

SUPER NÃO COSMO: A CONSTRUÇÃO DE UM HERÓI POR MEIO DO DISCURSO JORNALÍSTICO

SUPER NOT-COSMO: THE CONSTRUCTION OF A HERO THROUGH THE JOURNALISTIC DISCOURSE

SÚPER NO COSMO: LA CONSTRUCCIÓN DE UN HÉROE A TRAVÉS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO

Maria Aparecida Pinto

Mestranda, UFMG

mariajornalismo2009@yahoo.com.br

Reges Schwaab

Doutor, UFSM

reges.ts@gmail.com

Resumo: O discurso jornalístico é socialmente institucionalizado, o que lhe confere legitimidade. Na esteira da autorização de suas práticas, no entanto, cabe pensar que as coberturas noticiosas fornecem mais do que informações. Há mecanismos de relevância que permeiam o processo, bem como a construção de efeitos de sentido em torno do foco de cada reportagem. Ao mesmo tempo, a própria imagem do jornalista é colocada em questão. A partir de tais perspectivas, o presente artigo analisa como o personagem *Chet Ubetcha* – jornalista do desenho animado *Os Padrinhos Mágicos* – constrói o herói *Super Não Cosmo*, no ciclo de ascensão e declínio do benfeitor. O caráter de mediador sério e crível reverbera com força na ficção, ajudando a alimentar interdiscursivamente a imagem do que é ser jornalista e fazer jornalismo.

Palavras-chave: jornalismo; discurso; desenho animado; herói; identidade.

Abstract: *Journalistic discourse is socially institutionalized, conferring legitimacy to it. Given the authorization to its practices, however, it is worth thinking that the news coverings offer more than information. There are relevance mechanisms that permeate the process, as well as the construction of meaning effects around the focus of each story. At the same time, the very image of the journalist is put into question. From these perspectives, this paper analyzes how the character Chet Ubetcha – the journalist from the animated television series The Fairly OddParents – constructs the hero Super Not-Cosmo in the rise and fall cycle of this benefactor. The character of a serious and credible mediator reverberates strongly in fiction, helping to reinforce inter-discursively the image of what is like to be a journalist and doing journalism.*

Key words: *journalism, discourse, cartoon, hero, identity.*

Resumen: *El discurso periodístico es socialmente institucionalizado, lo que le da legitimidad. En el sentido de la aprobación de sus prácticas, sin embargo, es posible pensar que las coberturas noticiosas ofrecen más que informaciones. Hay importantes mecanismos que subyacen en el proceso, así como la construcción de efectos de sentido alrededor del foco de cada reportaje. Al mismo tiempo, la propia imagen del periodista está en cuestión. Desde esta perspectiva, este artículo analiza cómo el personaje Chet Ubetcha – periodista del dibujo animado Los Padrinos Mágicos – construye el héroe Súper no Cosmo, en el ciclo de ascensión y declive del bienhechor. El carácter de mediador serio y creíble reverbera fuertemente en la ficción, ayudando a alimentar interdiscursivamente a la imagen de que es ser un periodista y hacer periodismo.*

Palavras-chave: *periodismo; discurso; dibujos animados, héroe, identidad.*



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons



1 INTRODUÇÃO

O jornalismo é uma profissão socialmente reconhecida. Trata-se de um ofício em que se trabalha com a confiança e com a credibilidade sobre os valores construídos em torno do profissional que noticia e acerca dos assuntos tratados. O cinema e a literatura apresentam significativa variedade de personagens que representam jornalistas em tramas de múltiplos gêneros. Em algumas ocasiões, estes são apresentados como heróis, em outras, atuam como vilões. Independente da perspectiva, entretanto, os valores e a imagem do jornalismo estão presentes. O profissional também é encontrado nas produções de animação, deste modo, os desenhos animados são uma das formas de acesso ao discurso que se constrói sobre o jornalismo na sociedade. Um exemplo é o personagem *Chet Ubetcha* do desenho animado *Os Padrinhos Mágicos*.

Neste artigo, o objetivo é analisar como o jornalista *Chet Ubetcha*, dentro da prática profissional, constrói a identidade de herói, positiva ou negativamente, de outro personagem, o *Cosmo*. Deve-se ressaltar que se optou por analisar o processo no âmbito discursivo, buscando mobilizar um dispositivo teórico-metodológico para a leitura realizada. O discurso do personagem jornalista é encontrado em suas falas e nas conjunturas em que estas se encontram, assim, o texto sob o qual recai a análise é o “todo” do episódio do desenho que compõe uma formação textual complexa.

