

Textual & Visual Media

1

Número 1 2008 ISSN: 1889-2515

Revista de la Sociedad Española de Periodística
Spanish Journalistic Society Journal

1. *Introducción*

El cine es una herramienta que permite salvaguardar diferentes épocas y costumbres. Es un excelente narrador de historias, un archivo de la vida misma que, como señala Enrique Martínez-Salanova,¹ «sirve de punto de partida para conocer diversos modos de acceder a la sociedad y descubrir la realidad. Las técnicas propias del lenguaje cinematográfico son un soporte ideal para iniciarse en la investigación de hechos, novedades y formas de comportamiento social» (Martínez-Salanova, 2002).

Pero el cine también es el arte de la ilusión, de la tergiversación (Freixas y Bassa, 1993: 65), un compendio de arquetipos que presenta personajes con los rasgos considerados como esenciales y característicos de su profesión, y que en muchos casos son modelos exagerados que la magia del cine convierte en verosímiles. La mayoría de esos rasgos están presentes en buena parte de las películas visionadas para este trabajo y permiten recopilar algunos de los estereotipos más extendidos sobre el oficio de informar. En este caso la atención se centra en cómo el cine refleja a aquellos periodistas a los que su trabajo asciende a la categoría de celebridades o astros de la comunicación. Antes de dar paso a los ejemplos más significativos es necesario hacer algunas puntualizaciones sobre varios aspectos estrechamente relacionados con la fama y el estrellato.

2. *Narcisistas y divos en los medios de comunicación*

Uno de los excesos más visibles en un periodista es el divismo. Éste es más notorio en los casos de informadores que trabajan de cara al público. En una sociedad en la que impera la imagen por encima del resto, el divismo de ciertos profesionales que se creen estrellas, que no aceptan ninguna crítica y que son insensibles con sus compañeros y subordinados, es frecuente en profesiones cuya labor les deja expuestos a la luz pública. Encontramos el término divo acompañando siempre a un profesional de éxito, fama y categoría y que al mismo tiempo se muestra como una persona soberbia, engréida y arrogante. Del mismo modo, el término narcisismo implica a su vez una excesiva complacencia en la consideración de las propias facultades u obras. Luciano Pavarotti, una de las grandes figuras de la ópera, ya señaló al respecto en una entrevista publicada en 2003 para *El País Semanal* que «el divismo es una actitud, desde la ropa con la que te vistes a cómo te comportas. Unos apuestan por crear un personaje; otros, por el divismo de la personalidad; generalmente, el último es un hecho natural».

Un reciente estudio de la Universidad del Sur de California publicado en el *Journal of Research and Personality* en 2006 concluye que las estrellas nacen, no se hacen. Según este trabajo las estrellas del espectáculo son narcisistas por natu-

¹ Es profesor, pedagogo, antropólogo y tecnólogo de la Educación. Además es vicepresidente del Grupo Comunicar y autor de libros como *Aprender con el cine, aprender de película. Una visión didáctica para aprender e investigar con el cine*, Grupo Comunicar, 2002.

anecdótica, entre sus intérpretes destacados, ya fuese personaje principal o secundario.

Una vez seleccionadas las películas, la obtención de los datos se basó en primer lugar en el visionado de los títulos escogidos y en un análisis estadístico de los datos, que —entendido como lo que se repite a menudo— sirvió sobre todo para jerarquizar las unidades y los aspectos clave indicadores de la presencia de tendencias narcisistas. Para extraer la información se confeccionó una ficha —que contenía las variables con las categorías del análisis para ser contabilizadas y clasificadas—, que diese respuesta a los interrogantes planteados, y se aplicó a todas las películas que formaban la muestra. Los rasgos recurrentes recogidos en dicho cuestionario se muestran a continuación y pueden darse combinados o en solitario. La manifestación de cualquiera de los puntos a continuación —son los criterios empleados para diagnosticar clínicamente el desorden— fue considerada un indicador de la presencia de tendencias narcisistas y fueron algunas de las referencias a las que se dirigió la atención en el análisis fílmico de la figura del periodista:

