

WAG THE DOG OU MERA COINCIDÊNCIA: mídia, cinema e informação produzindo a memória do futuro¹

Leila Beatriz Ribeiro*
Evelyn Goyannes Dill Orrico**
Vera Lúcia Dodebei***

RESUMO

Em uma época na qual a mídia constrói dentre outros movimentos sociais as disputas político-eleitorais, discute-se neste artigo, especialmente com a ajuda da produção cinematográfica, a relação entre informação e memória criada por processos midiáticos. A principal justificativa do estudo é levantar considerações sobre o estatuto de verdade que costuma ser atribuído à informação produzida pela mídia e seus reflexos na vida da sociedade. A partir das concepções teóricas sobre televisão e mídia (Bourdieu), sobre manutenção da tradição (Huysen) e ainda considerando a dicotomia entre lembrar e esquecer (Žižek e Sarlo), analisa-se a importância dos veículos de comunicação na produção dos processos de informação e memória. O universo empírico utilizado pauta-se pela análise do filme *Mera Coincidência* (*Wag the dog*, no original), cujo eixo dramático ficcional refere-se aos bastidores de uma campanha presidencial nos Estados Unidos. Com foco nas decisões informacionais e sua repercussão no resultado do processo eleitoral em curso, identifica-se que fatos criados/inventados (sem ínfima ressonância na realidade), fazem parte de um universo simbólico com repercussões no futuro. Esse fato leva a crer que, de um lado, realidade e ficção se misturam para construir a memória e que, de outro, o presente midiático interfere tanto no passado quanto na memória do futuro.

Palavras-chave: Memória Social. Informação. Esquecimento. Mídia. Cinema.

* Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. Professora da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil.
E-mail: leilabriere@unirio.br.

** Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil.
E-mail: orrico.evelyn@gmail.com.

*** Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil.
E-mail: dodebei@gmail.com.

I INTRODUÇÃO: INFORMAÇÃO, MEMÓRIA E NARRATIVA FÍLMICA

Ao tomamos como objeto empírico de nossas pesquisas uma seleção de filmes escolhidos para dinamizar as discussões

teóricas que podem ocorrer nas fronteiras dos campos da informação e da memória e acompanhados de leituras prévias sobre as questões que desejamos discutir, socializamos o produto dessas discussões sobre os filmes analisados pelo grupo de alunos e professores em artigos e comunicações, muitas vezes alimentando a produção também de dissertações e teses. O relato que apresentamos neste artigo tem por objeto a análise do filme 'Mera

¹ Baseado em comunicação apresentada no XIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, premiada como melhor trabalho apresentado no GT10 – Informação e Memória (ANCIB), 2012. Pesquisas apoiadas pelo CNPq.

Coincidência' (*Wag the Dog*), do diretor Barry Levinson, lançado em 1997.

Um conjunto de questões norteia a composição deste artigo: a) criar, melhor dizendo, manipular fatos que podem ter repercussões para o futuro é informar? Mais especialmente, perguntamos: b) quem avalia o estatuto de verdade para a informação tal qual a adotamos na Ciência da Informação? E ainda, c) como se produz a memória do futuro, questionando a produção de informação atual?

Para dar subsídio a essas questões, pautamo-nos na análise do filme citado, considerando o importante papel que o cinema tem na produção de informação contemporânea. Temos consciência de que estamos nos utilizando de ficção para embasar um questionamento científico, mas uma nova questão se impõe: d) qual o limite entre ficção e realidade quando universos simbólicos estão envolvidos?

As narrativas fílmicas vêm se apresentando na atualidade como importantes fontes de pesquisa para os estudos acadêmicos em quase todas as áreas do conhecimento. Os fóruns de discussão das áreas de Comunicação e Cinema aproveitam a complexidade informativa do objeto fílmico para explorar a multiplicidade de abordagens cênicas, literárias, musicais, psicológicas, técnicas, informacionais que o filme nos oferece. Além disso, o cinema proporciona uma imersão no imaginário individual e coletivo ao mesmo tempo em que oferece momentos de lazer.

Nossa prática de ensino e pesquisa vem se configurando em cursos oferecidos a alunos de graduação e pós-graduação que contam em seus conteúdos programáticos com filmes-textos-fontes. Esses cursos são vinculados aos projetos de pesquisa que coordenamos na pós-graduação que têm como objeto empírico: filmes, discursos e novas tecnologias em suas interfaces da memória.

Buscamos inicialmente em Pinto (2005, p.185) uma ideia de informação onde o filósofo argumenta que, qualitativamente "[...] o conceito de informação está vinculado [...] ao de matéria organizada em estruturas que a constituem em sistemas de representação e expressão consciente dos dados da realidade". Dessa forma, ainda que os dados sejam manipulados e efetivamente 'inventado' no decorrer da trama cinematográfica, à medida que eles são legitimados como informações verídicas e vivenciados como possibilidades verossímeis, tendo em vista um quadro de repre-

sentação de uma sociedade midiaticizada e espetacularizada como a norte-americana, eles passam a compor o universo simbólico da sociedade em que está inserido.

Pautamos ainda nossa discussão acerca do regime de informação trazida por González e Gómez (2009; 2012) para referenciar os sujeitos e as organizações em um tipo de formação social dominante – a contemporânea – lidam com critérios de valor, acionam, produzem visibilidade e qualificação às informações nas relações de poder. Isso significaria dizer que as informações emanadas do poder legitimam esse mesmo poder.