Este trabalho é derivado da pesquisa monográfica “Funções, imagens e valores do jornalismo construídos a partir da animação: estudo de caso sobre o desenho animado *Os Padrinhos Mágicos*” que analisa como é construída a identidade do jornalista a partir do personagem *Chet Ubetcha*. Neste estudo, aborda-se o personagem em seu complexo processo de desenvolvimento, na perspectiva de um “representante” da profissão uma vez que este se utiliza de discursos que implicam definições sobre o que é ser jornalista.

2 JORNALISMO E DISCURSO

O jornalismo consiste na construção legitimada de um tipo de saber sobre o mundo. Deste modo, é responsabilidade do jornalista selecionar o que deve ou não ser transmitido, visto que não há tempo ou espaço para que tudo seja noticiado, do mesmo modo que não há a possibilidade de compreensão de um universo muito amplo de informações por parte dos interlocutores. Não podem ser desconsideradas as influências políticas e econômicas que atuam no processo de enquadramento das construções noticiosas, no entanto, a prática

jornalística é pautada por regras que configuram o campo de atuação e fazem com que este seja reconhecido como uma prática legitimada e relativamente autônoma.

Os critérios de noticiabilidade e as pressuposições éticas de conduta do profissional somam-se aos aspectos que constituem o que se reconhece como o exercício do jornalismo. Em consequência deste processo, o campo apresenta-se amparado por uma memória discursiva acerca do que é ser jornalista e que possibilita a construção do discurso singular ao jornalismo, sob a sustentação de imagens e valores para as práticas socialmente reconhecidas. Desta forma, há um sistema de arquivo que se baseia “[...] na dinâmica das relações enunciativas entre uma heterogeneidade de discursos que podem iluminar as práticas jornalísticas, suas relações com a experiência e suas condições históricas de produção” (MAROCCO, 2008, p. 84). Seguindo por esta via, a breve cronologia da profissão que Travancas (2011) faz, mostra os fios da tessitura do jornalismo em períodos e lugares distintos, assim, no senado romano havia os *diurnalii*, já

[...] quando a censura clerical foi derrubada e os primeiros periódicos começaram a circular na colônia portuguesa de além-mar os buscadores de fatos e farejadores de mudança foram denominados *redactores das folhas públicas*. Poucas décadas depois, quando a jornada de trabalho tornou-se diária, passaram a ser conhecidos pelos franceses como *journalistes*, e sua profissão, como *journalisme* (2011, p. 9).

Esta perspectiva demonstra como a memória acerca do jornalismo é construída em vertente de interseções entre a atualidade e a historicidade que compõem o interdiscurso e o sentido. O jornalismo, como as outras áreas de conhecimento, é resultado de ações discursivas, de modo que Resende (2011, p. 128) o define como uma prática social e cultural que compõe as realidades vivenciadas, uma prática discursiva cuja finalidade é fazer com que os acontecimentos possam ser compreendidos por meio dos discursos instituídos e instituintes que desenvolve. Já Beltrão (1960, p.36 [grifo do autor]) resume a atividade como “*a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum*”.

O campo jornalístico, em decorrência destas questões, é o espaço da construção de credibilidade sobre o que se diz e sobre como isto é dito, nos moldes de um poder simbólico, definido como aquele que pode fazer coisas por meio das palavras, uma vez que quem fala encontra sua fala institucionalizada. Neste sentido, Berger (1996) aponta para um capital que

cada discurso possui. A credibilidade, no caso do jornalismo, é um dos grandes fatores implicados nos efeitos do conteúdo informativo.

No exercício da profissão, o lugar social do jornalismo e do jornalista não devem ser desconsiderados como elementos implicados nos efeitos de sentido do seu discurso, como, por exemplo, na construção ou desconstrução pública da imagem de algumas figuras, dado o uso “autorizado” das palavras pela posição enunciativa ocupada. Isso porque é autorizado a falar e sua fala é reconhecida como detentora de um determinado estatuto de legitimidade. Deste modo, os jornalistas organizam o mundo tornando-o inteligível. Para tanto, como coloca Travancas (2011, p. 12) ao citar Bourdieu, estes profissionais “tem óculos especiais com os quais veem o mundo”.

3 UMA ANÁLISE DOS DESENHOS ANIMADOS

Inicia-se esta seção com um breve panorama acerca do desenho animado. Posteriormente, trata-se do contexto mais amplo de análise em que este se encontra – os estudos culturais – uma vez que as produções de animação se caracterizam como produto da cultura de massa; apresentando efeitos da indústria cultural, bem como levando em conta que o próprio jornalismo é uma prática implicada em um circuito midiático.

Os desenhos animados, segundo Nesteriuk (2011, p. 25), possuem seus precursores nas imagens encontradas em cavernas de Altamira, nas cerâmicas do Antigo Egito e na tapeçaria da Pérsia Antiga. No Oriente, o tipo de produção iniciou-se com o teatro de formas animadas e, na Europa Moderna, as perspectivas de animação ocorreram por meio dos brinquedos óticos como a lanterna mágica, o *flip book* e o fenaquistoscópio. Entretanto, “é a partir do praxinoscópio e da primeira exibição do teatro ótico de Charles Émile Reynaud, no Museu Grevin, em Paris, no ano de 1892, que surge o chamado cinema de animação” (NESTERIUK, 2011, p. 25).

Inicialmente, os desenhos animados eram curtas-metragens unitários exibidos em pequenas salas denominadas de *nickelodeons*; em consequência do sucesso foram sendo produzidas animações de 10 a 30 minutos que podiam ser exibidas em espaços maiores. Os personagens das tramas deviam cativar o público para que este desejasse assistir novos episódios, desenvolveram-se, assim, as séries de animação nos anos 10 do século 20. Em 1960, as produções dirigem-se para uma nova mídia: a televisão. Entre os personagens mais famosos da animação que atuaram no cinema e na TV podem ser citados o *Gato Felix*,

lançado em 1919, e *Mickey Mouse*, de 1928. O último, criação de Walter Disney, possibilitou o surgimento de uma gama de personagens (como, *Minnie* e *Pato Donald*) que caracteriza parte importante do campo atual da animação.

Há um predomínio de produções norte-americanas, mas os desenhos animados baseados nas produções em quadrinhos japonesas – *animes* – também ocupam espaço significativo neste cenário. A situação brasileira é marcada pelo curta-metragem *Aventuras de Bille e Bolle* produzido em 1918 pela *Rossi Film*. O desenho, um dos primeiros do país, antecedeu o lançamento do *Gato Felix* e foi inspirado nos quadrinhos de Budd Fischer. Entretanto, os personagens brasileiros mais conhecidos são os integrantes da *Turma da Mônica*, criados para os quadrinhos nos anos 50 por Maurício de Souza e, em 2008, adaptados para a TV, indo ao ar por meio da *Rede Globo*.

O histórico dos desenhos animados está imbricado ao contexto da cultura e da comunicação de massa, um dos principais objetos de interesse dos estudos culturais. Estes surgem na década de 1950, como uma “convergência de áreas” que se origina do estudo desenvolvida por Frank Raymond Leavis (o *leavisismo*) na Grã-Bretanha. Ele via no sistema educacional a forma de difusão do conhecimento classificado como alta cultura para um público amplo. Entretanto, Richard Hoggart, Raymond Williams e Edward Palmer Thompson, os pilares da nova área, seguem por outra vertente no que diz respeito à significação de cultura, por considerarem a importância das produções culturais da classe operária. Os estudos culturais são institucionalizados a partir da criação do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos fundado em 1964 por Richard Hoggart. Em 1968, Hoggart é sucedido por Stuart Hall.

A nova direção influenciou as linhas de pesquisa desenvolvidas que se voltaram, entre outros estudos, para as análises de meios de comunicação de massa com ênfase, a partir de 1980, em programas televisivos. O desenho *Os Padrinhos Mágicos* encontra-se nesta perspectiva porque a animação em geral é enquadrada como cultura de massa. O trabalho dos estudos culturais é questionar “a produção de hierarquias sociais e políticas a partir de oposições entre tradição e inovação, entre a grande arte e as culturas populares, ou, então, entre níveis de cultura – por exemplo, alta e baixa, cultura de elite e cultura de massa” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 47).

A sociedade de massa particulariza-se por uma produção serial de larga escala, mas os produtos comercializados apresentam pouco tempo de visibilidade e de consumo. Um dos principais meios de comunicação massiva é a televisão e é através desta que os desenhos são veiculados predominantemente. Nesta conjuntura, as produções de animação tornam-se temas

para a atividade comercial de produtos que carregam a marca registrada de determinados personagens. A publicidade, o processo de difusão extenso e a universalidade das mercadorias são alguns dos princípios que regem a indústria cultural uma vez que a promoção do produto tematizado com o personagem movimenta uma ampla engrenagem comercial de conteúdos e produtos correlatos.

Há uma linha de pensamento que percebe os produtos massivos como manipuladores dos públicos para os quais se dirigem. Seja por uma perspectiva cultural, seja pelo viés discursivo, sabe-se, todavia, que este processo deve ser relativizado. Apesar dos efeitos que venham a ser buscados, não existe uma produção única de sentido, não há nenhum controle sobre ele. Mesmo assim, os desenhos animados são uma das formas de acesso ao conjunto de construções socialmente partilhadas acerca do espaço e tempo histórico, como um recorte vertical que deixa ver, em sua processualidade, as afetações imaginárias e ideológicas acerca de determinados temas, personagens ou figuras sociais.

O desenho *Os Padrinhos Mágicos*, criado por Butch Hartman, foi transmitido pela primeira vez no canal televisivo norte americano *Nickelodeon* em 1998. Em março de 2001, o desenho passa a ser veiculado regularmente na emissora. A produção, que estreia no Brasil em 2002, atualmente é exibida, entre outros canais, pelo *Disney Channel*, *Nickelodeon* e *Band*. A série de animação retrata as aventuras de *Timmy Turner*, menino de dez anos que habita a cidade de *Dimmsdale*. O protagonista é filho único e possui pais relapsos que confiam sua segurança à cruel babá *Vicky*. *Timmy* recebe o auxílio de dois padrinhos mágicos, *Cosmo* e *Wanda*, que o ajudam nas atividades do cotidiano. Os padrinhos são casados e possuem um bebê fada, *Poof*.

O jornalista que aparece na série, *Chet Ubetcha* (Figura 1, a seguir), apresenta particularidades que são determinantes na construção de sua identidade como personagem do desenho animado e representante da profissão de jornalista. *Ubetcha* é repórter e âncora do noticiário local do Canal 7 de *Dimmsdale*. Sua família é composta por profissionais que atuaram na área do jornalismo – o avô era radiojornalista e a mãe, *Nana Ubetcha*, trabalhava no ramo em 1970. A imagem é importante para o repórter, que veste um terno cinza, gravata vermelha e sapatos pretos. Ele caracteriza-se pela baixa estatura o que o assemelha a um busto.

Ilustração 1: O jornalista Chet Ubetcha (Figura 1) e o padrinho mágico Cosmo (Figura 2).



Figura 1



Figura 2

Fonte: http://fairlyoddpairs.wikia.com/wiki/List_of_The_Fairly_OddParents_characters

4 UM JORNALISTA E UM HERÓI

O episódio *Super Zero* (oitava temporada), no qual a presente análise se detém, inicia com *Wanda* e *Timmy* trocando a fralda de *Poof*. Ao ajudar no processo, o padrinho entende de forma equivocada o sentido da palavra “trocar” e troca a fralda por um lobo. Para *Cosmo* (Figura 2), o verbo está sendo utilizado no sentido de escambo. *Wanda* ordena que *Cosmo* “sente-se no canto”, de frente para a parede, com o objetivo de que ele não cause problemas. Inquieto, ele vê um prego solto e deseja possuí-lo, e ao retirar o prego do chão, a casa de *Timmy* desmorona. O afilhado e a esposa de *Cosmo* o expulsam de casa. Ele leva *Poof* (o bebê fada) ao parque e brinca com o filho na gangorra. A brincadeira faz com que o bebê seja arremessado do brinquedo porque *Cosmo* coloca uma baleia azul na parte oposta da gangorra em que este se encontra.

Poof choca-se contra os edifícios e é seguido por *Cosmo*, em consequência, o padrinho cai em varais de roupa e, no final da queda, encontra-se trajando um pijama azul marinho, uma cueca branca e uma capa vermelha. O bebê cai e bate no guarda-chuva do repórter *Chet Ubetcha*, no momento em que este noticia sobre o tempo: “Olá Dimmsdale, eu sou Chet Ubetcha falando sobre o tempo. Está chovendo bebês!” Nesta fala, há a presença de uma das marcas do jornalismo no que se refere à noticiabilidade – o insólito. Retomando o enredo, *Cosmo* voa e salva *Poof*. *Chet* presencia o resgate e noticia: “Coloque um vestido em mim e me chame de Sally. Uma coisa flutuante acaba de salvar aquele bebê. Quem é você ô coisinha de capa?”.

O jornalismo é responsável por tornar o mundo inteligível, neste sentido, Silva (2005, p. 2) propõe que o jornalismo seja pensado como exercício de entendimento do mundo. Gomes (2000), por sua vez, define que:

antes de registrar, informar, antes de ser colocado pelas condições que o caracterizam, por exemplo, periodicidade, universalidade, atualidade, difusão [...] o jornalismo é ele próprio um fato de língua. Seu papel e sua função na instituição social implica o de organizar discursivamente, o que, aliás, é a prática jornalística por excelência (2000, p. 19).

A fala do jornalista, há pouco referida, aponta para o caos que envolve o momento inicial do acontecimento – dentro da perspectiva de Mouillaud (2002) – uma vez que o personagem menciona que “uma coisa flutuante salvou o bebê”. *Chet Ubetcha* pergunta “Quem é você ô coisinha de capa?”, mas *quem* é pronome pessoal o que gera uma contradição com a expressão “coisinha de capa”. Na fala do repórter, há a predisposição de que se trata de um herói porque este pergunta o que ele já sabe e possui acesso a uma resposta que lhe interessa. Deste modo, somente resta saber *quem é* porque o *que é* já é conhecido – uma espécie de herói. Um esboço de *lead* jornalístico pode ser notado nas falas do personagem com os questionamentos de o *que* e *quem*.

A partir deste ponto, é estabelecida uma função social e uma imagem: herói é aquele que salva bebês – de forma genérica, pessoas em vulnerabilidade – e, para tanto, o herói deve possuir inteligência e responsabilidade. Trata-se do oposto do que singulariza o personagem *Cosmo*, ou seja, é a negação deste. Neste sentido, o nome do herói é *Super Não Cosmo*, ou seja, nega-se o próprio personagem e com isto as capacidades do mesmo.

Retomando a história do episódio, *Cosmo* responde ao interrogatório do repórter: “É... tio é... que as fadas não podem revelar sua existência. E eu sou uma delas”. *Chet* prossegue a entrevista: “Então, diga seu nome. O mundo quer saber”. Ele acaba traindo-se: “É... é... Na... Não é Cosmo”. O jornalista conclui em um rompante de sabedoria: “Então, seu nome é Super Não Cosmo?” *Cosmo* responde de forma assertiva: “O Keijo”. Após este momento, o jornalista direciona a opinião pública por meio do que a ele – como profissional produtor de um discurso legítimo – é assegurado: “Povo de Dimmsdale vamos cumprimentar o Super Não Cosmo”. Ignorando ser *Cosmo* uma fada – mesmo o padrinho dizendo explicitamente – o jornalista cria o herói no momento em que lhe confere um nome e este é aceito. Neste contexto, Berger afirma que “a luta que se trava no interior do Campo Jornalístico gira em

torno do ato de nomear, pois nele se encontra o poder de incluir ou de excluir, de qualificar ou desqualificar, de legitimar ou não, de dar voz, publicizar e tornar público” (1996, p. 190).

Posteriormente, o repórter desconstrói o herói do mesmo modo que o criou, por meio de nomeações, ao chamar o *Super Não Cosmo* de *Super Zero* e desqualificá-lo como sujeito útil para a sociedade ordenando que este se sentasse no cantinho. O poder simbólico do jornalismo fornece reconhecimento, nesta perspectiva, Berger (1996, p. 190) se utiliza deste conceito a partir de Bourdieu, para quem este poder é o responsável por “fazer coisas com palavras”. Desta forma, a descrição constrói as coisas e o poder simbólico consagra ou revela estas já existentes.

Este tipo de poder, segundo a autora, é fornecido pela enunciação sendo o responsável pelo reconhecimento e visibilidade atribuídos aos acontecimentos, pessoas e temáticas. Neste sentido, Leal (1996, p. 9) afirma que “mito é linguagem” em uma perspectiva conotativa. Assim, *Chet Ubetcha* cria o herói porque o nomeia e o torna visível para o público que o acompanha, os habitantes de *Dimmsdale*. Desta forma, *Super Não Cosmo* pode ser reconhecido e existir como benfeitor. Os heróis, segundo Leal, nascem para servir e cumprem uma jornada dividida em três etapas: a separação da família, a execução das tarefas e o retorno ao lar. Este ciclo pode ser identificado no episódio em análise por meio das ações do personagem *Cosmo* e das situações em que ele se encontra.

O primeiro pedido de socorro é o miado de um gato preso em uma árvore. *Super Não Cosmo* resgata o felino e o coloca nas mãos de uma senhora idosa mesmo esta afirmando que o animal não a pertence. *Chet Ubetcha* presencia o resgate e noticia o salvamento. Tanto o super-herói quanto o repórter negligenciam a fala da mulher. O jornalista noticia como se o resgate estivesse sendo transmitido ao vivo ou sendo filmado por uma equipe de reportagem: “Coloque um saíote em mim e me chame de Sally MacMallen. Super Não Cosmo salvou o dia outra vez”. Ao fundo da cena, a senhora é atacada pelo gato e pede socorro. O repórter não considera este fato o que evidencia o jogo de luz e sombra praticado no exercício do jornalismo, assim como, o enquadre em que os acontecimentos encontram-se. *Ubetcha* descreve o que presencia não havendo profundidade em seu trabalho, contudo preserva-se o formato noticioso.

Outro pedido de ajuda é realizado e o jornalista cumpre seu trabalho: “Aqui é Chet Ubetcha com um comunicado especial: a barragem de Dimmsdale está rompendo”. O repórter sorri e diz: “Eu nem sabia que tínhamos uma barragem”. Esta fala remete à ausência de conhecimento sobre o que se informa de um jornalismo feito “em cima da notícia”. Trata-se de noticiar os fatos da forma que o jornalista vê; processo agravado pelo fato de que o

profissional produz um jornalismo local e não conhece a região em que atua, o que é corroborado, em seguida, por falas do próprio personagem.

Cosmo salva o dia colocando um enorme *band-aid* (curativo adesivo) no vazamento da barragem, o que é comemorado por *Chet* e por uma multidão: “Coloque uma roupa de mergulho em mim e me chame de Aqua Sally. Obrigado por nos salvar outra vez, Super Não Cosmo”. O herói acredita no jornalista e “entra no jogo”: “De nada, Aqua Sally”. O benfeitor atende a outro chamado, desta vez o vulcão da cidade entra em erupção: “Eu sou Chet Ubetcha aqui no vulcão Dimmsdale, que fica ao lado da barragem que eu nem sabia que existia. Eu realmente tenho que sair mais? Tem alguém, aí, que possa ajudar?” Nesta passagem, percebe-se a não necessidade de se perguntar se alguém pode ajudar, uma vez que é de conhecimento do profissional que o herói trata dos problemas. A pergunta poderia estar relacionada à problemática pessoal do repórter – ter que sair mais –, neste âmbito, constata-se uma ambiguidade. A corroboração mencionada anteriormente é evidenciada neste ponto, pois o jornalista retoma a questão de que os fatos ocorrem em lugares que ele desconhece a existência.

A forma como o repórter apresenta-se também merece análise. Ele diz: “aqui é Chet Ubetcha” ou “eu sou Chet Ubetcha”. Há uma repetição de alusões próprias que subjugam a notícia à apresentação do profissional, o que constrói uma auto referência ao identificar que a barragem que rompe é a que ele desconhecia. Nas falas transcritas até o momento, pode-se notar este aspecto, assim como nas passagens que se seguem. Em algumas destas, há a construção “aqui é Chet Ubetcha”, em que o personagem fala de si em terceira pessoa. A forma de tratamento que ele confere a si mesmo constrói parte da imagem que apresenta.

De volta ao episódio, *Super Não Cosmo* coloca uma rolha no vulcão e é aclamado pelo jornalista e pela multidão que o observa. O repórter, sempre ao lado de *Cosmo*, cria laços com este: “Volte logo Super Não Cosmo. Eu sou Chet Ubetcha dizendo: eu gosto deste cara”. No trecho, deseja-se a volta do super-herói, chamado quando há catástrofes. Defende-se que o mundo ideal para os jornalistas é um mundo marcado pelo caos porque deste modo não faltaria notícia.

Pode-se inferir este processo, nesta fala, uma vez que, anteriormente, o repórter sorri ao noticiar o rompimento da barragem. O jornalista não deseja que *Cosmo* retorne, mas que as circunstâncias que promovem a sua aparição continuem ocorrendo para que haja acontecimentos a serem noticiados. Vale lembrar Marocco (2008, p. 81), que, a partir de Foucault, fala do acontecimento em sua materialidade, resultado de um conjunto de práticas

discursivas que determinam sua discursivização dentro da formação discursiva do que é jornalismo e o que é o exercício desta profissão.

Ao retornar do último resgate, o herói está ressentido porque sua família e afilhado o mandaram sentar-se no cantinho. *Wanda* e *Timmy* pedem desculpas e *Cosmo* continua a ser herói. Em pouco tempo, ele recebe um pedido de socorro de *Chet Ubetcha*, que se encontra em um estacionamento de shopping e não consegue lembrar-se de onde estacionou o carro. O herói carrega o repórter, realizando um voo pelo céu, e quando passam ao lado do vulcão, *Chet* vê e noticia: “Essa não... Parece que a barragem que eu não sabia que existia explodiu. Mais péssimas notícias... O vulcão perto da barragem que eu não sabia que existia entrou em erupção”. O contexto é marcado por cenas de pessoas correndo e gritando da lava em um lado da cidade e, em outro, por uma multidão que foge da onda gigante resultante do rompimento da barragem.

O repórter informa como se estivesse em um helicóptero que realiza a cobertura jornalística. A equipe que filma ou que transmite a voz do jornalista é onipresente nestas situações. Pressupõe-se, assim, que o profissional por si só seja o suficiente para a execução da tarefa de noticiar. A cobertura realizada por um ponto de vista panorâmico revela mais do que as pontualidades antes noticiadas; a vista do alto mostra os processos superando as abordagens anteriores, que não consideravam as condições de produção dos fatos: “Mais notícias... O gato salvo pelo Super Não Cosmo, na verdade, era um gato de árvore raro de Dimmsdale. Quando ele é retirado da árvore ele ataca qualquer coisa que esteja correndo e gritando”. O felino ataca a multidão que foge dos desastres naturais.

Depois disto, *Chet* convoca a opinião pública atuando como formador desta com o objetivo de desqualificar o super-herói: “Senhoras e senhores, parece que o Super Não Cosmo é um Super Zero”. O jornalista prossegue: “Tudo o que ele fez saiu errado. Na opinião deste repórter, o Super Não Cosmo deveria sentar no cantinho dele”. *Cosmo* expressa surpresa e tristeza. Ele carrega o jornalista, mas ao ouvir a multidão que grita em coro: “Senta no cantinho, senta no cantinho” começa a chorar e despede-se do repórter: “Lá está seu carro, Sally”. O herói solta *Ubetcha* que cai dentro do vulcão.

Cosmo e *Chet Ubetcha* agiram de forma equivocada: os salvamentos feitos pelo padrinho mágico não foram bem sucedidos porque ele realizou medidas paliativas. O jornalista constrói as notícias com o que apresenta “em mãos”, isto é, ele não busca outras informações, não apura os fatos. Percebe-se, no momento descrito acima e nos anteriores, que não há fontes no processo noticioso, apenas o jornalista que presenciava a situação. Esta

característica revela que o repórter transmite informações sobre o que vê e infere diante dos eventos. Ele encontra-se assegurado na fala institucionalizada de profissional, assim o

[...] modo de dizer do sujeito jornalista [...], o tom em que enuncia, desvela uma instância enunciativa que se considera superior, detentora não apenas de verdades inquestionáveis, mas também do saber formal (o intelectual), que autoriza ironizar e ridicularizar tudo o que considera menor, isto é, um outro com ideias e interesses diferentes dos seus. Esse discurso é enunciado em um tom assertivo, arrogante e irônico, construindo o ethos de um fiador que procura levar o leitor a aderir a uma visão de mundo (CAVALCANTI, 2008, p. 183).

Wanda e Timmy acompanham a situação que se desenvolve na cidade por meio de transmissão televisiva. O menino deseja que tudo retorne ao normal e a desordem termina. *Cosmo* isola-se da família e do afilhado. Com a finalidade de trazê-lo de volta, *Timmy* cria um vilão – o robô Leiteiro – para que o padrinho possa salvar a cidade e sentir-se útil, entretanto, o garoto perde o controle do mesmo e a cidade fica em perigo. *Cosmo* salva o dia e a multidão comemora a façanha reconhecendo-o como herói. *Chet Ubetcha* aparece em primeiro plano e informa sobre o retorno do benfeitor: “Eu sou Sally Ubetcha com as últimas notícias. O Super Não Cosmo não é um Super Zero. Ele é um super-herói”. *Cosmo* volta para a casa de *Timmy* e desiste da vida de heroísmo preferindo a família.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O discurso jornalístico possui a função de tornar o mundo apreensível. Deste modo, os acontecimentos são tratados para que a realidade possa ser interpretada, porém de forma simplificada, considerando-se prioritariamente as pontualidades e não os processos que os configuram. A prática do jornalismo prioriza o enquadre de fenômenos, o que pode resultar em uma abordagem reducionista dos acontecimentos, pautada pelo resumo das situações, classificação dos sujeitos e identificação de posições duais.

Neste sentido, na passagem em que *Chet Ubetcha* reitera que *Super Não Cosmo* é um herói, percebe-se o processo de criação de valores da história. O jornalista apresenta-se como amigo do herói nos momentos em que este é aclamado pelas ações que realiza. Deve-se considerar que é o próprio repórter que constrói o personagem como herói, ele tem este “poder”, conforme se demonstrou na leitura realizada. Nos momentos em que *Super Não Cosmo* necessita do apoio do profissional, este o repudia e manda que ele “sente-se no

cantinho”, designando-o como *Super Zero* e “influenciando” a opinião pública a se posicionar igualmente contra o herói.

Quando *Cosmo* prova seu valor salvando a cidade, o repórter reafirma que ele é um herói. Nesta situação, o discurso de *Ubetcha* encontra-se seguramente “respaldado” na opinião pública porque o jornalista aparece depois da vitória sobre o mal que assola a cidade e faz colocações que corroboram o que o público comemorava. O processo informa sobre um indivíduo tratado de forma isolada da conjuntura histórica em que se encontra, uma vez que, nestes termos, os responsáveis são mais fáceis de serem identificados, as soluções mais rápidas e temporárias. Trazendo tais questões para o âmbito geral das práticas jornalísticas, visualiza-se que neste mecanismo podem ser perdidas a humanização, as condições históricas e sociais e muito da riqueza e da apreensão ampliada que o relato jornalístico poderia propiciar.

O estudo do jornalismo como parte do universo midiático requisita um diálogo entre diversos conhecimentos. Os estudos da linguagem e os estudos culturais se apresentam como intersecção importante para cotejar nosso Campo. Ao focalizar a imagem do jornalista, percebe-se que ela é pautada na cultura em torno do profissional como agente autorizado a falar sobre o que acontece no mundo, elemento de bastante peso inclusive nos produtos de ficção. Um mediador cuja imagem se estabelece na associação entre seriedade e credibilidade, características que precisam reverberar, também, nos materiais resultantes de seu trabalho, e acionadas na constante recriação do que é ser jornalista e fazer jornalismo.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor.; HORKHEIMER, Max. O iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 5-44.
- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1960. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/E-books/005.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2012.
- BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton José (org.). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996. p. 188-193.
- CAVALACANTI, Jauranice Rodrigues. Considerações sobre o ethos do sujeito jornalista. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (org.). **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p.173-184.
- CHET Ubetcha. 2010. Disponível em: <http://fairlyoddpapers.wikia.com/wiki/Chet_Ubetcha>. Acesso em: 15 jul. 2012.

COSMO. 2010. Disponível em:

<http://fairlyoddpairs.wikia.com/wiki/Fairly_Odd_Parents_Wiki:Featured_Article/History. Acesso em: 15 jul. 2012.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais** – Uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FECHINE, Yvana. Procedimentos e configurações espaço-temporais no telejornal. In: VIZEU, Alfredo (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2008. p. 109-124.

GOMES, Mayra. **Jornalismo e ciências da linguagem**. São Paulo: Hacker: Edusp, 2000.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Formação discursiva, mídia e identidades. In: FERREIRA, Maria Cristina; INDURSKY, Freda (orgs.). **Análise do discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites**. São Carlos: Claraluz, 2007, p. 173-186.

LEAL, José Carlos. **O Universo do Mito**. Rio de Janeiro: Mahatma Gandhi Espaço Cultural, 1996.

MAROCCO, Beatriz. O jornalista, as práticas discursivas e uma nova figura: o produtor.

ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política. v. 9, n. 17. Rio de Janeiro: PUC - Rio, 2008. Disponível em:<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n17_Marocco.pdf>. Acesso em: 25 maio 2012.

MAROCCO, Beatriz. **Uma via alternativa de reflexão sobre as práticas jornalísticas**.

Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo, 1, Brasília, julho, 2011.

Disponível em: <<http://www.mejor.com.br/index.php/mejor2011/MEJOR/paper/view/25/10>>. Acesso em: 25 maio 2012.

MAY, Rollo. **A Procura do Mito**. São Paulo: Manole, 1992.

MORETZOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano, do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

MUNEIRO, Lílian Carla; ROCHA, Arthur de Oliveira. **Asinhas, Varinhas e Coroinhas: Análise Semiótica Discursiva do Desenho Animado “Os Padrinhos Mágicos”**. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, setembro de 2011. CD-ROM.

NESTERIUK, Sergio. **Dramaturgia de série de animação**. São Paulo: uma edição do primeiro Programa de fomento à produção e teledifusão de séries de animações brasileiras - ANIMATV, 2011. Disponível em:

<http://issuu.com/animatv/docs/dramaturgia_de_serie_de_animacao>. Acesso em: 10 out. 2011.

NEVEU Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

ORLANDI, Eni. Análise de discurso. In: ORLANDI, Eni; LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy (orgs.). **Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade**. São Paulo: Pontes, 2006. p.13-31.

RESENDE, Fernando. Às desordens e aos sentidos: a narrativa como problema de pesquisa. In: SILVA, Gislene (et al.) (orgs.). **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 119-138.

SILVA, Gislene. Jornalismo e construção de sentido: pequeno inventário. **Caligrama:**

Revista de Estudos e Pesquisas em Linguagem e Mídia. v. 1, n. 3. São Paulo: USP, 2005.

Disponível em: <http://www.eca.usp.br/caligrama/n_3/GisleneSilva.pdf>. Acesso em: 25 maio 2012.

SUPER ZERO. In: **Os Padrinhos Mágicos** (*The Fairly OddParents*), 8ª temporada, episódio 10. EUA, 2011.

THE FAIRLY OddParents. Disponível em:

<[http://fairlyoddparents.wikia.com/wiki/Fairly_Odd_Parents_Wiki:](http://fairlyoddparents.wikia.com/wiki/Fairly_Odd_Parents_Wiki:Featured_Article/History)

[Featured_Article/History](http://fairlyoddparents.wikia.com/wiki/Fairly_Odd_Parents_Wiki:Featured_Article/History)>. Acesso em: 20 fev. 2012.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus editorial, 2011.

Original submetido em: 28/10/2012

Aceito para publicação em: 10/05/2014

Maria Aparecida Pinto

Mestranda em Comunicação Social
na Universidade Federal de Minas
Gerais. Bolsista do CNPq.
Bacharel em Jornalismo pela
Universidade Federal de Ouro
Preto.

Reges Schwaab

Doutor em Comunicação e
Informação pela Universidade
Federal do Rio Grande do Sul.
Professor do Departamento de
Ciências da Comunicação da
Universidade Federal de Santa
Maria – Campus Frederico
Westphalen.