- a) Conveencimiento de su grandeza. Exageración de logros y capacidades. Cer-teza de que es especial y que sólo puede ser entendido por otra gente «espe-cial».
- b) Preocupación con fantasías de éxito, riqueza, poder, etc.
- c) Requiere o exige constante atención y gusta de ser admirado.
- d) Tendencia a aprovecharse de la gente que le rodea para satisfacer sus deseos sin sentimiento de culpa o remordimiento alguno.
- e) Creencia que tiene derecho a obtener favores especiales sin reciprocidad, por eso se enfada cuando la gente no hace lo que espera.
- f) Falta de empatía, de capacidad de reconocer lo que sienten los demás.
- g) Envidia de los demás, o la percepción de que los demás le envidian (serían rivales).
- h) Muestra regular de comportamiento arrogante.

3. *El arquetipo del periodista estrella en el cine*

Tras visionar y analizar 104 películas que tienen como argumento la profesión periodística o en las que el periodista es un personaje relevante se observa que un 20 % de dichas cintas incluyen a un periodista que presenta alguno de los rasgos arriba mencionados.

«¿Podrás soportar la fama?» Esa es la pregunta que le hace un fotógrafo a Malcom Anderson, el protagonista de la película *Llamada a un reportero*. Kurt Russell encarna en esta producción de 1985 a un periodista que está cansado del periódico en el que trabaja. Tras varios años en la profesión no se siente cómodo porque sólo ha conseguido tratar con cadáveres y siempre esperó algo más:

—Estoy harro Bill, me he quemado durante ocho años.

deres para ayudarse a sí mismo. Una conversación que mantiene con su jefe sirve para ilustrar bien su divismo:

—¿Y tú qué vas a hacer, estás dispuesto a volver a la calle?

—¿A los reportajes curres? ¿La otra cara de la noticia? ¿Rebajarme y degradarme para entretener a unos perfectos desconocidos?

Bruce es un tipo de persona que no duda en ridiculizar en directo a un compañero del que siente envidia y al que su falta de sensibilidad hacia lo que sienten los que le rodean le lleva a ciertos malentendidos con su novia. Por ejemplo, ella piensa que la invita a cenar para proponerle matrimonio cuando Bruce sólo piensa en él y lo único que quiere es celebrar su ascenso. Estramos ante un estereotipo que aparece en cinco ocasiones en las películas objeto de estudio en este artículo, y que muestra a un periodista obsesionado con su trabajo, con escasos escrúpulos y que no se preocupa por su pareja. Según Bezunarte y Coca es típico del cine presentar con frecuencia a los periodistas en el plano afectivo como malos maridos, pésimos novios o insufribles amantes, generalmente en masculino, ya que como ocurría hasta hace pocos años en las redacciones, en el cine también eran más frecuentes los periodistas hombres (Bezunarte, Coca, Diezhandino, 1994: 27). Un estudio del Colegio de Periodistas de Cataluña apunta que es una profesión con una descompensación entre la esfera profesional y la esfera privada que afecta no sólo a la convivencia familiar sino también a la posibilidad de mantener relaciones afectivas o mantener amistades (C.P.C., 2006: 61).

Corredor sin retorno (1963) es otra buena muestra de lo que es capaz de hacer un periodista por llegar alto en la profesión y de la falta de atención con su pareja. En esta ocasión el protagonista Johnny Barrer (Peter Breck) fuerza su ingreso en un psiquiátrico para investigar un crimen. El sabe que es peligroso pero cree que es necesario para alcanzar la fama. Llega a afirmar: «Desde que era un muchacho he querido estar en compañía de los grandes del periodismo. Este largo pasillo es el camino del premio Pulitzer». Como decía C. Wright Mills, con el prestigio, al igual que con la riqueza y con el poder, nunca se posee suficiente; cuanto más se tiene, más se quiere (Mills, 1957). Ni su novia logra convencerle para que no lo haga. Johnny, obsesionado por su promoción personal, le dice:

—Todos queremos llegar a la cumbre de nuestra profesión. Yo mismo quiero ganar el Pulitzer.

