



Fotograma del film *Citadà Kane*

EL PERIODISTA, UN HEROI... DE CINEMA

TOMÀS DELCLÒS

Un personatge del film *Park Row* (1952) comenta que d'algunes coses, com d'antropologia o de periodisme, és millor ni parlar-ne. Però el cinema s'ha afartat d'apropar-se a les redaccions, per retratar-les enfeinades, per narrar històries paral·leles i, també, contes de fades. El periodista, malgrat la insigne galeria de caragirats sense escrúpols, mals amics, potiners amb la vida dels altres, etcètera, és majoritàriament contemplat pel cinema de manera indulgent. I això no pas perquè amagui les seves facetes més lamentables. Simplement perquè li atorga categoria de protagonista, d'heroi de la història que narra. El cinema li dóna una èpica a l'ofici que no es troba en la vida quotidiana de les redaccions.

L'historiador Richard R. Ness té censats més de 2.200 films amb o sobre periodistes fins al 1996. Hi ha reporters de cinema amb una xamba i lluentor intrombada en la vida real. N'hi ha de desgraciats i venuts, dolents amb tanta dolenteria que no poden tenir perdó. Però el cinema també reivindica i fa necessaris els que estan en el combat quotidià per l'honestat informativa. Bogart, despenjant el telèfon perquè el gàngster que acaba de comprar el diari escolti el soroll insubornable de la rotativa que plora els darrers exemplars, o el borratxo Peabody, parlant en majúscules del seu ofici, són escenes que hauran convençut més d'un i d'una a arremangar-se i mirar de trobar un forat en una redacció. Per treballar de periodista. Per viure com un periodista.

Hollywood ha estat crític però simpàtic amb la professió. Quasi tant com Max Weber ho va ser l'any

1919 amb aquelles entenedidores paraules sobre el tros noble d'un gremi, ja aleshores, desprestigiats. *"No es ninguna bagatela eso de moverse en los salones de los grandes de este mundo, en pie de igualdad con ellos y, frecuentemente incluso, rodeado de halagos, originados en el temor, sabiendo al mismo tiempo que apenas haya uno salido, tal vez el anfitrión tenga que excusarse ante sus demás invitados por tratar a "los pillos de la prensa". Como tampoco es ciertamente ninguna bagatela la obligación de tenerse que pronunciar rápida y convincentemente sobre todos y cada uno de los asuntos que el "mercado" reclama, sobre todos los problemas imaginables, eludiendo caer no solo en la superficialidad absoluta, sino también en la indignidad del exhibicionismo con todas sus amargas consecuencias. Lo asombroso no es que haya muchos periodistas humanamente descarriados o despreciables, sino que, pese a todo, se encuentre entre ellos un número mucho mayor de lo que la gente cree de hombres valiosos y realmente auténticos"*¹

Clixés

El cinema clàssic de periodistes està farcit de clixés. Però no es poden despatxar amb lleugeresa. Primer perquè mostren la imatge social que tenen aquests personatges i perquè molts dels guionistes que els van fabricar havien estat periodistes.

1. *El político y el científico*, Alianza, p. 117.

Els primers de la llista —Ben Hecht i Charles MacArthur— eren uns instal·ladíssims reporters quan van encetar la carrera teatral. Hecht no és solament l'autor de *Front Page (Primera plana)*. També són seus els guions de pel·lícules com *La reina de Nova York (Nothing Sacred, 1937, William A. Wellman)* i *Camarada X (Comrade X, 1940, King Vidor)* i d'una obra seva van treure *Los locos años de Chicago (Gaily, Gaily, 1969, Norman Jewison)* totes voltant sobre la mateixa professió. Herman J. Mankiewicz, l'autor de *Ciudadà Kane*, surt precisament de l'imperi Hearst. El seu germà Joseph L. Mankiewicz, que coneixia igualment els fogons de la premsa, produirà o dirigirà més d'una pel·lícula amb periodistes pel mig (*The Philadelphia Story, Woman of the Year, All about Eve...*) i un fill de Herman, Don, serà el guionista d'una altra pel·lícula, *Quiero vivir (I want to live)* sobre la pena de mort, on el periodista no és solament un ornament. El mateix Billy Wilder, que dirigirà una versió de *The Front Page* havia estat periodista abans d'emigrar cap a Amèrica. Alex Barris (*Stop the presses!, The newspaperman in American Film*) dóna una extenuant llista d'autors cinematogràfics amb pel·lícula sobre periodistes que havien tingut experiència personal com a reporters. I aquests personatges... ¿se sotmeten al clixé per oportunitat comercial o han advertit, coneixent com coneixen aquest ramat, una certa autenticitat en determinats clixés?

