

Lo urbano aullante: prensa y ciudad en la tragedia de Nelson Rodrigues

*Douglas Ceccagno**

Resumen

Las relaciones entre el discurso de la prensa y la configuración de las prácticas sociales en el espacio urbano se dan en la esfera de lo imaginario. Así, con base en la teoría de lo imaginario social, la presente investigación estudia la representación de los medios de comunicación en tres tragedias de Nelson Rodrigues, buscando una visión del espacio social urbano que se desprende del discurso periodístico en las piezas, y que influencia la legitimación de la propia prensa en la sociedad representada.

Palabras clave

Imaginario social, drama, prensa, espacio urbano.

Resumo

As relações entre o discurso da imprensa e a configuração das práticas sociais no espaço urbano se dão na esfera do imaginário. Assim, com base na teoria do imaginário social, a presente pesquisa investiga a representação dos meios de comunicação em três tragédias de Nelson Rodrigues, buscando uma visão do espaço social urbano que se desprende do discurso jornalístico nas peças, e que influencia a legitimação da própria imprensa na sociedade representada.

Palavras-chave

Imaginário social, drama, imprensa, espaço urbano.

* Profesor del Área de Letras y Filosofía de la Universidad de Caxias do Sul. Maestro en Letras y Cultura Regional (UCS) y doctorando en Lingüística y Letras (PUC-RS).

EL ADVENIMIENTO DE LA NUEVA HISTORIA, en el siglo XX, con los trabajos de Marc Bloch, Jacques Le Goff y otros, hizo posible la escritura historiográfica a partir de elementos anteriormente despreciados por la historiografía. Por la propuesta de estos autores, los documentos oficiales dejan de ser el único material posible de investigación; en su lugar, objetos artísticos, tradiciones y costumbres de un determinado pueblo o región son admitidos como medios eficaces para que surja una historia que tiene el objetivo de analizar la vida de lo cotidiano común de las sociedades, en lugar de llamar la atención apenas para los grandes eventos históricos.

Una teoría descendiente de la Nueva Historia es, en especial, la de la Historia de las mentalidades, que crea espacio para una investigación de la literatura en su relación con la sociedad, es la teoría de lo imaginario social. Según uno de sus adeptos, el francés Michel Maffesoli, “lo imaginario es una fuerza social de orden espiritual, una construcción mental, que se mantiene ambigua, perceptible, pero no cuantificable” (2001, p. 75). Bajo la óptica de lo imaginario, es posible aprender que relaciones se establecen entre una obra literaria y los pensamientos y emociones de un determinado grupo.

Lo imaginario social puede ser aprendido a través de referencias simbólicas que una sociedad establece y que dan sentido a sus prácticas. En la literatura, el modo como es representada una determinada sociedad, y el papel que sus miembros desempeñan en las relaciones entre sí, anhela la literatura de aspectos de la identidad colectiva y de la división de poderes dentro del universo social. “Las referencias simbólicas no se limitan a indicar los individuos que pertenecen a la misma sociedad, pero definen también de forma más o menos precisa los medios inteligibles de sus relaciones con ella, con las divisiones internas y las instituciones sociales, etc.” (BACZKO, 1986, p. 310)

En este trabajo, se investiga el texto dramático de Nelson Rodrigues bajo la perspectiva de lo imaginario social, analizando como la representación de la prensa caracteriza, en obra del autor, una forma de ver la ciudad, constituyendo un imaginario específicamente urbano. Para tanto, serán analizadas las tragedias *Vestido de novia* (1943), *El beso en el asfalto* (1961) y *Boca de oro* (1959), prestando atención para la representación del medio periodístico presente en esas obras.

La prensa tiene una gran importancia en el desarrollo de las ciudades modernas, no apenas como fuente de información, sino por su capacidad de formar opiniones, influenciando sobremanera el desarrollo de los imaginarios sociales. Su poder reside en

tratarse de un campo por el cual se realizan las funciones del *auctor*. Para el sociólogo Pierre Bourdieu, el *auctor*, a través de la legitimidad que la sociedad le atribuye, tiene el poder de nominación, o sea, de determinar lo que es y lo que no es: “Al decir las cosas con autoridad, quiere decir, a la vista de todos y en nombre de todos, públicamente y oficialmente, él las sustrae a lo arbitrario, las sanciona, las santifica, las consagra, haciéndolas existir como dignas de existir, como de acuerdo a la naturaleza de las cosas “naturales” (1989: 114). De esa manera, por la confiabilidad que la prensa tiene sobre las clases populares, es posible al medio periodístico, ejerciendo su función de *auctor*, definir verdades y mentiras en el grupo social en que actúa.

En *Vestido de novia*, los periodistas de los periódicos Diario y La noche son los responsables por informar a la población sobre el atropellamiento de Alaide. En la época de su estreno en los palcos, diciembre de 1943, *Vestido de novia* se transformó rápidamente en una obra famosa por sobreponer tres (03) planos: alucinación, memoria y realidad. El medio periodístico aparece en un tercer plano, proveyéndole al espectador, en el transcurso de la pieza, informaciones sobre el accidente en el que estuvo involucrada la protagonista, la cual, ahora, en estado de coma, mezcla recuerdos y alucinaciones, que son representadas en los otros dos planos de la acción.

Esa función narrativa de la prensa queda explícita en la escena en la que los vendedores de diarios, mientras vende los ejemplares de La noche y del Diario, anuncian los titulares que atestan que Alaide asesinó a su esposo Pedro, de manera que también le informan al espectador de *Vestido de novia* sobre la amplia cobertura que la prensa le dio al caso. De la misma forma, el atropellamiento de Alaide, del cual se escucharon los ruidos en el inicio de la pieza, pasa a ser de conocimiento del espectador a través del reportero Pimienta, cuando el mismo comunica al redactor del periódico Diario la ocurrencia. La escena está compuesta por cuatro (04) teléfonos, “hablando al mismo tiempo”, como indica al rúbrica del autor (RODRÍGUES, 2004, p. 90): ellos le pertenecen a Pimienta, al redactor del Diario, al Carioca – reportero y al redacto de La noche.

En ese dialogo rápido y entrecortado, donde se percibe la urgencia de los dos (02) periódicos para publicar la noticia del desastre, es posible notar la influencia del punto de vista de ciertos funcionarios de la prensa sobre el contenido de sus publicaciones. Eso queda subentendido cuando Pimienta emite su opinión sobre la apariencia física de la víctima: “Bonita, bien vestida” (RODRÍGUES, 2004, p. 91) Al

mismo tiempo, es perceptible la necesidad de anticipar los acontecimientos, para que el propio diario esté al frente de su competencia en la rapidez de la información:

REDACTOR DE *LA NOITE* – ¿Murió?
CARIOCA-REPORTERO – Todavía no. Pero va.
(RODRÍGUES, 2004, p. 91)

Esos dos (02) factores interfieren directamente en el producto que es vehiculado al lector del periódico, puesto que la interpretación de los hechos por parte del periodista y la necesidad de anticipar los acontecimientos futuros pueden comprometer la veracidad de la noticia. Así, la prensa, aunque bajo una aparente imparcialidad, no puede omitirse a una representación apenas parcial de los hechos, ocasionado por la intención de publicar la noticia con anticipación y de no conseguir huir al juicio de los elementos en ella envueltos.

Por otro lado, el periódico no es sólo un medio de informar. Cuando una lectora se dirige al redactor identificándose como una testigo del accidente, lo que ella intenta no es prestar un testimonio que aclare el caso (ni es solicitada a que lo haga por parte del redactor, que es el primero en colgar el teléfono), sino para reclamar la conducta de los conductores. Esa escena evidencia otra función de la prensa: da voz a las causas públicas. Aunque esté implícita en el diálogo la mala voluntad del redactor para atenderla a su lectora (puesto que él evita sus argumentos colgando el teléfono), la mujer, al llamar para la redacción del periódico, tiene la intención de ver su reclamo publicado, y de eso se desprende la existencia de un hábito de la prensa de atender a esa especie de pedido de sus lectores. El Diario, sin embargo, no es un diario que acepte cumplir esa función; no interesa a su propuesta la publicación de la insatisfacción popular, sino apenas la función informativa. Se diría que el Diario es un periódico dedicado a causar repercusión a través del discurso, y no a publicar la repercusión que la noticia causó. De esa manera, él se transforma en un mediador entre el acontecimiento y el público, garantizando su primacía sobre los lectores en el conocimiento de los hechos y estableciendo su importancia social en la divulgación de los mismos.

Así, la prensa representada por Nelson Rodrigues en *Vestido de novia* tiene como legítimo, por la población, su poder de instaurar verdades en el grupo social, pues, por su conocimiento previo (o presupuesto) de los acontecimientos, es a ella que la sociedad recurre para informarse. Por otro lado, es paradójicamente, al intentar anticipar los hechos y al dejar que la imparcialidad sea perjudicada por opiniones particulares, la noticia que se lee en el periódico no podría, *a priori*, ser considerada verdadera. Su

veracidad sólo se realiza a partir del momento en el que el grupo social toma una representación creada por la prensa como una narrativa fiel de los hechos. En *Vestido de novia*, por lo tanto, la ciudad depende del poder de enunciación de la prensa para distinguir verdades y mentiras en el grupo social, aunque esa distinción esté basada, apenas, en la creencia. De acuerdo con Pesavento, “lo imaginario, como sistema de ideas e imágenes de representación colectiva, tendría la capacidad de crear lo real” (2002, p. 8). A través de la representación de la sociedad en el discurso periodístico, la prensa cumple ese papel.

Además de esto, el periódico le confiere distinción a quien toma parte en los reportajes, como se observa en el diálogo entre Madame Clessi, ya muerta, y Alaide, en el que las personajes se refieren a la noticia del asesinato de la primera:

ALAIDE (*abstracta*) – Fui a la biblioteca a leer todos los diarios del tiempo. ¡Leí todo!

CLESSI (*transportada*) – ¡Colocaron cada anuncio sobre el crimen! ¡Hubo un periodista que escribió una cosa muy bonita!
(RODRÍGUES, 2004, p. 95)

Se observa en el parlamento de Clessi un indescifrable orgullo por haber sido parte de la noticia, aunque sea como víctima de un crimen. Por consiguiente, de la misma forma que la sociedad legitima el poder de enunciación del vehículo periodístico, por medio de la credibilidad que le atribuye, también promueve la distinción de aquel que forma parte en el discurso publicado por él. Luego, el periódico no apenas distingue lo que es verdad de lo que es especulación, sino también, a través de la fama adquirida por los individuos nombrados en las noticias, establece un criterio de diferencia social, que no se relaciona con el criterio moral que separa las noticias buenas de las malas. La fama se instituye al margen de la moralidad, de manera que hasta la víctima de un crimen puede enorgullecerse de la distinción recibida a través del periódico.

Sin embargo, el criterio de moralidad es el que puede suscitar una u otra faceta del poder de la prensa en el medio urbano, el cual se confunde con el poder de policía. Así, el sensacionalismo en torno de una posible inmoralidad hace que la investigación periodística acerca de un acontecimiento venga a anticiparse a la investigación policial. En *El beso en el asfalto*, el periodista Amado Ribeiro instiga al comisario Cunha a efectuar la prisión de Arandir y a explorar el hecho en el diario como publicidad a favor de los dos. El caso se da en el inicio de la pieza, y el poder de influencia del periodista

queda implícito ya en la primera acción del comisario, cuando el detective Aruba anuncia la llegada del periodista a la comisaría.

ARUBA (*ansioso y exultante*) – ¡Amado Ribeiro está allá bajo!
(*Cunha, que estaba sentado, da um salto. Da la vuelta a la mesa.*)
CUNHA – ¿Allá abajo?
(RODRÍGUES, 2004, p. 59)

El desconcierto de Cunha es explicado cuando el texto revela que Amado –que es descrito teniendo la apariencia de un “sinvergüenza dionisiaco”- había antes escrito sobre una violencia cometida por el policía contra una mujer embarazada:

CUNHA (*triumfante*) – Una bofetada. Ella abortó, no sé por qué. Mala suerte. Ahora lo que yo no admito. No admito, tiene que saberlo. Que yo sea avergonzado, que reciba una burla por causa de un chiquilín, de un ¡canalla como usted! ¡Canalla!
AMADO (*con triunfal descaro*) – ¡Yo no me ofendo!
(RODRÍGUES, 2004, p. 60)

Existen, subentendidos en ese diálogo, algunos presupuestos para que se entienda la relación entre la policía, la prensa y el papel desempeñado por esas dos instituciones, de forma que se puede verificar una determinada visión del espacio urbano en el teatro rodrigueano. La representación que se lee en el texto, tanto de la policía como de la prensa, es negativa, pues los profesionales que en ellas actúan no cumplen las leyes que las rigen: el comisario hiere la ley al agredir a una mujer embarazada y provocarle el aborto, mientras que el periodista, con su “triumfal descaro”, se muestra inescrupuloso al querer inducir al comisario a la corrupción.

El asunto de la conversación que sigue es la represión a un individuo (Arandir) que besó a un desconocido cuando éste estaba en la hora de la muerte. Eso hace posible la conclusión de que la actuación represora de la policía es legitimada por el grupo social, pues está de acuerdo con la defensa de valores morales que dogmatizan la homosexualidad. Es ese factor el que permite la presencia de Amado en la comisaría y su intento de convencer al comisario a que participe de su plan para promover un escándalo periodístico; un escándalo que, al mismo tiempo, es condicionado por la creencia, por parte de la sociedad, en una moralidad que fue transgredida por el acusado. La policía, a partir de esa creencia, es el agente represor de la inmoralidad, aunque el comisario mismo se comporta de forma inmoral. Por otro lado, la prensa asume nuevamente las características analizadas en *Vestido de novia*, es decir, la institución de la verdad en el grupo social y la defensa de los intereses populares; sin embargo, en *El beso en el asfalto*, el periodista es un promotor de escándalos, que tiene

el poder del discurso legítimo, pero lo utiliza en beneficio de su carrera. De esa forma, las verdades que el vehículo periodístico instituye toman como base la moralidad para contrariarla, de forma que pueda lucrar con la venta de diarios. Así, la prensa teje un discurso sobre la inmoralidad, a favor de la moral.

En el interrogatorio a Arandir, el comisario Cunha y el periodista Amado casi se confunden en el papel de agente represor. Amado ordena que el interrogado se siente, reitera las preguntas del comisario y hasta utiliza las frases intimidatorias: “¿Con miedo, muchacho?” (RODRÍGUES, 2004, p. 67). A cierta altura de la conversación, el periodista pasa a ser el principal interrogador, mientras la voz del comisario casi desaparece del texto:

AMADO – ¿Hace cuánto tiempo que conocía al tipo ese?
ARANDIR – ¿A qué tipo?
AMADO – El muerto.
ARANDIR – No lo conocía.
CUNHA – ¿Qué chiste es ese?
AMADO (*al comisario*) – Cunha, un momento. Un instante. ¡Por favor, muchacho! ¡Mírame! En el local, yo te pregunté si eras pariente de la víctima.
ARANDIR – No soy.
AMADO – Vamos por partes. No es pariente. ¿Amigo?
(RODRÍGUES, 2004, p. 68)

El periodista, así, puede asumir la función inquiridora del comisario, aunque ante la presencia del mismo. Amado, entonces, le pide permiso al policía (“Cunha, un momento”) y, enseguida, lo deja fuera del diálogo, de tal manera que hasta sistematiza su método de obtener informaciones: “Vamos por partes”. Después de eso, el periodista monopoliza el cuestionamiento al acusado, mientras que el comisario Cunha se limita a comentar las respuestas de Arandir. De ese modo, al mismo tiempo en que la tragedia de Nelson Rodríguez represente la precedencia de la prensa sobre la policía en apurar los hechos de orden policial, también pone en escena un contexto social urbano, en el que la información impresa en los periódicos puede preceder el conocimiento de los acontecimientos por las instituciones a las que les corresponde investigarlos.

Amado Ribeiro también asume el papel del comisario cuando, acompañado por el detective Aruba, comparece al velorio del atropellado para entrevistar a la viuda. Al fingir ser miembro de la policía, él se confiere a sí mismo el derecho de la urgencia policial, lo que justifica delante de la sociedad el hecho que él vaya a llamar a la viuda en el momento en el que el cajón está casi pronto para ser cerrado. Declarando conocer todo de la vida de la señora y amenazándola de violencia física, el periodista intenta

hacer que ella confiese que tenía un amante, y que el marido mantenía relaciones homosexuales con Arandir. El periodista, en esta situación, hace uso del poder de la policía y también del poder de la prensa, puesto que, para instaurar la verdad de su discurso, no vacila en modificar la propia realidad, haciéndola falsa para que su discurso sea verdadero. Socialmente, por lo tanto, la mujer pasaría a ser considerada una adúltera y su marido un homosexual, lo que vendría a corroborar la versión de los acontecimientos que el periodista mantenía en su página periodística.

A partir de eso, se puede afirmar que el diario funciona en esa colectividad como un creador de mitos, a los que la sociedad les otorga su creencia, de modo que, con el pasar del tiempo, ellos serán más importantes que los hechos que les dieron origen. De acuerdo con Baczkó, “en las mentalidades, la mitología nacida de un acontecimiento a menudo prevalece sobre el acontecimiento mismo” (1991, p. 12) A través del mito creado por la prensa en torno de la historia familiar de Arandir y de la importancia conferida al acontecimiento, se refuerza el código moral, al mismo tiempo que se provoca el escándalo en torno de la historia y, como consecuencia, se corrobora la credibilidad a favor del vehículo periodístico.

Por su parte, la ciudad que se vislumbra en esta escena es un agrupamiento social donde los poderes se confunden y, con ellos, su legitimación. A partir del momento en el que Amado Ribeiro finge ser un policía, él asume las funciones y los poderes de la policía, de manera que pasa a ser respetado como tal. A él le es dado el derecho de interrumpir un entierro y de amenazar a una testigo. A partir de ese punto de vista, lo urbano pasa a ser la instancia en la que la sociedad no distribuye de manera eficaz los poderes, de forma que el propio grupo social, personificado en la escena por la viuda, es amenazado por la confusión de papeles que el mismo legitima.

En *El beso en el asfalto* se observa, además, la euforia del periodista por la credibilidad de su discurso, pues eso caracteriza el poder de la prensa en la ciudad y, al mismo tiempo, la autoridad del periodista. En la escena en la que acontece el encuentro entre Amado Ribeiro y Aprigio, el suegro de Arandir, el periodista confiesa la invención del discurso que es publicado por el periódico, y tomado como verdadero por los lectores:

Coloqué que tu yerno tropezó en el muchacho (*triunfante*). ¡Pero no tropezó! Ahí que está. No tropezó. (*lento y taxativo*). Tu yerno empujó al muchacho, el amante, debajo del colectivo. Asesinato. ¿O no es? (*maravillado*) Aprigio, ¡la pederastia hace

vender diarios a montones! Publicamos, hoy, están rodando, ¡trescientos mil ejemplares! ¡Crímen, papita!
(RODRÍGUES, 2004, p. 96)

Y, cuando Aprigio le pregunta si el periodista tiene certeza de lo que afirma, el mismo demuestra total desinterés por la veracidad del relato periodístico, importándose apenas con la venta del periódico: “¡No sé! Certeza, propiamente. La única cosa que sé es que estoy vendiendo diarios como agua. Para caramba” (RODRÍGUES, 2004, p. 97)

La venta del periódico no le importa a Amado como una garantía financiera. Él hasta refuta, de antemano, un posible soborno, declarando que solamente se vendería a cambio de una mujer (ya haciendo alusión a las bellezas de Selmita, la hija de Aprigio). Sin embargo, en lo que concierne al suceso del periódico junto al público, el interés del periodista es la instalación del discurso verdadero, a fin de ser merecedor de todo el respeto y el poder consecuentes de esa autoridad: “¡Pero paré la ciudad! ¡Sólo se habla del “Beso en el asfalto”! ¡Ellos tienen que respetar! ¡Tienen que respetar! ¡Yo no doy importancia! ¡No doy pelota!”(RODRÍGUES, 2004, p. 97) Ellos, en las palabras del periodista, es un sujeto indeterminado, puesto que el pronombre comprende un número mayor de personas que el de los lectores del periódico. Cuando la noticia comienza a circular, se transforma en parte del sentido común, haciendo que la sociedad en general deposite confianza en la veracidad del discurso periodístico y, como consecuencia, le confiera al periodista la distinción social que anhela.

La crítica a la actuación de la prensa, en esta escena, no está solamente en los parlamentos de los personajes, sino también en la descripción de Amado Ribeiro, que aparece sin saco, con la camisa afuera de los pantalones, una botella de cerveza en la mano y, de acuerdo con la rúbrica del autor, “en la mejor de las hipótesis, semi borracho” (RODRÍGUES, 2004, p. 95). Durante el diálogo, el periodista cambia muchas veces de humor, siendo que, en un único parlamento, se da la indicación de cinco emociones diferentes: exultante y feroz, riendo, feliz, triunfante, lento y taxativo, maravillado (RODRÍGUES, 2004, p. 96) Esa imagen miserable del periodista, con su inquietud y su borrachera, es una forma de representar cómo el papel que la prensa asume en el medio urbano puede des-caracterizar la humanidad del individuo. Mientras el profesional, por un lado, deja de lado los valores humanitarios en nombre de la distinción que su actuación periodística puede conferirle, por otro lado, la sociedad que lo legitima es amenazada por su autoridad, que tiene el poder de transformar la difamación en verdad indiscutible en el grupo social.

Ya la ciudad, por su parte, toma la forma de una construcción imaginaria que, por los discursos publicados por los medios de comunicación, se hace real apenas a través de la aceptación de las verdades que la prensa instituye. Sin embargo, es a partir de estos discursos que la urbanidad construye sus sentimientos, pensamientos y anhelos, pues determina cómo y a quién se debe juzgar y condenar, a quién es necesario temer y a quién es preciso respetar.

Como creadora de mitos, la prensa puede, también, ser vista como el vehículo por el cual un individuo se transforma en símbolo de algo presente en el imaginario colectivo. Se puede observar ese aspecto de la representación en la tragedia *Boca de oro*, en la que el personaje del título es socialmente reconocido, no por su individualidad, sino por el mito creado por los medios de comunicación. El límite entre el individuo “Boca de oro” y el mito creado a partir de éste se da, simbólicamente, cuando el secretario del periódico *El Sol* recibe, por teléfono, la noticia de la muerte del criminal. Después de eso, “Boca de oro” pasa a ser, apenas, un conjunto de relatos sobre sus crímenes, o sea, el personaje no participa de ninguna escena, sino a partir de las historias contadas por otros personajes.

En ese contexto, la prensa asume la función investigadora, buscando a las personas que presenciaron los crímenes o participaron de las historias que involucran al bandido; sin embargo, los acontecimientos son doblemente filtrados: primero, por la memoria y por los intereses de los testigos y, después, por las intenciones del periódico. Así, antes de designar al periodista Caveirinha [Calaverita] para entrevistar a Guigui, ex amante de Boca de oro, el secretario llama por teléfono al director del periódico, a fin de saber cuál es la posición ideológica del vehículo sobre la muerte del criminal, aunque el periodista haya recordado que el diario elogió al marginal el día anterior. El director, por su parte, adoptando la posición opuesta, le indica al secretario hasta incluso algunas expresiones que serán usadas para establecer un discurso contrario a Boca de oro, como es posible observar en el parlamento del secretario al teléfono: “Dr. Pontual, ¿*El Sol* es contra o a favor de Boca de oro? ¡No oí! Sí, sí, contra... perfectamente. Contraventor, claro, entiendo. Chancro social. Buenas noches, Dr. Pontual”. (RODRÍGUES, 2004, p. 198) Queda sobreentendido, por lo tanto, que esa prensa no tiene compromiso con la imparcialidad, sino que tomar el partido que le es más conveniente en cada situación, pudiendo cambiar de idea delante de cualquier nuevo acontecimiento que se presente.

Por tener, de antemano, tomado informaciones con el secretario sobre la posición del periódico en relación a la figura de Boca de oro, el periodista Caveirinha, al

entrevistar a Guigui, permite que ella emita su opinión sobre el bandido, sabiendo que su punto de vista será adecuado al discurso que el diario quiere publicar:

D. GUIGUI (*en una brusca alegría*) – ¿Puedo rebajarlo, destruirlo?
CAVEIRINHA – Pero, ¡lógico! ¡Natural!
(RODRÍGUES, 2004, p. 201)

Sin embargo, él probablemente no tendría el mismo interés, y la entrevista sería conducida de otra forma si fuese diferente a la opinión del periódico, como es posible leer en este trecho del mismo diálogo, cuando la ex amante del marginal todavía ignora su muerte:

D. GUIGUI – (...) ¿y ustedes publican todo lo que yo diga?
(...)
CAVEIRINHA – ¡Bajo mi palabra de honra!
D. GUIGUI – ¡Lo dudo! Él [Boca de oro] les da dinero a periodistas, ¡a políticos! ¿No es verdad?
(RODRÍGUES, 2004, p. 201)

El compromiso con la moralidad es, entonces, subvertido en función de intereses financieros oscuros de algunos profesionales de la prensa. De ese modo, el escándalo provocado por los crímenes que se publican en el periódico cubre un juego de intereses que acaba por favorecer a los corruptores, los que les pagan a quienes tienen el poder de decidir lo que será publicado, a fin que los mismos publiquen noticias que les sean favorables. En el texto rodrigueano, eso explica el por qué la muerte de Boca de oro (que, de acuerdo con D. Guigui, daba dinero a periodistas) hace que el diario pase a representarlo de manera negativa.

En lo que se refiere a los intereses políticos, el segundo acto deja ver cómo un acontecimiento que no fue debidamente investigado hizo que la sociedad, en su imaginario, elija culpados para el crimen. Después que Guigui le relata a Caveirinha el asesinato de Leleco por Boca de oro, el periodista percibe que se trata de un hecho conocido, pero no apurado, ni por la policía ni por la prensa:

CAVEIRINHA – ¡Espera! (*al fotógrafo*) Escucha, ¿ese crimen no es aquél?
FOTÓGRAFO – ¿Cuál?
CAVEIRINHA (*para d. Guigui*) – ¡Es, sí! (*al fotógrafo*) Oh animal, ¡aquél! Hasta tú sacaste fotografías. ¡Sacaste, sí! (*para d. Guigui*) Descubrieron un cadáver en los montes de Tijuca y le colocaron la culpa a los comunistas.
D. GUIGUI – ¡Eso! ¡Los comunistas se llevaron la fama!
(RODRÍGUES, 2004, p. 216-217)

De ese diálogo se desprende que los comunistas, para el imaginario urbano, representan una amenaza para la moralidad. Por eso ellos son considerados responsables por el asesinato de Leleco, aunque no haya una investigación que lo compruebe. En ese aspecto, la prensa tiene una parte de la responsabilidad, en la medida en que ella es instituida del poder de establecer verdades y mentiras en el grupo social y, sea por confirmar las sospechas no apuradas de la opinión pública, sea por omitirse a considerar el asesinato sin solución en las páginas del diario, estimuló para que se formase en el imaginario de la ciudad una imagen negativa de los comunistas, lo que acabó favoreciendo los intereses políticos de grupos adversarios.

Comprometerse políticamente y poder cambiar de opinión fácilmente, sin prejuicio de su credibilidad, hacen de *El Sol* un periódico con características urbanas, pues la ciudad es el local en el que las disputas políticas son más fuertes, y la rapidez con la que se conocen los nuevos acontecimientos exige una tomada de posición urgente por parte de los medios de comunicación, a fin de conseguir publicar rápidamente su discurso ideológico y ganar la adhesión de sus lectores a las opiniones que defienden.

Otra característica atribuida a la prensa en la pieza es el sensacionalismo. Corroborando el intento de defender la moralidad por medio de una súper exposición de lo inmoral (así como la prensa de *El beso en el asfalto*), en la última escena de *Boca de oro*, cuando es revelada la identidad de la asesina del criminal, se mantiene un diálogo entre el periodista Caveirinha y un locutor de la radio Continental. Los dos están al vivo en un programa radiofónico que, en aquel momento, noticia las visitas que el pueblo realiza al cementerio, a fin de ver el cadáver de Boca de oro. Caveirinha, que hace poco había llegado de su entrevista con Guigui, es mucho más informado por el locutor sobre los detalles del asesinato que propiamente entrevistado.

En la referida escena, el sensacionalismo del locutor es construido a partir de un discurso repleto de una “pomposa sub-literatura”, como indica la rúbrica (RODRÍGUES, 2004, p. 256). En ese discurso, hay lugar para vicios de lenguaje (“¿por qué no decir?”), epítetos al difunto (“el Al Capone, el Drácula de Madureira, el don Quijote del juego ilegal”), antítesis (“el hombre que mataba con una mano y daba limosnas con la otra”) y graduaciones (“una fila doble que se alarga, que serpentea, que ondula”) (RODRÍGUES, 2004, p. 256), todo con el objetivo de adornar el discurso. Además de esto, el locutor emite su opinión sobre el crimen e intenta persuadir a Caveirinha para que concuerde con ella:

¡Es una paradoja! Un hombre existe, un hombre vive por causa de una dentadura de oro. Matan a ese hombre y encima se llevan, todavía ¡le roban la dentadura de la víctima! (*casi agresivo*) ¡Paradoja, ‘Caveirinha’! Creo eso es un requinte, ¡un requinte! – peor que las 29 cuchilladas.
(RODRÍGUES, 2004, p. 256)

Ese discurso, por lo tanto, no tiene la pretensión de aparentar imparcialidad; al contrario, su intención es conquistar la adhesión del público por medio de la opinión explícita, del lenguaje pomposo y, incluso, de la intimidación del entrevistado en consecuencia de la creciente agresividad del entrevistador. El objetivo del discurso es el mismo que el del diario *El Sol*: el reconocimiento público de su autoridad en la enunciación, de manera que el juicio emitido por el locutor sobre los hechos se transforme, también, en la opinión de los oyentes, y él sea tomado como una voz de acuerdo con los intereses populares, aunque sea su discurso el que, por influenciar el imaginario, acabe determinando esos intereses en la colectividad.

A partir del análisis de la presencia de los periódicos *Diario* y *La noche*, en *Vestido de novia*, del periodista Amado Ribeiro, en *El beso en el asfalto* y del periódico *El Sol* y de la radio Continental, en *Boca de oro*, se puede vislumbrar una caracterización de la prensa que le atribuye prácticas que incluyen, además de su función informativa, la propagación de ideas vinculadas a determinados intereses económicos y políticos. Es una prensa que investiga los hechos cuando los mismos pueden corroborar su discurso ideológico, pero que se abstiene de la investigación cuando ella amenaza perjudicar sus intereses (como en el crimen de Boca de oro atribuido a los comunistas). Entonces, bajo una aparente intención de dar voz a las causas públicas, la prensa expresa su propia ideología, de manera que los lectores empiezan a ser influidos por su discurso. Paradójicamente, sin embargo, el público cree en los medios de comunicación como representantes de sus intereses. De ese modo, la prensa tiene legitimada su autoridad de instaurar verdades en el grupo social, así como de otorgar una distinción social a sus profesionales y a quien forma parte de la noticia.

En la ciudad que se vislumbra a partir de esa representación, la prensa crea mitologías a partir de los hechos y opiniones que enuncia, de forma que interfiere en el imaginario social y, como consecuencia, en las prácticas del cotidiano colectivo. Se configura, así, un espacio urbano moralmente conservador, porque espantado con las inmoralidades noticiadas diariamente. Por su parte, la sociedad que lo construye, al prestar credibilidad y legitimación a las prácticas de la prensa, es también víctima de

esas prácticas, teniendo en cuenta que ella no distingue de manera eficaz los poderes de las instituciones, permitiendo que los medios de comunicación interfirieran en las funciones policiales a fin de corroborar sus discursos ideológicos. Así, la legitimación que la ciudad le otorga al poder de la prensa, en las tragedias de Nelson Rodrigues, va mucho más allá de la credibilidad a la información; al legitimar sus prácticas, el grupo social acaba legitimando su propia dominación ideológica.

Traducción al español:
Prof. Dr. Milton Hernán Bentancor

Referencias

BACZKO, Bronislaw. Imaginação social. In: *Einaudi*, n. 5. Lisboa, volume Anthropos-Homem, 1986. p. 296-332.

BACZKO, Bronislaw. *Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1991.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. In: *Revista Famecos*. n. 15, p. 74-82. Porto Alegre, agosto/2001.

PESAVENTO, Sandra J. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*. 2.ed. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2002.

RODRIGUES, Nelson. *Teatro completo*. 2.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2004.