E ainda, em Álvaro Pinto, o conteúdo de valor (veracidade) de uma informação não necessariamente deve ocupar apenas uma posição – falsa ou verdadeira. Pode, sim, pertencer a ambas, quando:

[...] supõe, em sentido filosófico, que todo acontecimento ou valor quantitativo a que se aplica tem necessariamente de ser decidido por um critério de verdade que discerne e separa racionalmente os dados cognoscitivos em duas classes opostas, o é ou o não é. Ora, esse modo de apreender a realidade, no caso a definição do conteúdo informativo transportado por uma mensagem, não corresponde à relação interna entre os acontecimentos, objeto de eventual informação, relação sempre de caráter dialético e não formal. Por isso, o conteúdo de valor de uma informação não está obrigado a incluir-se em uma das duas classes opostas, mas tem a possibilidade de pertencer a ambas, a nenhuma ou mais de duas, sendo ainda admissível a impossibilidade da decisão. (PINTO, 2005, p. 187)

Nesse sentido, ainda que nos utilizemos em nossa análise de conteúdos que, por vezes, apresentam veracidade, seja porque são criados por uma produção textual, imagética ou sonora, as mensagens durante a campanha eleitoral acabam por ser veiculadas e atestam um conteúdo informacional.

2 MÍDIA E INFORMAÇÃO: O ENREDO ESPETACULAR

O filme descreve a história de um Presidente norte-americano que a duas semanas da reeleição se vê frente a uma denúncia de

envolvimento em um escândalo sexual com uma estudante em visita à Casa Branca que será veiculado na mídia pela propaganda eleitoral de seu principal oponente. Para resolver o problema, a assessora da presidência, Winifred Ames (Anne Heche), atendendo as instruções do próprio Presidente que se encontra afastado do país, em uma viagem à China, manda buscar Conrad Brean (Robert De Niro), um profissional de marketing político (conhecido como “O Sr. Conserta Tudo”). Esse profissional imediatamente compreende que, para sustar a onda de difamação do candidato a presidência, até então, líder nas pesquisas de intenção de votos, propõe criar ‘um fato novo’: uma ‘guerra contra a Albânia’.

Para resolver a suposta crise criada pela declaração de guerra e desviar as atenções da opinião pública, Conrad Brean vai buscar o apoio de Stanley Motss (*Dustin Hoffman*), um produtor hollywoodiano, contratado para criar e dar verossimilhança a esse espetacular conflito que envolve os Estados Unidos e a Albânia. Sem buscar sequer desmentir o escândalo envolvendo a figura do presidente, parte da trama sobre a guerra passa a ser produzida em estúdios e veiculada pela mídia.

Um universo discursivo é então criado para compor um amplo quadro sócio-histórico-cultural compatível com essa situação ‘de guerra’. A produção contrata um músico para compor uma canção que irá evocar a figura de um soldado aprisionado e que foi ‘esquecido’ pelas tropas norte-americanas no “campo de batalha”. A criação de herói de guerra surge frente a uma solução dada pelo produtor Stanley Motss quando a CIA resolve interferir e ‘acabar’ com o conflito. Por se tratar de uma eleição presidencial, e por envolver a maior potência mundial, a CIA movimentou-se para saber que guerra seria essa, já que nada, até então, seria de seu conhecimento. A ‘verdade’ precisaria ser restabelecida, mesmo que essa verdade pusesse em jogo a reputação do atual presidente dos EUA e candidato à reeleição, líder nas pesquisas.

O ‘concerto’ da dificuldade provocada pela interferência da CIA tornou-se um outro problema, ainda maior do que o primeiro. O ‘soldado’ (apelidado pela produção de “Sapato Velho”) escolhido pela equipe, que solicitou ajuda ao Pentágono e às Forças Armadas americanas, é um assassino condenado, com

sérios problemas psiquiátricos e que acaba sendo morto por envolver-se em uma tentativa de violência sexual. Assim, foi montada uma grande operação de resgate para o ‘herói de guerra’, durante a qual ele acaba sendo assassinado.

A partir do imprevisto da morte do ‘herói de guerra esquecido’, Stanley Motss, o produtor hollywoodiano, toma a decisão de produzir um enterro no grande estilo de herói de guerra e que comove a todo o país, provocando o aumento ainda maior nos índices de popularidade presidencial, garantindo definitivamente, então, a sua reeleição.

O desfecho do filme garante o escopo de nossas questões: o produtor hollywoodiano ao tentar reclamar para si os frutos da sua melhor ‘produção cinematográfica’ acaba sendo assassinado, já que nada dessa história pode vir à luz.

3 O FILME ENTRE INFORMAÇÃO E MEMÓRIA

O filme ‘Mera Coincidência’ nos incita a pensar sobre as relações entre informação e memória, já de início, considerando a explicação do título atribuído à versão brasileira. O original *Wag the Dog* nos remete a uma expressão que significa ‘desviar propositalmente a atenção de alguém de alguma coisa muito relevante para qualquer outro fato de significância menor’ e nasce de um ditado popular americano ‘o cachorro é mais esperto que seu rabo’. Já o significado de ‘mera coincidência’ tem como referente não a síntese temática do filme para a qual *Wag The Dog* é muito mais pertinente, mas o fato real ocorrido durante as gravações em que o presidente dos Estados Unidos, a poucos dias da reeleição, vê-se envolvido num escândalo sexual e, nesse quadro, vê a possibilidade de perder as chances de ser reeleito. A ficção nesse caso se antecipou à realidade e o título em português realiza, com humor, a aproximação não só entre realidade e ficção, como também entre passado e presente. Ou seja, o título brasileiro faz referência ao fato de que o filme, lançado um ano antes, antecipou o escândalo Bill Clinton e Monica Lewinski, que estourou no começo de 1998 nos Estados Unidos da América.

O jogo entre o que lembrar e o que esquecer controlado pela mídia televisiva coloca a informação como juiz dessa balança. Quando

um dos assessores do Presidente americano (Robert De Niro) entra em contato com um produtor de Hollywood para que este ‘invente’ uma guerra contra a Albânia, ele selecionou um país que, embora não estivesse em guerra contra os EUA, poderia estar, não só pela região geográfica, quanto pela inserção cultural e pela pouca divulgação para o mundo ocidental. Em um diálogo travado entre Conrad Brean e Ames podemos perceber os contornos do enredo que vai se construindo: inventa-se uma guerra contra a Albânia, um país do qual, segundo Brean, ninguém sabe nada e cujos habitantes têm um ‘aspecto duvidoso e uma aparência hostil’. Ele ainda argumenta que os cidadãos americanos não vão descobrir por que ninguém vai lhes contar.

Mas o que fizeram contra nós [os albanês]?
E o que fizeram por nós? Por isso temos de mobilizar os bombardeios B-3.
Quem quer entrar em guerra com a Albânia?
Não temos escolha. Faça sua assessoria de imprensa desmentir isto!
Não aconteceu nada.
Desminta. Não há relatório sobre atividades albanesas. Tem que desmentir.
Não aconteceu nada.
Desminta, desminta, desminta. (MERA COINCIDÊNCIA, 1997)

A situação de verossimilhança foi criada. Nesse cenário, o Presidente norte-americano poderia ajudar o conflito, e assim desviar a atenção da opinião pública para outro fato bem mais interessante para os eleitores. A imaginação do produtor de cinema constrói um cenário em que podemos destacar, por exemplo, a memória e a identidade cultural do povo americano e a importância que adquirem no contexto das instituições como o Estado, família, escola, igreja, bibliotecas, música, mídia. E ainda, como esse universo cultural é determinante – ao mesmo tempo que determinado – para ratificar uma posição política de intolerância e beligerância em relação a países considerados fechados à democracia americana.

Douglas (2007), em sua obra ‘Como as instituições pensam’ discute o ‘laço social’ a partir dos conceitos de cooperação e solidariedade argumentando que a solidariedade de um grupo é capaz de promover expectativas individuais fazendo com que o mesmo tipo de benefício coletivo corrobore/propicie sentimentos de

lealdade e de sacralidade entre os membros do grupo.

Independentemente das questões éticas que permeiam o enredo do filme, em que os meios justificam os fins, quer dizer, tudo é permitido em uma campanha eleitoral na disputa entre os candidatos, o fato é que a trama nos leva a pensar como são fortes esses sentimentos de lealdade e sacralidade, tanto por parte da sociedade enganada por informações falsas veiculadas pela mídia, quanto por laços e interesses que unem a própria equipe contratada para abafar o escândalo às vésperas da eleição presidencial. Do assessor de imprensa do presidente ao produtor de cinema hollywoodiano, todos se juntam para criar uma falsa memória social como saída para apagar da sociedade a memória de um fato real. Não é exagero ficcional manipular fatos e inventar memórias. Nesse sentido insistimos na pergunta: manipular fatos que podem ter repercussões para o futuro é informar?

Julgamos importante ou talvez tenha nos chamado mais a atenção o fato de que a manipulação dos sentimentos da sociedade americana apresentada no filme tenha sido marcada pela identidade ao seu ideal solidário. A forte presença das instituições como símbolos de prova memorial e documental aliada à tecnologia digital de criar e modificar imagens vem nos indicar que ao gerar fatos fictícios no presente, estes já se inserem na memória como lembranças reais.

É seguindo a ideia de que tipo de “[...] história dos discursos que o filme escolhido suscitou [...]” (AUMONT; MARIE, 2009 p.31) que buscamos a intercessão dos usos dos processos comunicacionais e informacionais com uma construção memorial que o filme suscita. Dessa forma, como um documento imagético não podemos, por exemplo, deixar de ver o filme como um estruturador informacional (tanto de eventos e fatos históricos) e como um ordenador de memórias suscitadas pelas lembranças e discursos evocados pela narrativa fílmica.

4 INFORMAÇÃO INTERFERINDO NO PASSADO

Neste momento, procuramos responder à segunda questão que nos norteia: quem avalia o estatuto de verdade para a informação tal qual a adotamos na Ciência da Informação? Embora não discutamos aqui a informação científica,

como ocorreu nos primórdios da introdução da Ciência da Informação no universo acadêmico, a discussão sobre alguns aspectos do filme pode nos ajudar a esclarecer esse ponto. Para acompanhar o estatuto e o valor informacional por meio das ações e práticas informacionais, buscamos inserir a seleção, a manipulação, a preservação e o uso da informação pelo Estado e pela mídia cinematográfica da narrativa fílmica analisada, levando em conta a seguinte afirmativa: “[...] Consideremos, de um modo mais direto, que alguma forma de seleção, individual e social, de caráter emocional, cultural, prático e gnosiológico, participa da emergência de um valor de informação”. (GÓMEZ, 1999, p.8). É nesse sentido que nossa abordagem informacional, que sustenta campos decisórios e seletivos de práticas, podem se instituir como espaços legítimos de tais práticas e ações (ainda que não o sejam, de acordo com a obra ficcional).

Na tentativa de reforçar a verossimilhança das situações criadas no filme, Stanley Motss, o tal produtor hollywoodiano contratado pelo marqueteiro político, convida um compositor, que é famoso na vida real, de música *country* que se veste e se comporta tal e qual um americano de classe média do interior e profundo conhecedor do universo simbólico americano, para compor duas músicas: a primeira ainda quando o conflito estava se iniciando – nas palavras do produtor: ‘A Guerra, o primeiro ato’ – busca traduzir o sentimento de proteção de liberdade do sonho americano conforme a letra da música abaixo.

Há um momento/Durante eventos humanos/Quando uma canção deve ser atendida/Com coragem e força/Nossos antecessores/Conquistaram o direito/À liberdade/Agora é a hora/De proteger o sonho deles/Protegemos/As fronteiras americanas/Protegemos/O sonho americano/Protegemos o nosso direito/De lutar pela democracia/Democracia/E manter nosso país livre/Nós protegemos/Protegemos/O espírito americano/Espírito/O espírito americano/Protegemos/O sonho americano/Nosso país foi erguido/Sobre a rocha da liberdade/E nós, como povo/Devemos mantê-lo livre/É eterna/Liberdade/A busca pela felicidade/Liberdade/Para todos nós/Nós protegemos/Protegemos/As fronteiras americanas/As fronteiras americanas/Protegemos/O sonho americano. (MERA COINCIDÊNCIA, 1997)

A segunda, com a guerra já encerrada, dá ensejo à continuação do enredo agora com um segundo ato, como elabora o produtor: “Um corajoso soldado americano que deixaram para trás” (MERA COINCIDÊNCIA, 1997), uma balada para um herói, uma música que fale sobre o sentimento de perda e de reconciliação e que se traduza numa imagem, a de um sapato velho: “Um herói. Minha nossa, não acredito. Em que estava pensando? Tivemos uma guerra, mas esquecemos do herói. Não existem guerras sem heróis. [...] Ele foi deixado, abandonado como um sapato velho!”. (MERA COINCIDÊNCIA, 1997)

Ambas, de fácil memorização, estabelecem rapidamente relação com a memória afetiva do povo americano. Da mesma forma essas imagens e discursos atuam como valores informacionais carregados de um significado tradicional. Uma balada *country* e um bom sapato velho e confortável são capazes, simbólica e semanticamente (como signos informativos representativos do povo americano) de acionarem redes estratificadas de valores comunicacionais e informacionais.

Um bom sapato velho
Um bom sapato velho
Para onde quer que vá
Ele leva você
Um bom sapato velho
Um bom sapato velho
Sentado retinho
Como o ensinou
Um bom sapato velho
Um bom sapato velho
Podemos ir para o paraíso
Com a alma de um bom sapato velho
(MERA COINCIDÊNCIA, 1997).

Para reforçar essa identificação, e também para melhor difundir-la para o maior número de votantes possível, eles lançam mão de mais um estratagema pouco ortodoxo, para não utilizarmos aqui adjetivo pior: eles conseguem inserir um disco gravado na Biblioteca do Congresso, Secção de Música Popular, 1930 para dar a entender que seria uma música muito antiga. A biblioteca, na qualidade de instituição responsável pela guarda da produção bibliográfica, estaria funcionando como um lugar de memória, fortalecida pela ‘certeza’ da recuperação da informação já que, no dia seguinte, a música estaria sendo veiculada pelas rádios americanas.

Temos assim, o presente sempre se atualizando como o filme apresenta-nos em vários momentos em que, para criar uma cena, o estúdio de filmagem lança mão de um acervo de imagens e de sons virtuais pertencentes à ilha de edição que 'substitui' e forja imagens do suposto conflito. 'Bibliotecas de aldeias' 'Bibliotecas de sons: gritos, sirenes, sons de tiros e imagens: chamadas, uma ponte, água, gatos'. Disponíveis para todos que podem acessar essas informações, aqui encontramos eco desses exemplos em algumas discussões apresentadas por Huyssen acerca do processo de musealização que, por conta de nossa obsessão por uma busca de um passado, os espaços museificados acabaram por se estender para diversos domínios temporais e culturais de nossa vida cotidiana: "[...] Ou há, talvez, algo mais para ser discutido neste desejo de puxar todos esses vários passados para o presente." (HUYSSEN, 2000, p.15)

Nesse sentido, os dois movimentos se complementam: gravação em LP de uma música aparentemente antiga, e a inserção do disco na Biblioteca do Congresso. Esses movimentos funcionam como processos de guarda e recuperação da informação que garantiriam, além da manutenção de uma tradição, a luta que nos protegeria contra a obsolescência e o desaparecimento. Essa luta, segundo Huyssen (2000) é reforçada pela existência conjunta de processos de memória e de musealização. Esses processos se evidenciam pela letra que glorifica o herói de guerra mítico e, ao mesmo tempo, pelo prosaico e confortável "sapato velho", assim representado pelo povo americano.

Outro exemplo de manutenção da tradição é o slogan da campanha de reeleição do presidente mostrada no filme: *Don't change horses in the middle of the stream*, traduzido como 'Não se deve mudar de cavalo no meio do caminho'. Esse slogan foi o mesmo utilizado pelo presidente norte-americano Franklin Delano Roosevelt durante sua campanha de reeleição, em meio à Segunda Guerra Mundial. Vemos assim que a narrativa, ao desempenhar um papel de documento e/ou testemunho, pode voltar-se para a reposição; colocar no presente, elementos do passado, dispondo-os na memória, que é o dispositivo e o repertório cultural (SEGRE, 1989).

Reforçando o sentido da tradição, o investimento da equipe de produção na criação de uma medalha de honra para o soldado-herói e

a construção de um memorial para aqueles que tombaram no conflito, servirão, segundo Huyssen (2000, p.83), como espaços de rememoração substitutos que podem, por exemplo, virem carregados de discursos públicos que garantirão a construção e a manutenção de uma memória coletiva contra a 'fossilização monumental'.

Seria a memória ficcional? Segundo Žižek (2003, p. 34),

[...] só temos condição de suportar o real se o transformamos em ficção. É necessário ter a capacidade de distinguir qual parte da realidade é 'transfuncionalizada' pela fantasia, de forma que, apesar de ser parte da realidade, seja percebida num modo ficcional. (ŽIŽEK, 2003, p. 34)

Realidade e ficção se misturam para construir a memória. Assim como as lembranças podem ser ficcionais no âmbito da memória individual (o que garante que uma lembrança reproduz exatamente um fato que aconteceu, ou foi apenas construída a partir de outras narrativas ou da criação imaginativa?), podem também o ser na construção da memória coletiva. A memória como processo pode ser entendida como virtual, quer dizer, uma rede de informações potenciais que, por estar em constante desordem, permite a recuperação sempre singular de um acontecimento. Essa imagem pode também ser compreendida pelo paradoxo colocado por Žižek (2003, p. 37) quando analisa o trauma histórico.

A verdadeira escolha com relação ao trauma histórico não está entre lembrar-se ou esquecer dele: os traumas que não estamos dispostos a - ou não somos capazes de - relembrar assombram-nos com mais força. É necessário então aceitar o paradoxo de que, para realmente esquecer um acontecimento, precisamos primeiramente criar a força para lembrá-lo. Para responder a esse paradoxo, devemos ter em mente que o contrário de *existência* não é *inexistência*, mas *insistência*: o que não existe continua a insistir, lutando para passar a existir. Os sintomas são registros de ações não realizadas. São arquivos virtuais dos vazios ou defesas contra os vazios que insistem.

A memória é *insistência*, ela é um fator de ligação psíquica coletiva numa ordem de sucessão que visa a neutralizar os efeitos da irrupção do trauma; somente quando a memória se torna

objeto de uma gestão cultural, por exemplo, é que pode produzir a aparência de ordem. No caso das instituições de memória, essa gestão implica forçosamente a relação *objeto, imagem e relato*, sendo estes os meios essenciais de investimento e tratamento da memória institucionalizada, já que ela possui também algo de acidental, de circunstancial, e é apenas um meio de consagrar a continuidade, a duração, ou ainda, de criar vínculos. Se considerarmos as configurações da memória discutidas acima, e partirmos do pressuposto de que as narrativas têm sempre algo de real e de ficcional, podemos compreender a facilidade com que a mídia opera e manipula a memória.

Sarlo (2007) aponta uma proposta interessante nessa dicotomia do lembrar-esquer que dialoga com o que acaba de ser atribuído a Žižek. Para ela:

[...] não se prescinde do passado pelo exercício da decisão nem da inteligência; tampouco ele é convocado por um simples ato da vontade. O retorno do passado nem sempre é um momento libertador da lembrança, mas um advento, uma captura do presente. (SARLO, 2007, p. 9)

O enredo dramático de 'Mera coincidência' é a ilustração do que Sarlo (2007) afirma, apoiando-se em Maier, cujas palavras, por sua vez, ilustram a irritabilidade de Nietzsche com o que denominou de auto-arqueologização, qual seja, um neo historicismo que indica que "[...] as operações com a história entraram no mercado simbólico do capitalismo tardio" (SARLO, 2007, p. 9).

5 PRESENTE MIDIATIZADO – AO VIVO

Toda a parafernália midiática produzindo imagens, discursos e informações, contrainformações e informações falsas para que o escândalo seja desviado em função do que o show business está produzindo nos remete à discussão engendrada por Levin (2009, p. 189) sobre o filme 'Mera Coincidência'. O autor aponta a importância da desconstrução da imagem televisiva que no filme explora a possibilidade de mostrar como a mídia utiliza-se da retórica do ser real e/ou ao vivo. No entanto, o filme, frente às imagens construídas por meios digitais produzidas em um estúdio

cinematográfico aponta para uma crítica ácida e corrosiva sobre a 'veracidade referencial da televisão'. É assim, por exemplo, que vemos em uma determinada cena do filme o uso, pela equipe de produção, de um estúdio filmando a fuga de uma moça albanesa: 'Uma jovem destroçada que fora sequestrada por terroristas albaneses. E é por ela que nos mobilizamos. Uma jovem destroçada com um gatinho'. Para dar um tom mais vigoroso e menos estático às primeiras imagens 'construídas' com o uso de jovem atriz americana, que interpretaria uma moça vinda diretamente do front albanês e que seria distribuído para os canais de TV a tempo da veiculação no noticiário noturno, o produtor Stanley Motss reforça a cena a ser filmada: 'Mais energia. Uma jovem fugindo de uma aldeia com um gatinho'.

Para Bourdieu (1997), a televisão detém o monopólio de fato sobre a formação da lógica de pensamento de grande parte da população, pois, ao enveredar, no caso do jornalismo, pelo sensacionalismo, ela afasta o cidadão das informações que este deveria ter, de modo a exercer seus direitos democráticos. Esse autor, ao analisar a mídia televisiva, mais especificamente o jornalismo, apresenta-o como um campo social estruturado, um campo de forças e disputas que carrega um peso simbólico (mais difícil de quantificar e que se expressa a partir de uma fonte de ideias, fórmulas, procedimentos, enfim, um modelo para muitos jornalistas) que além de se colocar como um espaço de disputa interna irá disputar espaços frente a outros campos (no nosso caso: a política, o cinema, as forças armadas, os órgãos de inteligência, a biblioteca; a propaganda etc.).

Em 'Mera Coincidência' a política, como campo dominante, faz uso das estratégias do campo da produção cinematográfica, mais especificamente da indústria do entretenimento e do show business para veicular fatos, informações, contrainformações, ainda que forjados, a partir da mídia televisiva. Segundo Bourdieu (1997, p.63), essa mídia propõe-se a trabalhar com uma informação-ônibus, ou seja, sem aspereza, homogeneizada tendo em vista a sua necessidade de atingir um público extenso, que não pode ser chocado: jamais levantar problemas ou apenas problemas sem história.

A extensão da difusão do público está intrinsecamente relacionada à escolha de assuntos que não levantem problemas: "[...]

Constrói-se o objeto de acordo com as categorias do receptor [...]” (BOURDIEU, 1997, p.63). Nesse sentido, ela está perfeitamente ajustada às estruturas mentais do público. Além disso, continua o autor, esse campo, devido a sua grande importância e influência, possui diversos instrumentos de difusão que, além de atingir os mais simples cidadãos, congrega também “[...] outros produtores culturais, cientistas, artistas, escritores, ao que se chama por vezes de ‘espaço público’, isto é, à grande difusão [...]” (BOURDIEU, 1997, p.65).

Esse poder diz respeito ainda à notoriedade e a uma visibilidade pública tanto para os profissionais (jornalistas) quanto para aqueles que fazem uso dessa mídia e é por ela prestigiada. Chauí (2006, p.8), discutindo outros aspectos dessas personalidades autorizadas aborda que entre as estratégias utilizadas para o reforço da credibilidade e da confiabilidade desses profissionais é o apelo que diversos programas fazem da intimidade, do privado e do personalismo como instâncias que dão garantia à ordem pública.

Acrescente-se a isso que, na busca de um peso simbólico maior, determinadas redes de televisão (e seus programas e profissionais) saem em busca de um certo sensacionalismo e do espetáculo fazendo uso de uma certa visão de informação que antes era relegada a determinados folhetins. Como exemplo desse tipo de informação, Bourdieu (1997, p.72-73) nos apresenta o aspecto mais anedótico e mais ritualizado da vida política que, além de suscitar curiosidade e interesse, não exige nenhum tipo de competência prévia do espectador. Dessa forma, continua o autor, esse tipo de variedades jornalísticas acaba por desencadear um esvaziamento político, reduzindo as questões ao anedotário e ao mexerico político que, se devidamente dramatizado, reduz-se a um espaço moral de lições a serem aprendidas.

No filme experimentamos em algumas passagens o que esse autor aqui ilustra: as primeiras informações acerca da doença do Presidente impedindo-o de um retorno breve aos Estados Unidos, por exemplo. Em uma coletiva de imprensa são plantadas informações acerca do não-conflito com a Albânia.

A verdade não interessa. É uma história e será publicada. Quando será publicada? Primeira página do Washington Post de amanhã

Por que o Presidente está na China?
Relações comerciais
Exatamente! Não tem nada a ver com os bombardeios B-31.
Não existem bombardeios B-3.
Acabei de dizer isto. Não existem e não sei de onde surgiram estes boatos.
Há uma conferência de imprensa hoje?
O que você acha?
Quem costuma informar o Post tem que de cometer o lapso de dizer: “Nossa, espero que isto não atrapalhe o programa dos bombardeios B-3”
Que programa de B-3 e por que atrapalharia?
Se o Presidente decidir usar os B-3 sem testar antes.
Usar os B-3 sem testar antes?
Sim.
Por quê?
Por causa da crise.
Que crise?
Estou cuidando disso. (MERA COINCIDÊNCIA, 1997)

Escolhidos a dedo, alguns profissionais que fazem a cobertura do governo, manipulados pelos assessores presidenciais, corroboram para que simples boatos e notícias plantadas alcem o *status* de notícia privilegiada e sigilosa. É também para a mídia televisiva que o grande *show* do conflito entre os Estados Unidos & Albânia é dirigido e veiculado por noticiários e *talk shows* abordando não somente o conflito, mas também a doença presidencial, o retorno do presidente ao país, as disputas eleitorais e finalmente a reviravolta política e a consequente elevação do índice de popularidade do presidente.

É assim que Soares (2012), ao analisar o filme ‘Mera Coincidência’, aborda a questão do agendamento da mídia pela política. Nesse sentido, a imprensa não se dá conta de que as notícias veiculadas são na realidade manipulações e fica à mercê da pauta política. O autor aponta ainda que essa imprensa de forma equivocada (seguindo a lógica do agendamento) acaba por veicular uma informação inverídica que não passou por nenhum tipo de critério investigativo. O autor ainda destaca que o filme explora até as últimas consequências o fato de que quanto menos informação o público detém sobre determinado assunto, mais suscetível ele estará de sofrer manipulações.

Künsh (2007, p.51) no seu artigo “Comunicação e incomunicação: aproximação complexo-compreensiva à questão” discute o filme sob o

olhar de outra ética. Se não existe inimigo sem guerra como proclama Brean, segundo o autor, “[...] a verdade é a primeira vítima, o carnaval de horrores tende a liberar a fantasia para o desenho e a pintura do inimigo com as cores convenientes aos propósitos do combate”. E continua afirmando que o lado oposto passa a encarnar a visão do mal e tem que ser exterminado. Concebendo-se como uma guerra santa, qualquer guerra é assim vista mesmo que diversas narrativas as contrariem.

Mas o filme explicita a ideia do espetacular em todos os sentidos extremos. O uso da parafernália tecnológica, a produção hollywoodiana para inventar um conflito entre nações até o desfecho do enterro do herói de guerra traduz em sua essência o que Chauí (2006) adverte acerca do espetáculo:

A cultura está impregnada de seu próprio espetáculo, do fazer ver e do deixar-se ver. A questão, portanto, não se coloca diretamente sobre os espetáculos, mas com o que sucede ao espetáculo quando capturado, produzido e enviado pelos meios de comunicação de massa. (CHAUÍ, 2006, p.14)

E é exatamente o que presenciamos durante o espetáculo produzido pela assessoria do presidente que entende de ‘forma exemplar’ o papel dos meios de comunicação não somente no que diz respeito à produção do mesmo, mas da força da transmissão quando são utilizados ingredientes de cunho emocional e político para a absorção e o envolvimento do grande público.

6 MEMÓRIA DO FUTURO

Por fim, tentamos aqui responder a nossa terceira questão: como se produz a memória do futuro, questionando a produção de informação atual? Podemos mais uma vez fazer uso de um diálogo – entre Braen e Motss – que explicita a lógica da política e a do espetáculo na sociedade contemporânea que dá o tom ácido à produção informacional.

Lembramos dos lemas, mas nunca das guerras. Por quê? Por quê?
Por causa do show business. Por isso estamos aqui. Um vídeo com uma bomba, Sr. Motss e os americanos acreditaram na guerra. Guerra é show business. Por isso estamos aqui.

E quer que eu faça o quê?
Queremos que seja o produtor.
Quer que eu produza sua guerra?
Nada de guerra, só espetáculo.
Precisamos de um tema, um hino, imagens. É um espetáculo. Como a entrega do Oscar. Por isso estamos aqui.
(MERA COINCIDÊNCIA, 1997)

Temos assim construções icônicas e discursivas e os direitos de *merchandising* reforçando figuras e fatos para a guarda do presente e a manutenção do futuro. Ainda que o filme se pautem em forjar um presente é necessária a manipulação de um determinado passado. Mas o futuro o tempo todo está reiterado na sustentação de um presente que se resguarda, por exemplo, na manutenção dos empregos dos assessores e produtores que se traduz até últimas consequências em: plantar notícias falsas, criar um conflito fictício, produzir canções, produzir imagens simbólicas (a imagem do sapato velho remetendo a um bom soldado que foi esquecido, mas que no cativo, sozinho e desesperado só se lembra de sua mãe) e nas imagens iconográficas (a camiseta do soldado com a seguinte mensagem em código Morse estampada através de furos dizendo: “Coragem mãe!” muitos sapatos velhos jogados nas árvores e fiação das cidades), um lema em latim para traduzir a Unidade 303 do soldado abandonado, um discurso em rede nacional no qual: “o Presidente diz que William Sapatten... Um bom sapato velho ficou preso em linhas inimigas”, produtos de *merchandising* (camisetas, tênis, licença para um relógio, para um hambúrguer com o nome do soldado e molho com o lema: “303, atrás da linha e sempre à frente”), documentos/monumentos (medalha de honra para o soldado, quem sabe o Nobel da Paz para o Presidente?, um memorial para os que tombaram na Albânia). Por fim, para coroar a continuidade política por conta de reeleição somos brindados pela fala do produtor frente ao desânimo da morte de Sapato Velho: “E o que é melhor do que o retorno triunfal de um herói de guerra?”. Corta para o cerimonial das Forças Armadas americanas carregando o caixão, seguido de um cão vira-latas e ao som do hino da Unidade 303. Novas imagens do desfile para uma multidão emocionada nas ruas. Finaliza com um enterro com honras militares e com um novo noticiário sobre uma nova crise albanesa que está surgindo (ficção ou realidade?).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por que o cão balança o rabo?
Porque é mais esperto do que ele
Se o rabo fosse mais esperto, ele
balançaria o cão.
(MERA COINCIDÊNCIA, 1997)

A partir do que levantamos com essa discussão, podemos chegar a alguns resultados que merecerão, ainda, é claro, novas e mais detalhadas investigações. Em relação à nossa primeira pergunta: manipular fatos que podem ter repercussões para o futuro é informar?, assumimos como resultado que ao gerar fatos fictícios no presente, estes já se inserem na memória como lembranças reais. Assim, embora os fatos criados não tenham respaldo em ações que, de fato, tenham ocorrido a não ser na ficção produzida pelos estúdios, eles começam a fazer parte de um universo simbólico com repercussões no futuro. Como exemplo temos que nem o presidente dos Estados Unidos da América e nem a CIA podem acabar com uma guerra produzida por Hollywood, ainda que tenha aparecido tal notícia na televisão: “A guerra acabou. Eu vi na TV” diz Conrad para Stanley Moss (MERA COINCIDÊNCIA, 1997). Essa guerra fictícia e que mobilizou atores e organizações sociais diversas, efetivamente só pertence a quem a produziu, mas serviu para alavancar a candidatura do futuro presidente norte-americano.

Em relação à segunda questão levantadas por nós, - quem avalia o estatuto de verdade para a informação tal qual a adotamos na Ciência da Informação? - apoiamos-nos em Žižek (2003, p. 34), ao afirmar que:

só temos condição de suportar o real se o transformamos em ficção. É necessário ter a capacidade de distinguir qual parte da realidade é ‘transfuncionalizada’ pela fantasia, de forma que, apesar de ser parte da realidade, seja percebida num modo ficcional. (ŽIŽEK, 2003, p. 34)

Dentro de uma perspectiva informacional, e seguindo a lógica do regime de informação, vemos que, na relação de poder, o Estado efetivamente deixa ter o domínio da produção e ocasionalmente é demandado para participar das ações de distribuição e preservação da informação. No entanto, esse Estado figura

na trama cinematográfica com um tipo de poder que agencia mídias e bibliotecas, por exemplo, para reequilibrar posteriormente o seu predomínio.

Realidade e ficção se misturam para construir a memória. Podemos nos apoiar também na própria ficção, quando o personagem interpretado por *Robert De Niro*, Conrad Bean, afirma que não se pode questionar o estatuto de veracidade porque: ‘É verdade, passou na TV’. O ator enuncia isso ora com verdade e passividade, ora com ar de deboche. A frase se torna quase emblemática e traduz toda a trama.