Algunes estadístiques asseguren que, entre 1928 i 1935, més de cinquanta de la vuitantena de films de periodistes que es van fer tenien un o més experiodistes implicats en la producció. La seva arribada no s'explica per un afany d'autenticitat dels productors. Tenien la mà trencada a arrodonir diàlegs *fast-talking*, particularment apreciats en els anys primerencs del cinema sonor. L'aparició del sonor va obrir noves necessitats als estudis, que van fixar-se en els reporters de local i els autors de novel·les negres, en la seva habilitat per construir frases. Amb aquesta mena de novel·listes i periodistes fent els guions, no ha d'estranyar

que la majoria d'encàrrecs professionals dels reporters d'aquestes pel·lícules, quan no és una comèdia, consisteixin a resoldre un cas criminal. Uns periodistes refiats de ser els primers de tenir la notícia, de saber resoldre el cas encara que la policia n'avegui i que acostumen no sols a parlar de premsa sinó a beure amb esplendidesa.

Guionistes i directors no estan sols a l'hora de fabricar o mantenir el clixé. El fet que determinats actors tornessin de manera reiterada als papers de periodistes, donava a l'espectador una notable familiaritat amb el personatge: i és que ja el coneixia d'altres films. Lee Tracy, per exemple, va aparèixer a nou films de periodistes. James Stewart, que en va fer vuit, va encetar la seva carrera cinematogràfica com a reporter amb una petita aparició, la primera acreditada als repartiments, a *The Murder Man (1935)*. George Brent, amb set, Spencer Tracy, Walter Pidgeon, Lew Ayres, William Gargan, amb sis, encapçalen el rànquing davant de Cary Grant, Dana Andrews, James Cagney, Van Johnson i Robert Lowry amb cinc. I la majoria els van rodar entre les dècades dels trenta i dels quaranta, època amb un abundant cinema sobre periodistes. Segons els comptes de Maxwell Taylor Curson,² pel cantó de les actrius sobresurt Glenda Farrell, que, particularment gràcies a la sèrie *Torchy Blane*, va fer deu films de periodistes. Al seu darrere, fan cua Claire Trevor, amb sis, Barbara Stanwyck i Joan Blondell amb cinc, i, ja amb quatre, Hillary Brooke, Claudette Colbert i Patricia Neal. Papers de dones periodistes que van suposar una primera ruptura amb la imatge domèstica de la dona honesta, tot i que la majoria d'aquestes periodistes acaben casant-se.

Si el cinema europeu ha parlat menys dels seus periodistes, també és veritat que ha apallissat molt més durament la gent de la seva premsa que el dels

2. *The newspaper movies: an analysis of the rise and decline of the news gatherer as a hero in american motion picture*, Universitat de Hawaii.

Estats Units, on simbolitzen un valor fundacional: la llibertat. Hi ha un cert imaginari patriòtic en la figura, contundent, sense esquerdes ni febleses, del periodista que salvaguarda, per damunt de tot i de tots, el dret d'informar. A Europa, no abunda aquesta èpica de l'ofici. El periodista cinematogràfic nord-americà té una fusta d'heroi que rarament es demana a la majoria de redaccions reals. És una obligació narrativa, una disciplina que imposen els mateixos mecanismes de l'espectacle i la ficció. I el cinema, volent donar al reporter aquesta entitat, l'ha acostat molt, massa, al cowboy i al policia o detectiu. En aquest cas, a més a més, perquè molts actors han viatjat pels repartiments fent en un el paper de policia i en un altre, el de periodista.

