenta años después, en el filme de Costa Gavras *Mad City*, 1997.

Aquí, el periodista de televisión, Dustin Hoffman, también por casualidad, se topa con una buena noticia (el guardia de seguridad de un museo resuelve cambiar su empleo tomando como rehenes a la directora y a niños, que están de visita). En ambos filmes, las habilidades profesionales, la rapidez en la toma de decisiones y la falta de escrúpulos al distorsionar el acontecimiento son enfatizadas y también los aproxima el “momento de reflexión” que suscitan las consecuencias desastrosas de sus coberturas.

La arrogancia que el poder da a los dueños del diario que comienzan como periodistas (y debido a los principios que defendieron al inicio de la carrera) creó entre otros al más citado de los “newspaper movie”, el incomparable *Ciudadano Kane* de Orson Wells, que se inspiró en el magnate William Randolph Hearst, quien inventó una guerra internacional para vender papel, influenciando a los políticos y gobernantes a través de sus 26 diarios, 13 revistas, ocho estaciones de radio y dos productoras cinematográficas, además de la agencia de noticias. Aunque con seudónimo, Hearst se reconoció en el personaje e intentó de todos modos impedir su exhibición, pero el filme ya era saludado como una obra prima y el magnate, cuyo imperio comenzaba a declinar, no tuvo éxito. Más allá de abordar las principales dimensiones del periodismo, las teorías de la comunicación vigente en los años cuarenta, también constan de la estructura del filme. Dice Mário Mesquita:

“A lo largo de la narrativa se traspasan, bajo la forma de alegorías, las teorías sobre los medios en cuanto al poder absoluto (la declaración de Kane-Hearst acerca de la guerra de Cuba), el paradigma de la persuasión (declaración sobre la dimensión de los títulos de la prensa) o las tesis de los efectos limitados (la saga de la pseudo cantante de ópera)”¹⁶. (2000)

The Fountainhead (1949) de King Vidor, con Gary Cooper, también trata de un magnate de la prensa, pero no consigue repetir el impacto de su antecesor.

Otra vez es interesante observar que la crítica –por más ácida que sea al periodista o al periodismo como actividad social desviada por la manipulación de los hechos, corrupción de las fuentes y competencia entre colegas– no cuestiona la institución de la prensa en una clara manifestación de concordancia con la premisa según la cual solo la libertad permite tales denuncias. Es cuando el periodismo y el cine se encuentran asociados, más allá de sus imágenes, para decir al unísono que la libertad de expresión es parte de la democracia norteamericana. Los filmes basados en hechos reales refrendan esta perspectiva.

Inspiración en la vida real

Hay muchos filmes que hacen transposición de historias verdaderas. El primer registro es de *A Dispatch from Reuters*, 1940, de William Dieterle, una dramatización idealizada del fundador de la agencia que llevó su nombre, y tiene gran repercusión también *The Story of G.I. Joe*, 1945), de William Wellman, que cuenta la historia de Ernie Pyle, ganador del premio Pulitzer que se hizo conocido y admirado en los Estados Unidos por recorrer el país para contar historias de gente común. Fue también corresponsal de guerra y aplicó el mismo método de trabajo: contar historias de los soldados norteamericanos en el frente de batalla. Murió alcanzado por un francotirador en Japón y meses después su historia fue llevada a la pantalla con un gran éxito.

Pero fue el periodista Walter Winchell quien propició con su biografía el mayor número de filmes sobre un periodista. Como columnista social, contratado por Hearst para cubrir Broadway, estableció los patrones de este tipo de periodismo –invasión de privacidad, revelaciones sensacionalistas, chismes y tráfico de influencias– convirtiéndose a partir de los años 20 en la principal estrella del grupo. *Blessed Event* (1932) de Roy del Ruth e *Is My Face Red* (1932) de William Seiter, tienen a Winchell como protagonista y Burt Lancaster en *Sweet Smell of Success* retoma a este periodista para componer su personaje. En 1998 Paul Mazursky vuelve a hacer un filme sobre él. *El Poder de la Noticia* (*Winchell*, en el original), muestra otra faceta del famoso periodista: su lucha contra Hitler enfrentando para esto a su patrón Hearst que lo quiere tan solamente como columnista de intrigas pues así ayuda a vender el diario.