—Esos periodistas tenían un propósito, no ganar fama profesional en la portada del *Life*, ni un premio en metálico y ver su foto en las portadas (le contesta su novia Cathy).

Pero Johnny continúa a lo suyo y no cede. «Es lo que pide la gente», dice justificando su acción con un supuesto interés social del reportaje. Al mismo tiempo, su convencimiento de que es alguien indispensable en su periódico le hace decirle a uno de los doctores del hospital: «Llame a mi periódico, no puede salir si no estoy yo».

Del envanecimiento —se han contabilizado hasta siete muestras— no se salva ni el mismísimo Humphrey Bogart. *El cuarto poder* (1952), una de las películas clásicas sobre periodismo, también muestra algunas pinceladas de la arrogancia de la que hacen gala algunos periodistas estrella. Cuando Ed Hucheson (H. Bogart) ve a su ex mujer leyendo el periódico le pregunta si le gusta lo que lee y ella le responde que es la primera página más atractiva de la ciudad.

—Como de cosumbre— responde Bogart.

—La composición, la caricatura, el editorial y la firma de Garrison ¿son tuyos?

Son estupendos—, le dice su ex mujer.

—Como de cosumbre— vuelve a repetir Bogart.

En esta película dirigida por Richard Brooks, Bogart interpreta al director de un periódico que va a ser vendido a la competencia. Un periodista veterano que ha ganado dos premios Pulitzer y que trata de acabar con los excesos de un mafioso llamado Riancy. Cuando Bogart rechaza la oferta que le hace el gangster éste le espera:

—¿Quién se cree usted que es? ¿Un dios en la tierra? ¿Cree que va a salvar el mundo?

Es un reflejo claro de la imagen que da el cine de ciertos periodistas. La ambición, la preocupación por la fama y las riquezas también están presentes en el personaje de Chuck Tatum (Kirk Douglas) en la película *El gran carnaval*, un periodista experimentado que aprovecha que un hombre queda atrapado en una tumba para buscar el éxito a toda costa. Esta película de 1951 de Billy Wilder muestra de nuevo a un periodista narciso y egoísta —aparece en cuatro de los filmes analizados—, que no tiene sentimiento de culpa o remordimiento alguno.

—La sartén por el mango ¿eh, Tatum? (El sheriff no les permite la entrada a las cuevas por razones de seguridad; sólo Tatum puede) (...) Vamos, somos compañeros. Estamos en el mismo barco.

—Yo estoy en el barco (les dice Tatum a sus compañeros periodistas), vosotros en el agua. Y me apetece veros nadar. (...) Para que no penséis que soy una rata, os voy a dar una primicia. Tatum está disponible. Aquí hay dos días más de noticias calientes y son de Tatum, en exclusiva.

En ocasiones un personaje envanecido puede desarrollar una envidia malsana hacia las personas competentes que trabajan a su lado y tratar de buscar su ruina. Éste es un rasgo poco abundante y sólo se muestra en dos de los filmes objeto de estudio en este artículo. En *Reilly Bites*, película dirigida por Ben Stiller en 2003, Winona Ryder interpreta a Lelaina, una chica que trabaja en una cadena de televisión y a la que su jefe, que es el presentador de un exitoso programa, odia. Aunque todos le dicen que la chica tiene talento, ella no le gusta. La personalidad

—¿Tirar de la manita? Los descuartizaremos, nos haremos los amos de la ciudad, les pondrán nuestros nombres a las calles, calle Johnson, bulevar Walter Burns.

Apuntan Bezunartea y Coca que los periodistas se mueven entre la imagen de villano y de héroe, aunque más de lo primero que de lo segundo, «porque estos son los estereotipos difundidos por los propios medios de comunicación y la literatura, entre quienes los periodistas, paradójicamente, no tienen buena prensa. Porque, si es verdad que muchos piensan que los informadores son como Lou Grant, honrados y responsables, muchos más creen que son como el director de *Primera Plana*: astuto, cínico, ambicioso y sin escrúpulos» (Bezunartea, Coca, Diezhandino, 1994: 29).

El estudio sobre la profesión periodística en Cataluña señala que ésta ha sido vista tradicionalmente en muchos círculos sociales como una labor de escasa reputación si es comparada con otras profesiones liberales. Esta mala imagen ha estado alimentada por una *cierta fama de profesión con condiciones laborales indignas*. Por ello, muchas veces la decisión de dedicarse al periodismo era vista como una mala inversión, ya que era un oficio de perdedores (Colegio de Periodistas de Cataluña, 2006: 47-48).²

Otra cinta con un periodista divo es *Objetivo Moral*. Sean Connery representa en esta película rodada en 1982 por Richard Brooks a Patrick Hale, una estrella mediática que se ve envuelta en una trama de espionaje y conflictos internacionales donde nada es lo que parece. En la imagen de los profesionales del periodismo proyectada por esta película vuelve a figurar en lugar preeminente la búsqueda de atención y el gusto de ser admirado (rasgo recurrente en el 16% de las películas). El periodista de esta cinta es un producto diseñado exclusivamente para la televisión que adora la fama.

—Veamos, usted era un actor.

—Y minero, y barman, y marinero... etcétera, etcétera.

—¿Cómo terminó en la televisión?

—Fui creado para ella. Nombres famosos, damas preciosas, coches... superestrellas como yo.

Algunos periodistas frecuentan tanto a las celebridades en el desempeño de su profesión que en ocasiones acaban fascinados y tratan de imitar sus actitudes y estilo de vida. Ron Howard incluye en *Detrás de la noticia* (1994) a una periodista que trata de codearse con celebridades y lo que esto conlleva. Alicia Clark (Glenn Close), la gerente del periódico vive por la imagen. Está reddecorando su casa con

² Este estudio también concluye: «Aunque la situación ha cambiado, han desaparecido los prejuicios del entorno social sobre las malas condiciones laborales, muy probablemente por la generalización de la crisis del trabajo en todas las esferas profesionales durante el siglo XX, curiosamente, entre los periodistas persiste la idea de que se trata de una profesión que se ejerce en malas condiciones laborales». *Libro blanco de la profesión periodística en Cataluña*. Colegio de Periodistas de Cataluña. 2006, pp. 47, 48.

para las personas ajenas a la profesión una de las fuentes sustanciales de información sobre los medios de comunicación.

Por eso es interesante observar que a pesar de que las películas tratan diversos aspectos de la profesión, incluso en diferentes épocas, el cine tiende a presentar una imagen desfigurada de la profesión periodística. El cine simplifica y distorsiona la figura del periodista, se centra en aspectos anecdóticos que convierte en axiomas y que son irrisorios en la vida real. Distan mucho de representar a la mayoría de periodistas reales que desempeñan labores informativas. De este modo, una de las consecuencias es la imagen distorsionada que tiene la sociedad en general y los estudiantes de las facultades de comunicación, que adquieren ideas alejadas de lo que es el medio.

Tras analizar 104 películas que tienen como eje central la profesión periodística, y más de 200 periodistas, se constata a modo de conclusión global que la gran pantalla no presenta a los reporteros, de una manera generalizada, como estrellas. ~~De la investigación de la que forma parte este estudio se desprende que éste no es uno de los estereotipos preferidos por el cine sobre la profesión.~~ Aunque tampoco es una figura que esté ausente. Parece claro que goza de cierto atractivo cinematográfico ya que la investigación constata que el cine presenta al periodista, hasta en 38 oportunidades, como un ser arrogante, vanidoso, que cree que es especial y que gusta de ser admirado.

El cine propone un periodista algo rastrero —un buen modelo es Ron Burgundy (Will Ferrell) en *El reportero*—, que en ocasiones carece de empatía para reconocer lo que sienten los demás. Generalmente son sus parejas las que sufren su egoísmo, como en el caso de Malcom Anderson (Kurt Russell), pero otras veces no duda en aprovecharse de sus compañeros para satisfacer sus deseos sin importarle a quien perjudica. Otro de los rasgos considerados esenciales y característicos de la profesión para el cine es la fuerte valoración que concede al éxito profesional. Los periodistas que aparecen en las películas, como refleja el personaje de Hildy Johnson en *Primera Plana*, son gente obsesionada con sueños de fama, riqueza y poder. Para el cine, uno de los motores principales del trabajo periodístico es el reconocimiento y la fama, más que el dinero. Los protagonistas buscan el estrellato por encima de todo.

Esta visión reduccionista se observa en el 20 % de las películas visionadas y permite concluir que aunque no es uno de los estereotipos más extendidos sobre el oficio de informar sí es un arquetipo en el que el cine hace hincapié. Bien es cierto que nuestra acusación al cine en la idea que traslada de la profesión periodística no es tanto la de presentar un rasgo inexistente en la profesión como la de recurrir a la exageración de ese rasgo. La hipérbole es un recurso narrativo muy extendido en la ficción audiovisual porque es eficaz a la hora de comunicar y de capturar la atención. El reconocimiento y la fama están relacionados pero no son sinónimos. La presentación cinematográfica de los periodistas incide más en la segunda que en el primero. Ésta ofrece una percepción negativa de la credibilidad de la labor

³ Véase el *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005* de la Asociación de Prensa de Madrid. El informe apunta que la televisión es el medio considerado como el de mayor

- MARTÍNEZ-SALANOVA, Enrique (2002). *Aprender con el cine, aprender de película. Una visión didáctica para aprender e investigar con el cine*, Grupo Comunicar.
- MILLS, C. W. (1957). *La élite del poder*. México: Fondo de Cultura Económica.
- NESS, Richard R. From headline hunter to Superman (1997). *A journalism filmography*. Lanham: Scarecrow Press.
- SALTZMAN, Joe (2002). *Frank Capra and the image of the journalist in american film*. Los Angeles: The Norman Lear center.
- YOUNG, Mark y PINSKY, Drew (2006). «Narcissism and celebrity» en *Journal of Research in Personality* volumen 40, número 5, Ed. Elsevier.

Listado de películas citadas en el artículo

- Bocados de realidad (*Reality bites*), Ben Stiller, 2003.
- Como Dios (*Brice Attmighy*), Tom Shadyac, 2003.
- Corredor sin retorno (*Shock corridor*), Samuel Fuller, 1963.
- Cuarto poder, el (*Deadline USA*), Richard Brooks, 1952.
- Detrás de la noticia (*The paper*), Ron Howard, 1994.
- Gran carnaval, el (*Ace in the hole*), Billy Wilder, 1951.
- Hombre que maró a Liberty Valance, el (*The man who shot Liberty Balance*), John Ford, 1962)
- Llamada a un reportero (*The mean season*), Philip Borsos, 1985.
- Luna nueva (*His girl Friday*), Howard Hawks, 1940.
- Mad city (*Mad city*), Costa-Gavras, 1997.
- Objetivo mortal (*Wrong is wright*), Richard Brooks, 1982.
- Primera plana (*The front page*), Billy Wilder, 1974.
- Reportero: la leyenda de Ron Burgundy, el (*Anchorman: the legend of Ron Burgundy*), Adam McKay, 2004.
- Show de Truman, el (*The Truman show*), Peter Weir, 1998.