Del cowboy agafa el que té de combat personal, a costa de la seva pròpia família, si la té, contra els seus amos, contra la policia, contra el poder —llevat dels casos de vilania— i l'obediència, quasi sacramental, a un codi propi. Però el cowboy va viure un món massa simple. Per això, el periodista de les pel·lícules té una intensa contaminació d'un altra figura cabdal: el detectiu. Com ell és belluga en un món urbà, complex, i de la mateixa manera que el poli necessita del crim, el periodista sembla que només pugui exercir en el conflicte, la catàstrofe, la crisi. És una de les obligacions estructurals dels contes, un heroi i una prova. Sense acció no pot construir-se la figura. Poques pel·lícules o sèries demostren conèixer o voler descriure la fosca cuina d'una redacció i això fa encara més singular aventures com Lou Grant. Les rutines professionals són comprensiblement poc agradaes i el cinema acostuma a escollir els grans moments, bons o dolents.

EL PERIODISTA BORRATXO

Un dels clixés més visitats pel cinema a l'hora de presentar els periodistes és que són una mena de tipus que xuclen molt d'alcohol. I als films dels anys trenta i quaranta, a sobre, no són capaços de

treure's el barret ni davant les dames ni dins de les redaccions.

El clixé del periodista borratxo ha tingut una enorme capacitat de supervivència i si ja al western n'hi ha magnífics exemplars, fora d'aquest gènere també abunden els reporters que necessiten negar-se en whisky. El fet que molt d'aquest cinema dels anys trenta a cinquanta tingui com a guionistes antics periodistes fa suposar que aquest tòpic no s'agafi com una injúria al gremi sinó com un enyor romàntic o, en tot cas, com un avís que aquesta feina no és gens saludable. Es treballa a deshora, amb tensió pel tancament, angoixa perquè no et trepitgin una exclusiva... en fi que és tan dolent per al cos com la beguda. De fet, alcoholisme i periodisme s'equiparen, implícitament, com dues addiccions no gaire recomanables.

És tan gruixuda la galeria de periodistes bevedors i borratxos al cinema que li ha donat teca suficient a Howard Good per fer-ne un llibre (*The drunken journalist, The Scarecrow Press, Inc, 2000*) on repassa l'auge d'aquest clixé. De fet, com assenyala Good, la figura del periodista alcohòlic és ambigua. En la mesura que beure relaxa les inhibicions, dissol la jerarquia i anima al plaer, fer-ho al lloc de treball no deixa de ser un inconvenient per a la productivitat. Però, també, beure pot ser una mena de protesta contra el sistema de treball de les noves corporacions periodístiques, més racionals, més jerarquitzades, amb les feines més estandarditzades. També és veritat que en altres films, particularment els que retraten el periodisme groc, el whisky serveix per anestesiar les angúnies morals que li produeix al periodista la seva pròpia conducta. Un director com Frank Capra, que acostuma a associar la beguda a la celebració, en certa manera castiga la reportera que interpreta Loretta Young a *La jaula de oro* (*Platinum Blonde, 1931*): com que beu... és vista pels col·legues com un altre dels seus. “*No la veig mai com una noia*”, diu Stew (Robert Williams) que trigarà tota la pel·lícula a descobrir els seus encants femenins. El mateix Capra, en canvi,

s'acostarà a les trompes que agafa el reporter Peter Warne (Clark Gable) a *Sucedió una noche* (*It happened one night*, 1934) pel seu cantó còmic. Capra a *Juan Nadie* (*Meet John Doe*, 1941) obre el bar de Jim perquè un dels seus personatges pugui manifestar els sentiments reals. La crítica reconeix la seva “drunk scene” com una de les millors. El director del *New Butlletin*, que enceta la pel·lícula acomiadant quaranta periodistes perquè la nova empresa vol sang jove, es nega de whisky i explica a John Doe que el propietari el vol utilitzar per arribar a la Casa Blanca. “*El món del periodisme està corrupte*”, conclou.