El periodista alemán Günter Wallraff fue retratado por el director norteamericano Bobby Roth en el episodio en que se disfraza para trabajar como reportero en un diario que está en campaña contra él. Un diario sensacionalista que es portavoz de los intereses políticos de la derecha. La tensión permanente, la vida orientada exclusivamente al trabajo en que hasta los sueños se refieren a las situaciones del diario, presentes en tantos filmes, se encuentran sin tregua en *The Man Inside*, 1989, tal vez el más estresado y angustiado de los “newspapers movie”.

¹⁶ MESQUITA, Mário. O doit de regard do cinema sobre os media. En Traquina, Nelson. Revista de Comunicação e Linguagens, fevereiro de 2000, Nº 27, Relógio d’Água Editores. Lisboa, 2000.

Otro referente de filme basado en una historia verdadera es *Todos los Hombres del Presidente* (*All the President's Men*, 1976) de Alan Pakula, que reconstruye en la secuencia de los hechos la historia de dos periodistas del Washington Post que, a través de la investigación minuciosa, destruyeron las estructuras políticas norteamericanas. En este film hay una fuerte declaración sobre el papel de la prensa en una sociedad democrática, reafirmada en la imagen en que el sonido de los tiros es sustituido por el sonido de la máquina telex que anuncia el *impeachment* del presidente Richard Nixon.

Los filmes biográficos encontraron en el corresponsal de guerra un buen personaje, John Reed que cubrió la revolución mexicana y la rusa, sirvió de inspiración en *Viva Villa*, iniciado por Hawks y concluido por Conway en 1934, y fue retratado en *Reds* por Warren Beatty en 1981. La guerra de Vietnam inspiró muchos filmes, entre los cuales *Los Gritos del Silencio* (*The Killing Fields*, 1984), ambientada en Cambodia, en que el periodista e intérprete (extranjero y nativo) crean complicidades específicas de tiempos de guerra y persecuciones. Más recientemente, América Latina fue un buen escenario para los corresponsales de guerra. En *Under Fire*, 1983, Roger Spottiswoode muestra al reportero gráfico, Nick Nolte, que al inicio del film afirma “no tener bando, pues apenas fotografía”, comprometiéndose con los sandinistas contra la dictadura de Somoza, en Nicaragua. El filme se refiere explícitamente al incidente en que el reportero de la ABC fue muerto por un soldado de la Guardia Nacional y termina con una nicaragüense afirmando para la periodista en llantos: “ahora los Estados Unidos van a mirar hacia nosotros, lástima que un periodista no fue muerto hace 50 años”. En la misma dirección va el film de Oliver Stone, *Salvador*, 1986, cuyo argumento parte de la experiencia del periodista Richard Boyle, interpretado por James Woods, al reportear la guerra civil de El Salvador. También la guerra de Bosnia fue retratada en *Bienvenidos a Sarajevo*, 1997, en que los periodistas se encuentran en el hotel entre futilidades, observaciones sarcásticas y desencantadas y permanente atención y peligro. Ahora el mediador es el chofer intelectual que habla inglés y vive escondido con un grupo de artistas y ejemplifica el despertar de las relaciones afectivas y cómplices entre humanos esclarecidos. Las escenas de la guerra, ora siendo observadas, ora siendo evitadas o transmitidas, intervienen en el filme como “un documental dentro de la película”.

En el cine de inspiración en la guerra se actualizan dos tipos recurrentes e inolvidables: el pionero del filme del *farwest* (aquel que parte para hacer la historia) y el detective del filme de gángster (aquel que sigue pistas detrás de una historia). El corresponsal de guerra al narrar los acontecimientos interviene a su modo en la historia, pues la manera como él cuenta los hechos y la repercusión que su narrativa alcanza pueden alterar el curso previsto.

En el filme de *farwest*, en el de gángster, en el filme *noir*, en el filme biográfico así como en el filme de guerra, el periodista tiene su imagen apoyada en el “aventurero defensor de los débiles, íntimo de los poderosos, solitario, trabajador sin horario, nómada por deber de oficio, detentor de secretos, pesimista en cuanto a la redención de la humanidad, compañero de la noche”¹⁷.