Descobrimos e a ASN confirma que não existem armas nucleares na fronteira canadense. Não existem armas nucleares na Albânia. A Albânia não tem capacidade nuclear. Nossos satélites não detectaram campos de treinamento terrorista no interior da Albânia. A polícia das fronteiras, o FBI, a Polícia Montada canadense afirmam que não e repito, que não existem atividades suspeitas na linda fronteira canadense. O governo albanês desmente e o mundo está ouvindo. Não existe guerra! (Agente da CIA). É claro que existe, estou vendo na TV. (Conrad). (MERA COINCIDÊNCIA, 1997)

Ora, se tomamos a imprensa como órgão das informações oficiais, pautada em trabalho jornalístico que se diz isento e afeto à verdade, o que sai publicado, em princípio, é verdadeiro e portanto merecedor de crédito. Essa percepção avalia a compreensão a respeito da imprensa pela qual ela não só noticia o fato, mas cria o próprio fato.

Em relação à terceira questão - como se produz a memória do futuro, questionando a produção de informação atual? - acreditamos que quando algo é divulgado pela imprensa, é rapidamente inserido no universo simbólico do público a que tal informação foi dirigida e passa a constituir uma unidade informacional que sustentará outras e novas informações e suas decorrentes ações. Dessa maneira, apoiando-nos nos exemplos apresentados no texto, não tememos afirmar que o que é dito hoje já está produzindo a memória de amanhã.

Nossa derradeira questão - qual o limite entre ficção e realidade quando universos simbólicos estão envolvidos? - permanece como mote para futuras e mais instigantes investigações.

WAG THE DOG OR PURE COINCIDENCE

Media, cinema and information producing the memory of the future

ABSTRACT *In an age in which mass media constructs among other social movements the political-electoral disputes, the relationship between information and memory created by media processes is discussed in this communication, especially with the support of film production. The main objective of the study is to raise some considerations about the 'state of the truth' which is often attributed to information produced by mass media and its effects in society. From the theoretical conceptions of television and media (Bourdieu), tradition maintenance (Huyssen) and considering the dichotomy between remembering and forgetting (Žižek and Sarlo), it is analyzed the influence of mass media in the production of information and memory processes. The empirical universe of the research is guided by the analysis of the film Mera Coincidência (Wag The Dog, in the original), whose fictional dramaturgical axis refers to the backstage of a presidential campaign in the United States. Focusing on the informational decisions and their impact on the outcome of the electoral process, it is identified that facts created/invented (without a tiny resonance in reality), are part of a symbolic universe with repercussions into the future. This fact suggests, on one hand, that reality and fiction merge to make memory possible and, on the other hand, the present time, when mediatized, interferes both in the past as well as in the memory of the future.*

Keywords: Social Memory. Information. Forgetting. Media. Cinema.

Artigo recebido em 20/08/2014 e aceito para publicação em 05/12/2014

REFERÊNCIAS

- AUMONT, J.; MARIE, M. **A análise do filme**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2009.
- BOURDIEU, P. **Contrafogos: táticas para enfrentar a invasão neoliberal**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- CHAUÍ, M. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
- DOUGLAS, M. **Como as instituições pensam**. São Paulo: EDUSP, 2007.
- GÓMEZ, M. N. G. de. O caráter seletivo das ações de informação.
- INFORMARE - Cad. Prog. Pós-Grad.Ci. Inf., Rio de Janeiro, v.5, n.2, p.7-30, jul./dez. 1999.
- GÓMEZ, M. N. G. de. Regime de informação: construção de um conceito. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v.22, n.3, p.43-60, set./ dez. 2012.
- HUYSEN, A. Passados presentes: mídia, política, amnésia. In: _____. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos e mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000. p.9-40.
- KÜNSCH, D. A. Comunicação e incomunicação: aproximação complexo-compreensiva à questão. **Líbero**, Brasil, v. 10, n. 19, 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3190/3000>>. Acesso em: 31 maio 2012.
- LEVIN, T. Y. Retórica do índice temporal: narração vigilante e o cinema de "tempo real". In: MACIEL, Kátia (org.). **Transcineamas**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2009. p.175-192.
- MERA COINCIDÊNCIA (*Wag the dog*). Direção de Barry Levison. EUA: 1997. New Line Cinema; Tribeca Productions; Baltimore Pictures; Punch Productions. 97 min., son., colorido.
- NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História - Revista do Programa de Estudos pós-graduados em História e do Departamento de História**, São Paulo, v. 10, 1993.

PINTO, Á. V. Problemas gerais da informação. In: _____. **O conceito de tecnologia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005. v. II, p. 185-208.

RIBEIRO, Leila Beatriz; ORRICO, Evelyn Goyanez Dill; DODEBEL, Vera. Fabricação da informação: o futuro se con(in)forma. XIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. Rio de Janeiro, 2012. **Anais...** Rio de Janeiro, 2012.

SARLO, B. **Tempo passado, cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo. Companhia das Letras: 2007.

SEGRE, C. Narração/Narratividade. In: GIL, Fernando. (Coord.) **Literatura-Texto**. Lisboa: Imprensa Nacional : Casa da Moeda, 1989. p.57-69. (Enciclopédia Einaudi, v. 17).

SOARES, W. B. **O agendamento noticioso na era da tecnologia**: uma análise de como a Agenda Setting interfere nos critérios de noticiabilidade. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/soares-wesley-o-agendamento-noticioso-na-era-da-tecnologia.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

ŽIŽEK, S. **Bem-vindos ao deserto do real!** cinco ensaios sobre o 11 de setembro e datas relacionadas. São Paulo: Boitempo, 2003.