El bar, com un lloc per esbravar-se i sincerarse, acostuma a ser vist com el segon espai que habita el periodista, molt més freqüentat que casa seva. A *Deadline USA*, la gent del *Day*, que està a punt de ser tancat, van al bar a prendre's un “anestèsic”. També Fuller a *Park Row* respecta el clixé del bar com a segona llar del periodista. Aquest espai tan acollidor agafa encara més importància quan el periodista és lluny de casa, com a *El año que vivimos peligrosamente*, l'hotel de *Los gritos del silencio*, o el de *Salvador*, amb Belushi dormint una descomunat mona. Saber flairar la notícia com saben flairar l'alcohol és una virtut expressament citada en algunes pel·lícules. La fundació l'any 1935 d'Alcohòlics Anònims i la seva tasca de *lobby* per combatre l'addicció tindrà una certa influència sobre Hollywood cap a finals dels quaranta. Amb tot, durant els anys trenta, encara que amb ambigüitat i clars exemples on el periodista amb un got representa la part més negra de la professió, el periodista bevedor no és un mal tipus. De fet, durant els anys de la Prohibició, Hollywood va combatre la llei seca i als seus films, estadísticament, eren superiors els herois i les heroïnes que, un moment o altre, sortien bevent que no pas els abstemis.

Tanmateix, *The Drunken journalist* esmenta un títol de l'any 1951, *Veneno implacable* (*Come Fill the Cup*, Gordon Douglas), on es presenta ja l'alcoholisme com una malaltia, una addicció. El

protagonista serà salvat per un company, alcohòlic reformat. “*Aquesta va ser aparentment la primera aparició a la pantalla del principi dels AA “bevedor ajudant a bevedor”*”. A finals del 70, Good assenyala *Todos los hombres del presidente* (*All the President's Men*, Alan J. Pakula, 1976) com la definitiva entronització de l'abstinència alcohòlica entre els bons periodistes que, en tot cas, patiran una nova addicció, la del treball, “*seran uns exemplars workalcoholics*”. Encara que continuarem trobant bevedors simpàtics, sobretot als bars on es reuneixen els corresponsals, a un film com *La foguera de les vanitats* (*The Bonfire of the Vanities*, Brian de Palma, 1990), el fet que el periodista protagonista es presenti begut a la seva festa d'homenatge és un indicatiu de la seva feblesa moral, dels pocs escrúpols que ha tingut per arribar on és i, al mateix temps, de com resisteix la contemplació del periodisme modern dels tabloides. Llàstima que el film, basat en la novel·la de Tom Wolfe, fa aigües per tots cantons.

PERIODISTES FENT DE PERIODISTES

El cinema no recerca l'autenticitat sinó la versemblança, però és evident que aquesta surt reforçada si als títols de crèdit d'una pel·lícula es pot donar, com a font d'inspiració, un fet real, una “true story”. De vegades fins i tot l'onomàstica del repartiment és la mateixa que la dels personatges de veritat. I ja, en el màxim d'aproximació a aquesta realitat referencial, tenim els films on autèntics periodistes surten fent la seva feina. No és un invent recent. A *Vacaciones en Roma* (*Roman Holiday*, William Wyler, 1953), la princesa del film (Audrey Hepburn) saluda en una recepció de premsa els autèntics corresponsals de *La Vanguardia* i *ABC*. Capra va fitxar un conegut locutor, H.V. Kaltenborn, perquè radiés el ple del Congrés a *Mr Smith goes to Washington*. A *Contacto* (*Contact*, Robert Zemeckis, 1997) una colla de periodistes segueixen la descoberta de la científica

protagonista. Un d'ells és el mateix Bernard Shaw, de la CNN. No és aquesta la seva primera incursió fent de periodista en la ficció, també ho va fer a *Parc Juràssic*. La reiteració d'invitacions a la gent de la CNN a simular el seu ofici en el cinema va provocar finalment que l'emissora restringís als periodistes de la casa figurar com a tals, treballant com a tals, a les pel·lícules. La CNN va témer una contaminació perillosa. Si eren capaços de sortir a un film informant d'un fet que no és veritat... el telespectador podria pensar que també eren capaços d'enganyar en antena.

