

## De marginal a herói pela lente da imprensa: uma análise do discurso jornalístico nos filmes *Os Incríveis 1 e 2*<sup>1</sup>

Daniel Lyra Pinto de Queiroz<sup>2</sup>

Marta Cardoso de Andrade<sup>3</sup>

Universidade Salvador (UNIFACS) Salvador, BA

### RESUMO

Neste trabalho, averiguou-se a construção do discurso jornalístico nos filmes *Os Incríveis* (2004) e *Os Incríveis 2* (2018) da *Disney* em parceria com a *Pixar*. Nessas produções, interessou saber como foi construída a narrativa fílmica, com apropriação do discurso jornalístico. Uma análise comparativa igualmente foi feita entre as duas produções, com o intuito de verificar a construção do *ethos* discursivo. Para tanto, empreendeu-se uma pesquisa bibliográfica e eletrônica, a fim de versar sobre os compêndios teóricos relativos ao tema, assim como uma documental, para catalogar e destacar partes relevantes das produções cinematográficas a serem analisadas. A metodologia utilizada foi da Análise do Discurso, de linha francesa. Ao final, foi possível identificar o *ethos* discursivo da imprensa nos dois filmes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Análise do Discurso; Jornalismo; Disney; Pixar; Os Incríveis.

### INTRODUÇÃO

As salas de cinema brasileiras receberam, em dezembro de 2004, um filme que contava a história de uma família de super-heróis. A produção, denominada de *Os Incríveis* (2004), foi resultado de uma parceria da *Disney* e da *Pixar*, rendeu US\$ 633 milhões a esses estúdios e foi indicada a dois *Oscars*, sendo a vencedora da estatueta de *Melhor Filme de Animação*.

A “super” unidade familiar apresentada é composta por: *Senhor Incrível*, o pai, que tem como poder a força sobre-humana; *Mulher Elástica*, a mãe que possui o poder de esticar e comprimir seu corpo; *Violeta*, a filha adolescente, a qual tem a capacidade

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Bacharel em Jornalismo pela UNIFACS e Especialização em Gestão Empresarial e Marketing (em curso) pela ESPM, e-mail: [dan97lyra@gmail.com](mailto:dan97lyra@gmail.com)

<sup>3</sup> Pós-Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e Doutora em Letras pela UFBA, e-mail: [dramartaandrade@gmail.com](mailto:dramartaandrade@gmail.com)

---

de ficar invisível e criar campos de força; *Flecha*, o filho intermediário que tem como habilidade uma super velocidade; e o *Zézé*, um bebê com diversos super poderes.

Apenas 14 anos mais tarde, os apreciadores da franquia teriam acesso à película de número dois, lançada em solo brasileiro em 28 de julho (OS INCRÍVEIS 2, 2018). A bilheteria foi uma das maiores da história para um filme de animação e chegou a US\$ 1.243 bilhão.

No primeiro filme, essa família vive escondida como uma típica de classe média americana. Por causa de uma reviravolta social, aos heróis não é mais permitido usar os superpoderes. A glória do combate ao crime e do prestígio social perde espaço para tarefas domésticas e empregos formais. Enquanto na segunda produção, os heróis deixam as “sombras” da sociedade e passam a agir novamente. Pouco a pouco, a simpatia e o respaldo legal são conquistados e esse grupo volta a ser legítimo

Para construção destes universos fílmicos, houve criação de uma narrativa jornalística sobre a trajetória dos heróis. Em *Os Incríveis* (2004), os minutos iniciais da produção constituem recortes de manchetes de jornais, trechos de telejornais, entrevistas e textos jornalísticos radiofônicos. Em *Os Incríveis 2<sup>a</sup>* (2018), produtos do Jornalismo e da mídia perpassam diversas partes do roteiro.

Ao se ter em vista essas produções cinematográficas que incorporam elementos do Jornalismo para compor uma narrativa tida como infanto-juvenil<sup>5</sup>, manifestou-se o interesse de estudar esses textos “jornalísticos” presentes nos filmes; e como se constituiu o *ethos* dessa imprensa fictícia. Esse estudo foi empreendido inicialmente no Trabalho de Conclusão de Curso e desdobrado neste artigo.

Para tanto, realizou-se, uma análise de trechos dessas animações em que aparecem gêneros jornalísticos e uma análise comparativa entre as duas produções cinematográficas visando, principalmente, a construção do *ethos* discursivo. Também foi adotada a metodologia da Análise do Discurso (AD) de linha francesa, a qual faz um cruzamento entre os conceitos teóricos e a aplicação desses na análise discursiva empreendida.

---

<sup>4</sup> Apenas a produção de número dois de *Os Incríveis* possui o algarismo arábico no título. Assim, ao se falar sobre *Os Incríveis*, tratar-se-á do primeiro filme.

<sup>5</sup> Apesar dessa classificação, os filmes Disney e/ou Pixar atingem o público adulto também.

---

Considerou-se elementos do arcabouço teórico do Jornalismo (como, por exemplo, o lide e as questões próprias do telejornalismo) e da AD (como foi o caso do *ethos* discursivo).

## VISITANDO ALGUNS CONCEITOS

Inicia-se esta exposição conceitual com os oriundos da área do Jornalismo.

O primeiro a se pensar centra-se na construção textual dos gêneros jornalísticos informativos, o qual é denominado de lide, que se constitui do primeiro parágrafo de um texto jornalístico que deve conter o que é mais interessante e chamativo do acontecimento descrito (LAGE, 2002). Essa primeira parte do texto precisa responder algumas perguntas de forma clara, concisa e coesa, a saber: “O quê?”, “Quem?”, “Quando?”, “Onde?”, “Como?” e “Por quê?” (idem).

Além disso, o fazer jornalístico dispõe de critérios para ordenar os fatos e transformá-los em notícia. Lage (2002) pontua os três elementos que compõe este gênero, a saber: 1) seleção dos eventos, o qual versa sobre a escolha dos fatos mais relevantes; 2) ordenação dos eventos, que está na decisão sobre em que ordem os fatos serão apresentados; 3) nomeação, como o próprio nome na indica, versa nomear as pessoas ou objetos que compõem a cena.

Segundo Erbolato (2004), para ser considerado notícia, um texto ainda precisa obedecer a alguns critérios que são relevantes para atrair o público. Dos mais de 20 enumerados por esse autor, considera-se, para esta produção científica, os critérios de: a) raridade, caracterizado como um fato que foge da rotina; b) interesse pessoal, o qual afeta pessoalmente o leitor; c) repercussão, que está ligado à possibilidade de um fato ganhar destaque nas rodas de discussão.

Ademais, nas produções cinematográficas em questão, os gêneros aparecem numa espécie de imitação de produtos televisivos. Urge, dessa maneira, a necessidade de uma explicação sobre esse universo.

Paternostro (1999) avalia que, ao contrário dos textos pensados para jornais e revistas, o produzido para a televisão precisa ser escrito para ser falado. O profissional precisa levar em consideração o efeito sonoro das palavras. Dessa forma, a recomendação dessa estudiosa é elaborar textos com frases curtas e bem pontuadas. Vale ressaltar que

---

esse tipo de texto vem acompanhado de imagens e, assim, urge uma sincronia entre o que está sendo falado e que está sendo mostrado.

Para tanto, vale ressaltar que “(...) a notícia de televisão é moldada por um conjunto de manchetes, acontecimentos, imagens e pequenos lides mais ou menos organizados e distribuídos ao longo do noticiário” (MARFUZ, 2017, p. 40).

Em relação aos gêneros noticiosos da televisão, serão considerados para este trabalho:

- a nota coberta (NC), definida por Rabaça e Barbosa (2001, p. 512) como sendo uma “(...) pequena notícia com imagem”, que acontece quando há um texto gravado por um jornalista e esse é acompanhado com imagens e/ou sonoras<sup>6</sup>; e
- reportagem, texto anexado a imagens, falas de entrevistados (sonoras), com um determinado enquadramento.

Destaca-se um dos elementos que diferenciam a nota coberta da reportagem que é a passagem, ou seja, aquele momento quando o repórter aparece no vídeo (RABAÇA e Barbosa, 2001).

Expostos os conceitos relacionados ao Jornalismo, passa-se a seguir para os da AD de linha francesa.

Segundo o raciocínio do analista do discurso francês Charaudeau (2016), o ato de linguagem pode ser considerado uma expedição e uma “aventura”, quando levado em consideração o ponto de vista de quem o produz. Nessa jornada, o estudo dos discursos e suas nuances é importante.

Maingueneau (2013) trabalha a noção de discurso como sendo “(...) o sintoma de uma modificação da nossa maneira de conceber a linguagem” (p. 58). Além disso, conforme explica: o discurso é situado para além da frase; orientado; uma forma de ação; interativo; contextualizado; assumido por um sujeito e regido por normas.

Cabe também falar sobre os elementos do discurso, com o resgate de elementos da Retórica, utilizados em debates para agradar, seduzir persuadir e convencer (ANDRADE; CASTRO, 2016).

Esses elementos foram cunhados por Aristóteles ([V a.C.] 1988) como elementos fundamentais do discurso, igualmente denominados de retóricos, a saber: o *ethos*, aquele que fala e tem seu caráter moral empregado; o *pathos*, aquele a quem se fala e como

---

<sup>6</sup> De acordo com Rabaça e Barbosa (2001, p. 690), “Em telejornalismo, diz-se do trecho de uma entrevista gravada que selecionado na edição de uma notícia, confirmando ou completando o texto do repórter”.

aquele está disposto a ouvir; e o *logos*, o assunto, o discurso e o que se demonstra a partir desse.

Ducrot (1987) reforça que o *ethos* não está ligado apenas às afirmações e ao porte do enunciador, mas a todo o conjunto utilizado na hora de comunicar. Maingueneau (2013) complementa esse pensamento ao dizer que o *ethos* também não está ligado apenas ao ato da fala, mas à escrita e às tentativas de comunicar e que esse elemento retórico precisa ser o lastro que sustenta a verdade durante a enunciação.

## OS HERÓIS COMO NOTÍCIA

No primeiro filme, como já dito, intitulado de *Os Incríveis*, logo nas cenas iniciais, tem-se a imitação de um gênero textual televisivo, que se enquadra como uma nota coberta, em que não há a aparição do repórter. O primeiro quadro é uma foto do jornal da cidade "Municiberg Reporter" com a manchete "Senhor Incrível processado" (Figura 1). A pauta é que o Senhor Incrível está sendo processado por salvar alguém que não queria ser salvo. O homem que tentou suicídio, Olivério Tosco, entra com um processo na Suprema Corte contra o herói em questão.



Figura 1 - Capa de jornal. Senhor Incrível Processado  
Fonte: *Os Incríveis* (2004)

Na sequência, entra em quadro, então, a entrevista do advogado do Senhor Tosco, que fala à imprensa os motivos de ter entrado na justiça contra o Senhor Incrível. Aquele é interrompido por este que brada na frente dos jornalistas: "Eu salvei a sua vida" e aponta em direção a Olivério Tosco.

Pela narrativa fílmica, cinco dias depois, os sobreviventes do descarrilamento de um trem-bala decidem colocar também na justiça o Senhor Incrível e pedir indenizações. Nessa NC, surge uma imagem do trem pendurado no ar e gravuras, feitas por um desenhista, que ilustram o já então julgamento (Figura 2). Esse recurso imagético é muito

utilizado pela imprensa quando não essa pode fazer imagens da sala onde ocorre uma audiência.



Figura 2 – Gravura do Senhor Incrível no banco dos réus  
Fonte: *Os Incríveis 1* (2004)

Ainda de acordo com essa NC, as ações do Senhor Incrível desencadeiam uma série de processos contra super-heróis.

Há pressão pública e os heróis são forçados a assumir apenas as identidades secretas, além de interromper as suas atividades heroicas (Figura 3). Entra em cena, ainda durante a nota coberta, a sonora de uma congressista. Essa destaca que é hora de os heróis assumirem seus papéis civis: “Ou juntam-se a nós, ou vão embora” (OS INCRÍVEIS, 2004).



Figura 3 - Capa de jornal: Governo esconde heróis  
Fonte: *Os Incríveis 1* (2004)

O Governo inicia então um programa para reintegrar os heróis na sociedade. Dessa maneira, as atividades de heroísmo deixam de ser legais. Um dos últimos elementos na NC é uma manchete de jornal com a seguinte pergunta: “Onde estão eles agora?” (OS INCRÍVEIS, 2004). Essa nota ainda se encerra com imagens de pessoas andando na rua e takes da cidade, com o texto que os heróis agora são cidadãos comuns. “Estão entre nós, silenciosa e anonimamente fazendo do mundo um lugar melhor” (OS INCRÍVEIS, 2004).

Após essas ponderações empreendidas acerca da descrição/análise das NC existentes em *Os Incríveis* (2004), das imagens utilizadas e da análise de alguns pontos,

detém-se a atenção no texto propriamente dito da referida película animada, que foi transcrito para propiciar o exame de suas particularidades (Figura 4).

NUMA DECISÃO SURPREENDENTE, UM  
SUPER-HERÓI ESTÁ SENDO PROCESSADO  
POR SALVAR ALGUÉM QUE NÃO QUERIA  
SER SALVO. / O QUEIXOSO, OLIVÉRIO  
TOSCO, QUE FOI IMPEDIDO DE COMETER  
SUICÍDIO PELO SR. INCRÍVEL, ENTROU  
COM UM PROCESSO CONTRA O FAMOSO  
SUPER-HERÓI NA SUPREMA CORTE. //

SONORA ADVOGADO SENHOR TOSCO

CINCO DIAS DEPOIS, OUTRA AÇÃO FOI  
MOVIDA PELAS VÍTIMAS DO ACIDENTE  
COM O TREM-BALA. / OS PROCESSOS  
CONTRA O SENHOR INCRÍVEL CUSTARAM  
MILHÕES AO GOVERNO E DERAM INÍCIO A  
UMA ONDA DE PROCESSOS CONTRA  
SUPER-HERÓIS EM TODO O MUNDO. //

SONORA CONGRESSISTA AMERICANA

SOB TREMENDA PRESSÃO PÚBLICA E  
PREJUÍZO FINANCEIRO PELOS INÚMEROS  
PROCESSOS, O GOVERNO INICIOU UM  
PROGRAMA DE RECOLOCAÇÃO DE SUPER-  
HERÓIS. / OS HERÓIS RECEBERAM  
ANISTIA PELA RESPONSABILIDADE EM  
ATOS PASSADOS EM TROCA DA PROMESSA  
DE NUNCA MAIS SE ENVOLVEREM EM ATOS  
HERÓICOS. / ONDE ELES ESTÃO AGORA?  
ESTÃO VIVENDO ENTRE NÓS. / CIDADÃOS  
COMUNS, HERÓIS COMUNS. / SILENCIOSA  
E ANONIMAMENTE FAZENDO DO MUNDO UM  
LUGAR MELHOR. //

Figura 4 - Transcrição "nota coberta"

Fonte: *Os Incríveis* (2004)

O texto respeita quase que integralmente a regra do lide, pois responde: 1) “o quê?” um herói está sendo processado; 2) “quem?” o Senhor Incrível; 3) “como?” Olivério Tosco entra com processo judicial contra o Senhor Incrível; e 4) “por quê?” por salvar alguém que não queria ser salvo. As únicas perguntas que ficam sem resposta são o “quando?” e “onde?”, mas se percebe que há um marcador temporal no segundo *off*<sup>7</sup>, que é o dito “Cinco dias depois (...)” (Figura 4).

Quanto aos critérios de noticiabilidade, é possível identificar dois nesta imitação de uma nota coberta. O primeiro é de raridade, marcado pelo que foge da rotina, uma vez que, na cidade de Municiberg (onde o filme se passa), um super-herói nunca tinha sido processado. Eles atuavam como agentes da lei, numa organização quase que paramilitar e nunca tinham sido alvo de uma ação na justiça. O segundo é o de interesse pessoal, o que afeta pessoalmente o leitor, no caso de um filme, os telespectadores. Os heróis, além

<sup>7</sup> “Diz-se de voz, pessoa ou objetos que não estão visíveis na cena apresentada” (RABAÇA e BARBOSA, 2001, p. 520).

de fazerem parte do dia-dia da cidade, atuam no combate ao crime em Municiberg. Qualquer fato que envolve essa relação é de interesse para o cidadão no mundo.

Enquanto em relação ao segundo filme, o gênero textual jornalístico que se destaca é o texto de abertura de uma entrevista que a Mulher Elástica concede num programa de entrevistas. Esse produto jornalístico tem um tempo de duração mais curto do que o da nota coberta analisada no primeiro filme, mas possui pontos importantes a serem considerados neste artigo. A heroína é convidada para falar com o apresentador sobre sua atuação contra o crime nas cidades. Diferente da NC, essa introdução não traz retrospecto das ações dos heróis que culminaram na sua ilegalidade, mas aborda a falta que essas figuras fazem na sociedade (Figura 5).



Figura 5 - Entrevista com a Mulher Elástica  
Fonte: *Os Incríveis 2* (2018)

Ao participar do programa, a Mulher Elástica é apresentada pelo jornalista num texto de abertura de uma entrevista (Figura 6):

**POR MAIS DE 15 ANOS, OS SUPER-HERÓIS ESTÃO  
ESCONDIDOS, FORÇADOS POR UMA SOCIEDADE QUE NÃO  
ESTAVA DISPOSTA A APOIÁ-LOS/ ISSO ESTÁ MUDANDO  
GRAÇAS A UM CRESCENTE MOVIMENTO DE TRAZER OS  
SUPERS DE VOLTA. AQUI, RECÉM-CHEGADA DE UM  
SALVAMENTO HEROICO NO TREM, DE CIMA DOS SEUS  
PRÓPRIOS SALTOS E COM UM NOVO LOOK, ESTÁ A  
SUPER-HEROÍNA MULHER ELÁSTICA//**

Figura 6 - Transcrição texto da entrevista  
Fonte: *Os Incríveis 2* (2018)

Esse texto não deixa de ser similar a um lide, visto que é o tópico de introdução do telespectador ao entrevistado. Dessa maneira, do ponto de vista jornalístico, esse parágrafo cumpre o papel ao responder: 1) “quem?” a Mulher Elástica; 2) “por quê?” por causa de um salvamento que acaba de fazer; 4) “onde?” no trem e no programa de

---

entrevistas. As perguntas “quando?” e “o que?” não são respondidas, mas isso não compromete entendimento do telespectador.

O marcador temporal utilizado é o “Por mais de 15 anos (...)” (Figura 6), para situar os que assistem e mostrar que, por todo esse tempo, os heróis não atuam legalmente na sociedade. O texto não é objetivo, pois há marcas de personalidade como “(...) os super-heróis estão escondidos, forçados por uma sociedade que não estava disposta a apoiá-los/ isso está mudando graças a um crescente movimento de trazer os supers de volta.//” (Figura 6). Nesse trecho, percebe-se a opinião do jornalista em relação ao trabalho dos heróis. Ele os retrata como uma minoria que vive oprimida e escondida na sociedade e está otimista já que essa situação pode mudar.

Além disso, ao colocar “Aqui, recém-chegada de um salvamento heroico no trem, de cima dos seus próprios saltos e com um novo look, está a super-heroína Mulher Elástica//” (Figura 6), com essa fala, o jornalista entrevistador reforça o *status* de personalidade da Mulher Elástica, dando destaque inclusive à roupa que essa está usando.

Ainda se identifica, nesse texto de abertura, como critérios de noticiabilidade os de raridade, que também foi identificado na nota coberta, e o de repercussão. O primeiro faz-se presente, pois, há 15 anos, um herói não comparece a um programa de entrevistas e isso configura algo que foge da rotina. Enquanto o segundo é identificado tendo em vista a possibilidade de os assuntos abordados na entrevista renderem em rodas de discussão.