Todas estas características quedan en evidencia en la película *The Paper*, 1994, que transcurre dentro de la redacción de un tabloide de Nueva York mostrando las pequeñas disputas, las neurosis propias de la profesión, la lucha por la palabra final: o sea, el titular

¹⁷ VIEIRA, Joaquim. Mr. Gutenberg goes to Hollywood. Jornalismo e cinema. Expresso Cinemateca Portuguesa. Lisboa, 1993.

de primera página. Ellos no tienen tiempo para cuidar de la salud y no cumplen lo prometido a sus familias. El director de la redacción ya perdió sus dos mujeres y la hija no quiere saber nada de él y el editor no consigue ni siquiera acompañar el nacimiento de su hijo. En medio de toda esta locura, lo que los redime es la búsqueda de la noticia y de la verdad. Los jóvenes negros, acusados de un crimen que no cometieron, otras vez serán salvados por un periodista que no mide esfuerzos personales para descubrir la verdad y la publica. Como en muchos otros filmes de la década del 90, los obstáculos al cumplir los principios de buen periodismo se concentran en una mujer, Glenn Close, que como directora tiene la responsabilidad de cuidar de las finanzas de la empresa.

La imagen física del periodista está asociada al descuido personal y a un estilo de vida. Casi siempre sin lazos familiares, también sin pasado o con problemas en la relación familiar, la vida dedicada al trabajo refuerza la idea de la profesión para independientes, solitarios y personas sin miedos, pues no tienen nada que perder. Lo que los mueve es la búsqueda por la verdad, el deseo de justicia. El cigarrillo es una marca en la sala de redacción, en la hora del descubrimiento de los rumbos de la investigación, en el restaurante, entre los dedos, en la orilla de la boca o a través del humo que invade el ambiente, indicando la identidad de la profesión, completada por el vaso en la mano y el gusto por el juego. Esta imagen va sufriendo transformaciones cuando el periodista surge como reportero o presentador de televisión. Ahora es más sofisticado, más “limpio”, más urbano y mejor pagado, acentuando las diferencias entre el diario impreso y el audiovisual: las redacciones son espacios amplios y bien iluminados, hombres y mujeres (ahora en mayor número) están bien vestidos y no hay resquicios de cigarro y alcohol. A pesar de que el uso de drogas queda a veces evidenciado como un problema como en *Almost Golden: The Jessica Savitch Story* (1995), en que el director Peter Werner presenta a la exitosa periodista Jessica Savitch inhalando cocaína y perdiendo su puesto por causa del vicio.

Periodistas en la televisión

De nuestra lista, muchos filmes hacen en la sinopsis referencia a la televisión, siendo el primero en *A Thousand Clowns* (1965), de Fred Coe, adaptación de una pieza de Broadway donde la televisión todavía no es considerada por sus especificidades, sino como componiendo un escenario para dar marca de actualidad al film. Antes de éste, en 1952, *Deadline USA* se refería a la televisión como una de las causas a ser considerada en la falencia de un diario cuya historia estaba siendo contada. En otros, la televisión aparece a través de imágenes que cuentan el pasado como en *Truman* (1995), por ser éste el primer presidente de los Estados Unidos en hablar en cadena nacional. Quien hace el papel de narrador en este film es la voz del *cinediario* con imágenes en blanco y negro de la época.

El periodista de televisión tiene muchos atractivos para dar secuencia al “newspaper movie”, manteniendo semejanza con la tradición y, al mismo tiempo, desplazando algunos indicadores fundamentales de la imagen consolidada anteriormente. El solitario periodista –impulsivo y valiente– sigue funcionando individualmente en el interior de una bien montada y estructurada organización, compitiendo con sus colegas de redacción tanto como con los de las emisoras en competencia. La máquina de escribir y la máquina fotográfica son sustituidas por equipamientos sofisticados y complejos. La preocupación se concentra en la apariencia y la crítica remarca la falta de carácter, acrecentada de mediocridad y vanidad sin límites. Queda acentuada la división entre la vida personal y profesional, cuanto más ésta va bien, aquella se deteriora. Hay una tensión entre soledad y éxito, separación y ascenso, derrotas privadas *versus* victorias públicas.

Las tantas escenas derrotativas, imprimiendo papel, seguidas del periodista dejando la redacción con el diario debajo del brazo y los niños gritando sus titulares, se suceden a partir de los años 80 con las escenas de los presentadores, retocando el maquillaje antes de entrar al aire o de los reporteros ensayando su entrada desde la calle. Máquinas pesadas y sucias, manoseadas por trabajadores en el piso debajo de la redacción, son sustituidas por cámaras movidas por trabajadores habilitados para encontrar el mejor ángulo de los profesionales. También las cuestiones propias del periodismo de producción y circulación de información se van alterando conforme al soporte (impreso, radiofónico, televisivo) aunque algunos problemas se repiten independientemente del vehículo.