En qualsevol cas, la tria de determinats presentadors o presentadores d'informatius per fer d'ells mateixos en una pel·lícula és una mostra de la categoria estel·lar que passen comptats personatges del planeta periodístic. Precisament, un capítol de la sèrie de televisió *Murphy Brown* va tocar aquesta tecla. A la periodista que interpreta Candice Bergen li ofereixen un paper a un film de Louis Malle. Ella accepta, però aleshores s'adona que la normativa de l'empresa on treballa prohibeix aquesta mena de col·laboracions. Va a veure el propietari del canal, que li nega el permís i l'amenaça amb dues setmanes sense sou i feina. Li explica que aquella emissora es passa les hores fent serials de gent soltera amb tres nens, però que els informatius són els que donen la credibilitat i no es pot permetre que els seus periodistes entrin en el terreny, per definició, més prohibit a l'ofici: la ficció. Ella, però, accepta treballar amb Louis Malle. Comença a assajar el guió. El seu personatge, una periodista, ha estat l'últim de veure un senador assassinat. La policia la interroga i ella dóna les notes de la seva entrevista. Això Murphy ho troba inadmissible i va a veure a Malle perquè corregeixi aquest punt del guió ja que un periodista, li explica, no pot donar les notes a la poli. Malle, que actua fent de Malle, no accepta fer el canvi. Ella s'acomiada. Quan és a punt de marxar del plató, entra el propietari de la cadena. Ell sí que ha acceptat un petit paper "perquè jo no dono credibilitat a l'emissora".

De vegades la proximitat onomàstica és, simplement, una brometa intranscendent en un film sense enginy. Per exemple, l'acudit dels dobladors espanyols de *La venganza de una rubia* (*La vengeance d'une blonde*, Jeannot Szwarc, 1994) que bategen el propietari del canal Tele 8, que en la versió original es diu Giacomo Contini, amb l'ocurrent cognom de Berculoni. En altres ocasions és un sentit homenatge, com el de Fuller a l'inventor de la linotípia, fent que el personatge que interpreta Bela Kovacs a *Park Row* es digui Ottmar Mergenthaler.

CAPÇALERES DE MITJANS

Una altra variant és quan la peripècia pot ser més o menys inventada, però la capçalera per a la qual treballa el periodista és perfectament reconeixedora. Carmen Maura, un cas, va ser cap de Cultura d'*El País* en un film d'Enrique Urbizu (*Cómo ser infeliz y disfrutarlo*, 1993) i Marisa Paredes va col·laborar fent crítiques de llibres a la mateixa secció (*La flor de mi secreto*, Pedro Almodóvar, 1995). El departament de Cultura d'aquest diari té una digna filmografia on cal encabir-hi Antonio Banderas, periodista que s'enamora tràgicament d'una artista de circ a *Dispara* (Carlos Saura, 1994). Al darrer film d'Almodóvar, s'amenaça d'explicar-ho tot a *Diario 16*. No sempre la menció d'una capçalera real, se suposa que amb permís de la casa, resulta simpàtica. John Travolta a *Perfect* (James Bridges, 1985) treballa per *Rolling Stones*, on poc complaguts amb la grapa del reportatge, el suquen amb sensacionalisme i l'engrogeixen sense el seu permís. També per a *Rolling Stones* treballarà el primerenc i jovenívol periodista de *Casi famosos* (*Almost famous*, Cameron Crowe, 2000). Angelica Huston, per la seva banda, escriu al *Washington Post* a *Jardines de piedra* (*Gardens of stone*, Francis Ford Coppola, 1987), un diari considerat un niu del comunisme per l'esposa d'un brigada, "sí, *el Pravda del Potomak*", replica la periodista.

La cita cinematogràfica d'una capçalera, segons com, no resulta indiferent al producte real, de paper. *National Geographic*, revista a la qual pertanyia el fotògraf que Clint Eastwood interpreta a *Els ponts de Madison* (*The bridges of Madison County*, Clint Eastwood, 1995), va publicar una nota al número de juliol de 1995 avisant que no podia subministrar números endarrerits del reportatge que presenta el film perquè aquest reportatge no s'havia fet mai. En el número del mes d'agost explicava el rodatge i com alguns dels seus fotògrafs havien tingut alguna relació sentimental amb els protagonistes dels seus reportatges, però també advertia que hi havia hagut més d'una crisi matrimonial... perquè els fotògrafs són poc a casa.