## **O ETHOS DE UMA IMPRENSA FICTÍCIA**

A construção do *ethos* jornalístico da imprensa, em *Os Incríveis*, a mostra como uma instituição contrária à atuação dos heróis. É possível identificar o perfil do orador, no caso os jornalistas em atuação no filme, através de algumas marcas de subjetividade, que ancoram a enunciação, tanto no texto escrito, quando no imagético.

Nas imagens, os heróis são representados como bandidos ou pessoas indesejáveis para a sociedade. Os heróis são capas de jornal, aparecem sendo questionados e com expressões de culpa ou apreensão nos rostos.

---

O *frame*<sup>8</sup> que mostra o Senhor Incrível no banco dos réus, onde, geralmente, sentam-se os vilões ou bandidos, reforça esse caráter da imprensa no filme. A disposição das sonoras faz-se da mesma forma, pois todas as entrevistas que aparecem, na imitação de nota coberta, são de pessoas contrárias aos heróis.

Além disso, o uso de alguns adjetivos no texto e a construção de alguns trechos são outros índices do *ethos* jornalístico.

No primeiro *off*, o uso do adjetivo “surpreendente” já dá o tom a notícia. Vem aí uma informação que “foge” da rotina. O super-herói está sendo processado pelo “(...) Queixoso, Olivério Tosco, que foi impedido de cometer suicídio pelo Sr. Incrível” (OS INCRÍVEIS, 2004), ou seja, o herói não é apresentado como quem salvou a vida de um homem e o impediu de cometer suicídio, mas como um agente que não permitiu a morte voluntária de um cidadão. Dessa forma, o herói atentou contra as liberdades individuais.

Além desse caso, surgem outras situações, como é o caso do trecho, “Os processos contra o Senhor Incrível custaram milhões ao governo e deram início a uma onda de processos contra super-heróis em todo o mundo” (OS INCRÍVEIS, 2004), traz o herói como um indivíduo que lesa o estado e o contribuinte, ao gerar despesas para o Governo. É importante dizer, que mais uma vez no texto, a culpa recai no Senhor Incrível.

Na parte final do *off*, “Onde eles estão agora? Estão vivendo entre nós./ Cidadãos comuns, heróis comuns./ Silenciosa e anonimamente fazendo do mundo um lugar melhor./” (OS INCRÍVEIS, 2004) a posição da imprensa fica nítida. Além de trazer respostas sobre o paradeiro dos heróis, há a conclusão de que o mundo fica melhor e mais seguro com esses personagens escondidos. O risco terminou, pois os heróis não mais existem em sociedade.

Enquanto na produção cinematográfica *Os Incríveis 2*, o *ethos* da imprensa fictícia se faz contrário à atuação dos heróis nas primeiras cenas do filme, quando os personagens aparecem sendo presos e conduzidos para uma delegacia e são chamados pelos jornalistas de “heróis marginais”.

Nessa primeira parte do filme, percebe-se também um destaque maior aos estragos causados ao patrimônio público. O texto e as imagens são dispostos de uma forma que o telespectador não percebe a importância da ação dos heróis, os quais impediram a destruição da Prefeitura Municipal de Municiberg.

---

<sup>8</sup> Na TV, significa “quadro” (Rabaça e Barbosa, 2001, p. 331).

---

Todavia, com as ações de uma campanha em favor da legalidade dos heróis, pela primeira vez em 15 anos, não há uma menção hostil aos heróis na imprensa. A mídia, que condenava as ações de heroísmo nos minutos iniciais de *Os Incríveis 2* e no primeiro filme, agora repercute positivamente uma ação da Mulher Elástica.

Pouco a pouco, o *ethos* da Mulher Elástica vai de bandida a celebridade na construção empreendida pela imprensa. Essa mudança faz-se nítida com o texto de abertura lido pelo jornalista no momento da entrevista no programa. Além de mencionar a opressão aos heróis, o apresentador até brinca com o novo *look* da heroína. Ademais, nesse programa de entrevistas do filme, vão apenas céleres figuras, como uma embaixadora que é entrevistada antes da Mulher Elástica, o que reforça a tese de que a personagem recuperou seus status na sociedade.

A imprensa, que antes noticiou os heróis como marginais e que cobriu todo o processo de proibição de suas ações em sociedade, agora transmite em rede aberta a cerimônia de assinatura de um tratado internacional para tornar o trabalho dos heróis legítimo.

## CONCLUSÃO

Após empreender este estudo, que é o desdobramento ampliado de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), cabe dizer que a imprensa é retratada, nesse universo, como uma “servidora” da informação e que suscita e agenda os debates em sociedade. A construção do discurso dessa nas películas é feita através da validação prévia do leitor/telespectador. Por identificar os elementos característicos da imprensa, esse receptor já interpreta que os dizeres e textos veiculados são todos verídicos, por guardarem a credibilidade, marca ímpar do Jornalismo.

Para reforçar o discurso jornalístico presente nas animações, incorporou-se nas produções elementos que são característicos do Jornalismo como as manchetes de jornais, gêneros televisivos, locução e a presença do profissional jornalista. Foi, dessa maneira, que a *Disney* e a *Pixar* concretizaram e dispuseram as marcas discursivas do Jornalismo no filme, sendo, nos gêneros jornalístico que isso se realiza.

No primeiro filme, a imprensa se mostra contrária à atuação dos heróis, reforçando seu caráter destrutivo e ameaçador para a ordem social. Enquanto, no filme de número 2, nos primeiros minutos, ainda há uma posição similar em relação aos super-humanos, mas,

---

com o desenrolar da narrativa, a imprensa volta a incentivar discussões que os valorizam e a película se encerra com o status legal dessas figuras restaurado.

Este trabalho faz-se importante, justamente, por estudar elementos de universos considerados distintos. São esses o universo infanto-juvenil, característico das animações, com o do Jornalismo, que, no geral, é voltado para um público adulto. Pode-se afirmar que, por se tratar de filmes de cinema animado, o contato direto da criança com a imprensa exposta nos filmes estudados pode ser o primeiro de sua vida, tendo em vista que esses gêneros jornalísticos estão inseridos num filme tido como, pelo menos inicialmente, infantil. Além disso, a ludicidade desse gênero cinematográfico facilita igualmente a compreensão do campo jornalístico e de suas estratégias discursivas na apresentação dos fatos.

Estudos como o empreendido, neste artigo, precisam se tornar uma constante, uma vez que se debruçam sobre o discurso jornalístico concretizado em gêneros dessa área auxiliando na produção narrativa fílmica cinematográfica.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Marta Cardoso de; CASTRO, Hélder Uzêda. Nota como exemplar textual do discurso em uma mídia corporativa. **Âmbitos: Revista Andaluza de Comunicación**, Sevilha, v. 1, n. 31, 2016.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução de Manuel Alexandre Júnior et al. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, [V a.C.] 1998.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. Tradução de Angela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2016.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Revisão técnica da tradução de Eduardo Guimarães. Campinas, SP: Pontes, 1987.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em Jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5. ed. 6. impr. São Paulo: Ática, 2004. (Série Fundamentos, 66).

LAGE, Nilson. **A linguagem jornalística**. 7. ed. 5. impr. São Paulo: Ática, 1985. (Série Princípios, 49).

LAGE, Nilson. **A Estrutura da Notícia**. 5. ed. 3. impr. São Paulo: Ática, 2002. (Série Princípios, 29).

MARFUZ, Luiz. **Dramaturgia do acontecimento no telejornal: a emoção no palco da notícia**. Salvador: EDUFBA, 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Maria Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. 6. ed. ampl. São Paulo: Cortez, 2013.

OS INCRÍVEIS. Roteiro e direção de Brad Bird e produção de John Walker. Burbank, Califórnia: Walt Disney Studios Motion Pictures distribuidora, 2004. 1 DVD (115 min). Widescreen, color.

OS INCRÍVEIS 2. Roteiro e direção Brad Bird e produção de John Lasseter. Burbank, Califórnia: Walt Disney Studios Motion Pictures distribuidora, 2018. 1 DVD (118 min). Widescreen, color.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV:** manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação.** São Paulo: Ática, 2001.