En *Network* (1976), Sidney Lumet retoma el problema de la manipulación en una sátira al mundo regido por los índices de audiencia y por la publicidad. El veterano comentarista de televisión, pronto a ser despedido, pasa a hablar de lo que no se habla en la televisión, criticando la organización del mundo y a la propia televisión, en un discurso mesiánico y confesional, aumentando así la audiencia y evidenciando la contradicción de todo vehículo de comunicación: información o audiencia. Es claro que el criterio de la audiencia vence y cuando el programa deja de interesar al público, no hay límites para descartar al periodista. Departamento de marketing y departamento de periodismo se enfrentan en este film que incluye las variables de generación (más viejo, más ético) y género (mujeres son más ambiciosas y realistas) para enfatizar las opuestas visiones del mundo: el periodismo representado por un hombre pronto a jubilarse y es responsable de la programación, mientras la responsable de la audiencia es una joven mujer. En *News at Eleven* una de las disputas se refiere a la misma división: el periodista íntegro, un hombre de mediana edad, contra una periodista joven y bonita. Ella dice: “¿qué tiene usted contra mí? ¿Soy muy joven muy bonita?” Y él responde: “usted no es bonita, es linda y por eso es que está al aire. Su estilo supera de lejos su contenido”.

La desilusión y la autocrítica están presentes en *The Image* (1990), otro filme de Peter Werner, al hacer que el presentador de un programa de gran audiencia reconsidere su actividad después del suicidio de un acusado en un reportaje investigativo. Realizado sobre la presión del tiempo y sin chequear las fuentes de la historia, salió al aire cometiendo una falsa acusación. Como en tantos otros, también en este filme la muerte provoca revisiones/reflexiones del periodista.

“Newspapers movies” de amor continúan siendo producidos ahora en mayor número, pues la televisión resalta la presencia de mujeres bonitas. Ambiciosas y en el inicio de la carrera conquistan a periodistas veteranos y hacen rendir buenos filmes. *Up Close and Personal* (1996), con Michelle Pfeiffer y Robert Redford, es uno de ellos. *Broadcast News* (1987), muestra un triángulo amoroso entre el hombre ancla (bonito y desinformado, “no entiendo lo que leo”), el reportero (alumno precoz, inteligente y desadaptado) y la productora (eficiente, intelectual, frágil, siempre que está sola, llora convulsivamente). Con el reportero ella comparte el deseo de informar bien; con el presentador, el deseo de vencer.

La relación entre el reportero y su fuente retorna actualizada en la televisión. A través de un artículo de una nota de denuncia con investigación minuciosa y riesgos para ambos, *The Insider (El informante)* fue lanzado en 1999, exponiendo nuevamente la disputa entre información periodística e intereses comerciales.

En los años 80, cuando la televisión pasa a dominar los filmes de periodismo, estos expresan con claridad las diferencias entre los medios¹⁸. Al final, dar información con

¹⁸ Hay filmes que dan a conocer la naturaleza de la radio, diferente a la información del diario y del

imagen no es lo mismo que dar información con palabras escritas. Por otro lado, la televisión hace más que dar noticias. En este sentido, el film italiano *Ginger y Fred* (1986), de Federico Fellini, explora la naturaleza de la televisión, contando las bambalinas del programa en vivo, no ya de información periodística, sino de entretenimiento y de diversión. Casi diez años después, otro film de televisión actualiza el programa en vivo. Ahora el espectáculo debe explorar historias personales aliadas a la violencia.

Asesinos por Naturaleza (*Natural Born Killers*, 1994), de Oliver Stone, cuenta la historia de una pareja de *serial killers* y de un presentador de televisión de un programa sensacionalista que los quiere en su programa. La película, considerada una sátira a la violencia, no se refiere solo a la pareja, sino también al presentador, como provocadores de violencia. También el *The Truman's show* (1998) y *15 Minutos* (*15 Minutes*, 2001) ejemplifican el tratamiento dado a la televisión con énfasis en los programas de auditorio, de variedad y en vivo. Ellos se asemejan también por la crítica a la banalización de la vida y a la no diferenciación entre lo que es público y privado, tan propio de los tiempos en que vivimos.

Aquí el “newspaper movie” se transforma en “mídia movie”, acompañando la llegada de los nuevos medios, la preponderancia de la imagen en el mundo contemporáneo y el paso de la información periodística hacia el show de variedades. Por otro lado, filmes recientes, amplían la noción de medios: los medios no se restringen al diario, a la radio y a la televisión, sino que incorporan todas las máquinas tecnológicas que extienden el cuerpo y la mente humana, provocando nuevos procesos de comunicación. Por eso *Matrix* (*The Matrix*, 2000) y *9 Milímetros* son filmes de *midia*. *Midia*, como la cultura tecnológica que orienta nuestras relaciones de comunicación personales y societarias.

De la redacción a la asesoría

Si la televisión recategorizó el “newspaper movie”, tematizando filmes tan ilustrativos como estos sobre la cara que el periodista adquiere cuando pasa a la televisión, o sea, periodismo de magazine, de entretenimiento, hay otra vertiente que también merece una mención: la del periodista asesor: cuando el periodista sale de su hábitat natural (la sala de redacción) y abandona su campo de trabajo (la producción de noticias) para asesorar campañas políticas. El poder del periodista de influir en la opinión pública por el espacio ocupado en el diario pasa a ser un capital (el capital venido de la experiencia acumulada de la mediación del poder político) que se transfiere hacia la producción de la política, ahora profesionalizada. Muchas películas, tendencialmente en mayor número, muestran periodistas abandonando su lugar de productores de noticias para ocupar el de productores de acontecimientos noticiables. Tratándose de campañas políticas, este paso implica situaciones de corrupción, espionaje y mucho dinero. *Power* (1986), *Wag the Dog* (1997) y *Primary Colors* (1998) son ejemplos de este nuevo filón de “newspaper movie”. Ahora el periodista es el asesor para asuntos generales de lo que decir, de lo que hacer y de cómo vestir.

En estos filmes, el periodismo se confronta con las características ofrecidas hasta entonces como imagen de periodista y que prueban nuestro imaginario: de aliado de los débiles, defensor y aventurero, investigador sin límite en la búsqueda por descubrir la

entretenimiento de la televisión. La radio se caracteriza por la programación musical y la relación personal con el oyente. *Taxi Driver* (1976) de Martin Scorsese y *Talk Radio* (1989) de Oliver Stone ejemplifican esta condición.

verdad, pasa a ser aliado de los poderosos, preocupado con la veracidad de los hechos producidos. Si antes estaba apenas dándose vuelta con falta de dinero, ahora tiene altos salarios y vida glamorosa.

El cine cuenta, así, la historia del periodismo. Tenemos imágenes de cada una de las fases de la prensa, así como de las características de los profesionales de cada uno de estos medios, reportando las especificidades del diario, de la radio y de la televisión. *The big carnival* (1951), de Billy Wilder, está para el diario como *Taxi Driver* para la radio y *Up close and personal* para la televisión y *Wag the Dog* para la nueva modalidad de producir información: la asesoría de comunicación. También los grandes temas de periodismo fueron mostrados en el cine, las relaciones entre los propietarios de los medios y los diferentes poderes, las relaciones de los periodistas con sus fuentes, el poder de las palabras y de las imágenes, el proceso de producción de la noticia, la vocación para el ejercicio de la profesión.

La imagen y la desilusión

Aunque esta historia esté siendo contada a partir de los filmes estadounidenses, hay un filme producido en Macedonia que sirve para ilustrar que, en otras partes del mundo y siempre de nuevo, el reportero es representado como un andariego solitario y que lo que él ve y debe retratar no le da razones para ser un optimista ingenuo. *Antes de la lluvia* (*Before the Rain*, 1994) de Milcho Manchevski, cuenta la historia de un reportero gráfico que trabaja en una agencia de noticias en Londres para la cual tuvo que viajar fotografiando guerras. Acaba de volver de Bosnia, ganó el premio Pulitzer y está desistiendo de la profesión. Él es el responsable por la muerte de un hombre y esto lo atormenta. Al comentar con un soldado que está todo muy calmado y no tiene que fotografiar, el soldado dice: voy a darte una foto. Toma un prisionero de la fila, le dispara y le pregunta: ¿conseguiste fotografiarlo? Desilusionado y desorientado, él retorna a su aldea en medio del desierto, pero la guerra ya llegó allí. La villa está dividida entre los albaneses y los bosnios y él es recibido por un adolescente armado. Él, que anduvo por el mundo, sabe que la separación de los antiguos vecinos en enemigos es una tontería. Por fin es asesinado por un primo, por proteger a una albanesa, una adolescente que gusta a su sobrino. En el mismo periodo, en un buen restaurante londinense, un desequilibrado dispara indiscriminadamente matando al acompañante de la mujer que él quería. Es decir, él también podría haber sido muerto en Londres como lo fue en una villa en el desierto: por azar, sin razón de ser, en estos tiempos de banalización de la violencia.

En este bello film, la cuestión del periodismo es, otra vez, la de la intervención del periodista en los hechos —“mi cámara mató a un hombre” lamenta el fotógrafo— y es también un elogio a la sabiduría venida de la experiencia que la profesión propicia.

En más de un filme, el periodista que parte en busca de historias para contar, al departir con otros (países, realidades, personas) adquiere una experiencia que modifica su visión de mundo. Al regreso, él es más humano, más triste, más escéptico también.

Y así, periodismo y cine van enredándose y afirmándose como los dos grandes medios de comunicación de masas de comienzos de siglo, compartiendo la responsabilidad de dar a conocer el mundo (el periodismo) y las representaciones sobre él (el cine), o comentando las imágenes ofrecidas en los filmes a través de la crítica cinematográfica impresa y reflexionando, a través de las imágenes, sobre la actividad noticiable.

Cuando los guionistas y directores hacen un film de periodistas, están, por lo tanto, también hablando de sí, lo que en una cultura narcisista¹⁹ como la norteamericana ayuda a explicar tanto “newspaper movie”. Género que conquistó grandes directores: Frank Capra, William Wellman, Howard Hawks, Billy Wilder, Mervin Le Roy, John Ford, Alan Pakula, Orson Welles, Jack Conway, Alfred Hitchcock, Fritz Lang, Elia Kazan, King Vidor, Samuel Fuller, Otto Preminger, Woody Allen, Robert Altman, Sidney Pollack y Stephen Frears dirigieron filmes que vale la pena catalogar. Como vale la pena recordar a los periodistas creados por Humphrey Bogart, Kirk Douglas, Orson Welles, Jack Lemmon, Paul Newman, William Hurt, Warren Beatty, Jack Nicholson, Marcello Mastroianni, Nick Nolte, Robert Redford, Dustin Hoffman, Gene Hackman, John Malkovich y Julia Roberts, Michele Pfeiffer, Kim Basinger, Faye Dunaway.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRIGUCCI JR., Davi. Entre a lenda e a história. Mais, *Folha de São Paulo*, 7 de maio de 1995.

BÉNARD DA COSTA, João. Com benefício da dúvida: o poder da imagem ou a imagem do poder. *Jornalismo e cinema*, Expresso Cinemateca Portuguesa. Lisboa, 1993.

FERREIRA, Manuel Cintra. O jornalismo como personagem. *Jornalismo e cinema*. Expresso Cinemateca Portuguesa, Lisboa, 1993.

GOMES DE MATTOS, C. *O outro lado da noite: filme noir*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.

KEHL, Maria Rita. Cinema e imaginário. Xavier, Ismail. *O cinema no século*. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

MESQUITA, Mário. O droit de regard do cinema sobre os media. Traquina, Nelson. *Revista de Comunicação e Linguagens*, fevereiro de 2000, n.27, Relógio D'Água Editores, Lisboa, 2000.

PARAIRE, Philippe. *O cinema de Hollywood*. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

SENRA, Stella. Cinema e jornalismo: Xavier, Ismail. *O cinema no século*. Rio de Janeiro: Imago, 1997.

———. *O último jornalista*. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

TULARD, Jean. *Dicionário de cinema*. Porto Alegre: LPM, 1992.

VEILLON, Olivier-René. *O cinema americano dos anos cinqüenta*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

VIEIRA, Joaquim. Mr.Gutenberg goes to Hollywood. *Jornalismo e cinema, expresso cinemateca portuguesa*. Lisboa, 1993.

WOLGENSINGER, Jacques. *La Grand Aventure de la Presse*. Paris: Gallimard , 1989.

¹⁹ Maria Rita Kehl, en el texto “Cine e Imaginario”, explica que el cine estadounidense es un ejemplo de la cultura del narcisismo y me parece una buena pista para pensar al periodista, ya que esta cultura es del individualismo en que el héroe se define por su capacidad de acción y está siempre en pie de guerra.