En general, però, l'aparició de capçaleres reals als films té una funció instrumental, fer progressar la narració, oferint titulars o cròniques que situen l'acció. Una marca cinematogràfica clàssica del pas de temps en la vida d'un famós és la roda de diaris que van explicant els seus triomfs o desastres amb una tipografia cada vegada més gran.

UN FUTUR MOLT NEGRE

I el futur? La veritat és que, segons el cinema, els periodistes el tenim molt negre. No existim. Hi ha informació, però no se sap qui la subministra. Pitjor encara, els policies de *Men in Black*, per estar ben informats es llegeixen els diaris de notícies inventades i els extraterrestres de *Mars attack*, quan veuen la tropa de l'escarxofa, un cor de gent amb micros a la mà, s'enrabien i a una periodista li jibaritzaran el cap. Des del zenit del periodisme d'investigació amb el cas Watergate, la imatge social d'aquesta professió ha anat declinant.

Edwy Plenel ("De quoi sommes-nous responsables", *Le Monde*, 1997) té escrita una reflexió sobre els factors que minen el treball del periodista. No és casualitat, recorda, que el primer diari, *La Gaçeta Veneciana*, fos un paper d'avisos

financers i que prengué el nom del nom d'una moneda. A una obra d'Arthur Schintzler, que a França es va estrenar amb el títol de *Les journalistes*, es presenta un periodista que treballa a dos diaris, un de liberal i un altre de conservador. A les dues redaccions és el millor. Com és possible?, es pregunta Plenel. Perquè a partir del moment que la informació esdevé mercaderia, s'independitza de la subjectivitat dels qui la fabriquen. Es pot repetir. Es pot invertir. El periodista es converteix en un mercenari.

L'altre adversari és el temps. "*El temps que és la nostra matèria primera és el final de l'esdeveniment. (...) Treballar en un diari és produir oblit i no pas esdeveniment fundador, d'aquells que porten el lector, l'oient o el telespectador a ser actors i no pas espectadors*". El temps anivella les notícies perquè la seva successió es anestèsica.

Tot això és veritat, però la figura del mitjancer entre allò que passa i allò que cal saber continua sent important. Un treball difícil per a qui se'l planteja èticament, i immoral per a qui només fa mirar allò que se suposa que vol mirar la gent. Els periodistes cometem l'error de pensar sovint que les lleis que han de protegir la llibertat d'informació són lleis fetes per als periodistes. Són un dret del ciutadà. El secret sobre les fonts, per exemple, ¿és un dret del reporter o del ciutadà que vol protecció a canvi d'aportar informació rellevant? Els mitjans han de ser lliures i responsables perquè és una necessitat cívica, com argumenta el vell editor Kyne a *Mientras la ciudad duerme* (Fritz Lang, 1956). Si la decisió de vot demana una ciutadà informat, la democràcia es degrada quan el ciutadà vota sense tenir prou criteri, prou dades per prendre una decisió.

El cinema, en general, ha admirat el periodista conscient de la rellevància de la seva feina, encara que fos un mal parlat i freqüentés imprudentment els bars. En canvi, ha estat immisericordiós amb el mercenari i el mentider. Ha estimat més el reporter de diaris que el de televisió, més associat a la fabricació d'espectacle. En tot cas, al cinema hi ha un

munt de lliçons sobre el que cal fer i el que no i una gratificació superlativa per a la figura del periodista honest. No tant perquè li apugin el sou, que difícilment passa, sinó perquè és estimat pels ciutadans. Ara bé, preocupa en la imatge cinematogràfica del periodista que aquest hagi de ser un heroi per fer ben fet el seu ofici. El cinema tendeix a la construcció d'herois per simple necessitat argumental, però seria preocupant que aquesta condició, més enllà d'un estratagema narratiu, fos necessària per a l'exercici diari de la professió.

TOMÀS DELCLÒS I JUANOLA (Barcelona, 1952) és subdirector del diari *El País* i responsable de Ciberp@is. Llicenciat en Dret i Ciències de la Informació. Va ser professor d'Història del Cinema a la facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma.