

Uma Breve Reflexão Ética sobre o Homem-Aranha e o Super-Homem

Pedro Luiz de O. Costa Bisneto
01 de Outubro de 2007

Sumário

Introdução	2
Homem-Aranha e Super-Homem	2
A utopia midiática do Super-Homem	5
Referências	6

Introdução

Para esta pequena reflexão sobre ética, deixaremos de lado um pouco da abordagem científica para nos deixar levar pelo mundo mágico do cinema, para isso, utilizaremos três seqüências de duas películas¹ com objetivo de tecer considerações sobre o tema. As duas películas apresentadas contam a história de dois super-heróis, o *Homem-Aranha* e o *Super-Homem*, que se popularizaram através das histórias em quadrinhos até se projetarem na grande tela do cinema, tornando-se dois dos maiores *blockbusters* do gênero. Nesse exercício, vamos focar a questão da ética de ambos os heróis em relação à *mídia* e ao *jornalismo*.

Homem-Aranha e Super-Homem

A idéia de utilizar os super-heróis Homem-Aranha e Super-Homem baseia-se no fato de ambos nos remeterem a questões éticas diretamente ligadas ao jornalismo. Em primeiro lugar, os ideais de ambos expressam diversos valores éticos, representam ideais humanitários, libertários e do Bem, tais como justiça, igualdade, universalidade, de subserviência à coletividade e de uso responsável do poder, ou do *não* uso do poder como um obstáculo ao destino da humanidade e dos interesses universais – o uso positivo da *liderança* – inclusive a moral de cunho religioso traduzida pela escolha do Bem em detrimento ao Mal possui forte apelo nesses heróis. Os ideais que delineiam esses personagens, a figura do *herói* que ambos representam, as quais dispensam uma profunda análise mitológica para serem destrinchadas, reconta e mantém vivos diversos ideais, muitos deles, éticos, comuns tanto no cotidiano atual quanto no transcorrer de boa parte da história humana. São valores que cerceiam e se conectam a ética da mídia e o seu poder comunicacional, a mídia como o 4º poder, uma entidade do mundo atual. Outro fato importante é tratarmos de ideais que não se escondem em livros teóricos ou dentro de academias apenas, mas que fazem parte do saber comum, do senso comum, de ideais que se propagam pela *cultura de massa*. Valores aspirados e vividos pela sociedade atual através de diversas formas, sendo os quadrinhos e o cinema algumas delas. Nesse sentido, o cinema é uma mídia que sempre apresentará, enquanto produção cultural, diversas questões relativas à ética nos mais diferentes aspectos imaginários (tanto em seus filmes, quanto na própria questão da indústria cinematográfica, que implica uma grande reflexão, além de ética, mercadológica e ideológica).

Não só a ética relaciona a presença desses super-heróis neste exercício, mas também a falta dela, especialmente quando examinamos os personagens humanos dessas histórias, afinal, os alter-

¹ Em CD anexo.

egos do Homem-Aranha e do Super-Homem, Peter Parker e Clark Kent respectivamente, trabalham em grandes jornais, o primeiro como fotógrafo (no *Clarín Diário*) e o segundo como repórter-jornalista (no *Planeta Diário*). Ambos conseguiram emprego em seus jornais tirando vantagem de seus super-poderes, o que pode ser considerado antiético de certa forma, embora esteja embutida uma missão de intuito humanitário nessa ação. O fato de ambos os heróis escolherem trabalhar em jornais também questiona o *mito* do jornalista e o seu papel dentro da sociedade. A cobertura desses jornais sobre a vida desses heróis traz reflexões que tangem o escopo deste exercício, até poderia ser o foco de um estudo focado exclusivamente nesse ponto. A figura do empregador, o chefe de ambos os heróis vai fazer parte da vida deles e seus alter-egos, que são os donos dos jornais onde trabalham. A questão da ética desses editores ou da falta dela – especialmente do chefe de Peter Parker, J. J. Jameson, que perseguirá o Homem-Aranha durante toda a sua vida – é constantemente abordada nas histórias desses personagens, servem de estereótipos que nos mostram características diretamente ligadas ao mundo do jornalismo impresso e do *mass media* em geral, trazem valores e condutas que casam com muitas das reflexões que tangem a ética jornalística como aparato de reflexão e entendimento de sua prática. Conforme veremos nos exemplos a seguir.

Na primeira cena do filme do Homem-Aranha (disponível na URL: <https://youtu.be/7RxAr5lfoC4>), Peter Parker está observando um desenho em seu caderno com a imagem tradicional do super-herói, subentende-se que foi a partir dessa criação que o alter-ego desenvolve o tradicional uniforme do Aranha. Mas o que importa na cena são as palavras de seu falecido tio que vem a mente de Peter enquanto observa a imagem no caderno: “Um grande poder traz uma grande responsabilidade. Lembre-se disso, Peter, lembre-se disso”.

Se fizermos uma analogia dessa frase com o poder da mídia, concluímos que o poder da mídia traz uma grande responsabilidade para com a sociedade, para os receptores, o público de um modo geral. Entendemos que, em termos de ética, essa responsabilidade para com a sociedade permeia e deve ser praxe para todos os órgãos de mídia que veiculam mensagens, especialmente os grandes veículos de massa, inclusive os privados. Em termos éticos, é fato que veículos de rádio e TV têm obrigação intrínseca de servirem aos interesses do público com informação e opinião isenta de outros interesses que não sejam o bem comum, e visão apolítica da cena pública para que os receptores tenham condições de discernir e formar sua própria visão dos interesses comuns que tangem a vida em sociedade, pois se tratam de concessões governamentais. Entretanto, pelo ideal exposto na frase do filme do Homem-Aranha, entendemos que esse dever se aplica a todos os órgãos de mídia, sejam concessões públicas ou oriundos da iniciativa privada, pois ao se dirigirem a sociedade, têm uma grande responsabilidade sobre os temas que veiculam e concernem ao interesse dos cidadãos que absorvem suas mensagens.

Um exemplo disso está nos grandes jornais impressos, que se tratam de iniciativas privadas, portanto, alinhados aos interesses de seus donos ou acionistas, estes que detêm todos os meios da cadeia produtiva do veículo, das prensas, dos funcionários e jornalistas que empregam e dos distribuidores de seu produto que contratam. Uma vez que detêm o meio, seria direito do veículo emitir mensagens ao seu bem entender, entretanto, cremos que, mesmo neste contexto, os veículos privados têm uma grande responsabilidade com o poder comunicacional que detêm. Essa responsabilidade deve ser medida pelos valores éticos da sociedade e, no caso dos jornais impressos, também por meio da ética jornalística.

Todavia, conforme analisaremos na cena seguinte do filme do Homem-Aranha, através de alguns clichês típicos da linguagem cinematográfica, sobretudo hollywoodiana, percebemos que esta não é uma prática que permeia os veículos de mídia, os quais, na maioria dos casos, são alinhados com os interesses de seus donos e/ou de seus anunciantes.

Na segunda cena do filme do Homem-Aranha, o editor-chefe do jornal *Clarín Diário* J. J. Jameson está criticando a matéria de capa da edição anterior que destaca o famoso super-herói sob a manchete: “Quem é o Homem-Aranha?”. Na opinião de Jameson, um criminoso, um justiceiro, uma ameaça pública. A cena gira em torno da crítica de Jameson ao Homem-Aranha e da bronca em seus subordinados por tê-lo destacado como um herói. Entretanto, o que chama atenção nesta cena é a ênfase na mudança de postura de Jameson, que a princípio achava uma afronta a presença do Homem-Aranha na *sua* primeira página (como ele próprio se expressa), até quando soube que tal edição tinha esgotado as vendas, então o editor pediu que se publicasse outra foto do Aranha na primeira página da edição seguinte do jornal. Cena que mostra a importância do editor na questão financeira das empresas de mídia que, além do que comentamos, busca valorizar o conteúdo mais “vendável” – nota-se no *background* desta cena que Jameson está palpitando sobre a negociação de espaço publicitário em seu jornal, na qual revela em parte como o valor da notícia e do anunciante equivale a determinadas páginas de destaque no veículo em detrimento da notícia que é veiculada.

Em suma, identificamos duas linhas de interesse que delineiam as editorias de um jornal, o interesse do dono, e o interesse financeiro. Deve-se considerar que esta cena, por mais que seja fictícia, expressa a realidade editorial dos grandes veículos privados que, longe do ideal do Homem-Aranha, em primeira instância, sua responsabilidade é para com seus próprios interesses, sejam esses ideológicos, publicitários e/ou financeiros.

A utopia midiática do Super-Homem

A cena do filme *Superman* (1978) amplia a reflexão sobre o valor ético levantado nos parágrafos anteriores em relação ao Homem-Aranha. Tomamos as falas do personagem Jor-El interpretado pelo ator Marlon Brando ao se dirigir a seu filho Kal-El, o super-homem, como uma interpretação do papel da mídia para com a sociedade (cena disponível na URL: <https://youtu.be/DX95kac6tBY>).

Kal-El convida seu filho para uma viagem aos confins do tempo e do espaço, e fala dos grandes poderes que ele detém mas ainda não sabe – um detalhe que poderia ser associado às novas mídias através do exercício de reflexão que nos trás essa cena, um meio cujos limites de seu poder comunicativo ainda são desconhecidos –, sobretudo, Kal-El chama atenção para a responsabilidade que Jor-El detém sobre o povo terráqueo como inspiração e liderança, e seu dever de servir a coletividade e guiá-la pelo caminho do *bem* – que em nossa analogia ao mundo real podemos interpretar como o *bem-comum*, o mesmo que deve guiar os órgãos de mídia, especialmente os jornalísticos. Além de convocar seu filho para sua missão para com o povo da Terra, Kal-El enfatiza à Jor-El que lhe é proibido interferir na história da humanidade, mais um ideal de cunho ético que pode ser associado à mídia, cujo dever é informar e conscientizar o público para que este escreva a sua história, e não tentar moldar a informação em prol de interesses financeiros, ideológicos ou políticos, dessa forma interferindo no palco público, alterando sua história. Com esses valores esclarecidos por seu pai, enfim o super-homem está pronto para servir a coletividade e assim inicia sua missão.

Naturalmente, uma associação entre o poder e a responsabilidade representada por um personagem como o Super-Homem com a mídia, trata-se de uma comparação injusta. A analogia entre o poder e a responsabilidade que ambos detém para com a sociedade faz sentido, mas acreditar que a mídia desempenha para com a humanidade o mesmo *agir ético*, seja do Super-Homem, do Homem-Aranha ou de outro grande mito contemporâneo similar, do gibi ou do cinema, é pura utopia.

Referências

BUCCI, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. SP: Cia das Letras, 2000.

Superman. Dir. Richard **Donner**. E.U.A.: Warner Brothers, 1978.

The Spider-Man. Dir. Sam **Raimi**. E.U.A.: Columbia Pictures, 2002.

VALLS, Álvaro L. M. *O Que é Ética?* São Paulo: Brasiliense, 1996.

WIKIPEDIA. *A Enciclopédia Livre*. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Brasil>, 28/09/2007.

YOUTUBE, *Brasil*. <https://www.youtube.com>, 28/09/2007.