



Quadrinhos – Cinema – Jornalismo Cultural: Análise de Conteúdo da cobertura do caderno *Ilustrada* sobre *X-Men: O filme* e suas seqüências¹

Ana Laura Moura dos Santos Azevedo²

Universidade Metodista de São Paulo

Resumo

Este artigo visa à análise da cobertura de adaptações de quadrinhos para o cinema pela *Ilustrada*, caderno de Cultura da *Folha de S. Paulo*, tendo como objetivo principal verificar como evoluiu essa cobertura à medida que essas adaptações ocuparam uma fatia cada vez maior do mercado cinematográfico hegemônico, especialmente de 2000 a 2006. Foi analisada a cobertura de *X-Men: O filme* (2000) e suas seqüências, produções representativas da recente “leva” de adaptações de quadrinhos para o cinema. Além da pesquisa bibliográfica, utilizamos a técnica da Análise de Conteúdo. Concluímos que nas três coberturas analisadas houve pouco aprofundamento e baixa diversidade de fontes e abordagens, tendo a cobertura do terceiro filme evoluído em relação às anteriores em poucos aspectos, mas com aprofundamento e diversidade ainda menores.

Palavras-chave

Jornalismo cultural; análise de conteúdo; adaptação; quadrinhos; cinema.

Introdução

As adaptações de Histórias em Quadrinhos (HQs) marcam presença no cinema desde o seu início (CIRNE, 1982, p. 15), mas na década atual têm ocupado um lugar de maior destaque dentre as produções com grandes orçamentos e bilheterias no cinema hegemônico, o *hollywoodiano* (AZEVEDO, 2006, p. 15-21).

Estudamos a evolução da cobertura dada pela *Ilustrada* – caderno de Cultura da *Folha de S. Paulo* (FSP) – a adaptações de HQs para o cinema à medida em que estas ocupam uma fatia cada vez maior do mercado cinematográfico, de 2000 a 2006. Escolhemos a *Ilustrada* por ser parte do jornal de maior circulação no Brasil (cerca de 1,8 milhão de leitores), tendo, além disso, forte influência na grande imprensa brasileira.

As adaptações cinematográficas de *X-Men* possuem destaque tanto no aspecto comercial quanto em relação à fidelidade aos quadrinhos – dentre as grandes produções, costumam ser apontadas como algumas das mais fiéis. Além disso, o primeiro *X-Men* foi lançado em 2000, ano que é um marco no retorno ao investimento em adaptações de quadrinhos para o cinema, especialmente da *Marvel Comics* (AZEVEDO, 2006, p. 20), e as continuações são de 2003 e 2006. Sendo assim, a análise das matérias sobre esses filmes propicia a visualização da evolução ou não da cobertura sobre o tema no período.

¹ Trabalho apresentado no II Altercom – Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais. (adaptado da Monografia de Conclusão de Curso orientada pela Prof^a Dr^a Marli dos Santos, apresentada à Especialização em Jornalismo Cultural da Universidade Metodista de São Paulo em 2006 – Cf. AZEVEDO, 2006)

² Especialista em Jornalismo Cultural pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. Graduada em Comunicação Social / Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina – UEL. (analaoramoura@yahoo.com.br)

Delimitamos a pesquisa a um mês antes e depois do lançamento de cada um dos filmes no Brasil. Assim, o *corpus* se constituiu dos textos (incluindo reportagens, notas, críticas, entrevistas, boxes, legendas, chamadas, etc.) publicados na *Folha Ilustrada* sobre as adaptações cinematográficas da HQ *X-Men*, da *Marvel Comics*, nos seguintes períodos: Cobertura A: *X-Men: O filme* (11/07 a 11/09/2000); Cobertura B: *X-Men 2* (01/04 a 01/06/2003) e Cobertura C: *X-Men: O confronto final* (26/04 a 26/06/2006).

A pesquisa se iniciou pela busca no *site* da *Folha de S. Paulo*, excluindo os textos de “Programação de TV”, “Endereços e Horários”, “Maiores Bilheterias” e “Erramos”, que constituem *serviços ao leitor*. Porém, foram mantidas foto-legendas que estão em “Programação” e “Filmes”, que têm tratamento jornalístico. Como o resultado da pesquisa no *site* incluiu matérias em outros cadernos e suplementos, fizemos o levantamento apenas quantitativo dos textos que aparecem fora da *Folha Ilustrada*.

Após o mapeamento das datas em que há matérias sobre o tema, recorremos às edições impressas para análise do contexto em que foram publicadas e de chamadas, fotos, legendas, etc. Aplicamos o método de Análise de Conteúdo, enquadrando os textos nas categorias definidas antes – com referência no estudo de Barbieri (2001) – e durante a pesquisa - de acordo com o exigido pelo próprio material analisado.

Bauer e Gaskell (2002, p. 191) afirmam que a Análise de Conteúdo implica em tratamento estatístico dos dados, servindo de “ponte entre o formalismo estatístico e a análise qualitativa dos materiais”. Seguindo a organização proposta por Laurence Bardin (2002), nossa análise se deu em três fases: pré-análise, análise do material e inferência e interpretação.

A seguir, trazemos as categorias de análise, que totalizaram oito: espaço; destaque; imagens; gêneros jornalísticos; tempo; fontes; referência às HQs; abordagem. A Monografia que deu origem a este artigo traz todas as tabelas em que se demonstra como cada um dos textos se enquadra nas categorias (AZEVEDO, 2006, p. 47-73), mas aqui reproduzimos apenas os gráficos finais que comparam os dados das coberturas, junto da descrição das categorias e da análise apreendida.

Categoria 1: Espaço

Os gráficos 1 e 2 comparam o espaço utilizado em cada cobertura, em números de textos, edições, páginas e caracteres, e o Gráfico 3 traz a comparação da proporção de quantidade de caracteres dos textos presentes na *Ilustrada* e em outras editorias em cada um dos períodos pesquisados. *Boxes* e quadros que apareceram na internet como textos diferentes entre si foram listados como textos separados, e aqueles não exibidos

na busca no *site* foram considerados como Imagens (Categoria 3).

Gráfico 1 - Espaço - Número de Textos, Edições e Páginas no caderno Ilustrada

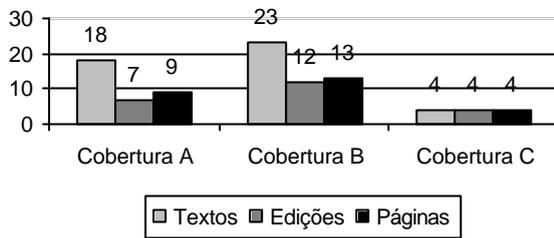


Gráfico 2 - Espaço - Número de Caracteres no caderno Ilustrada

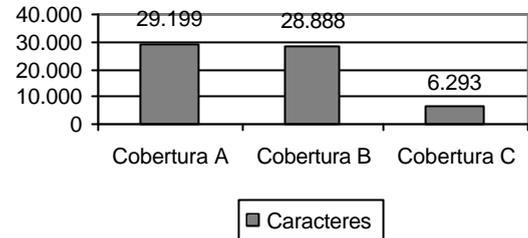
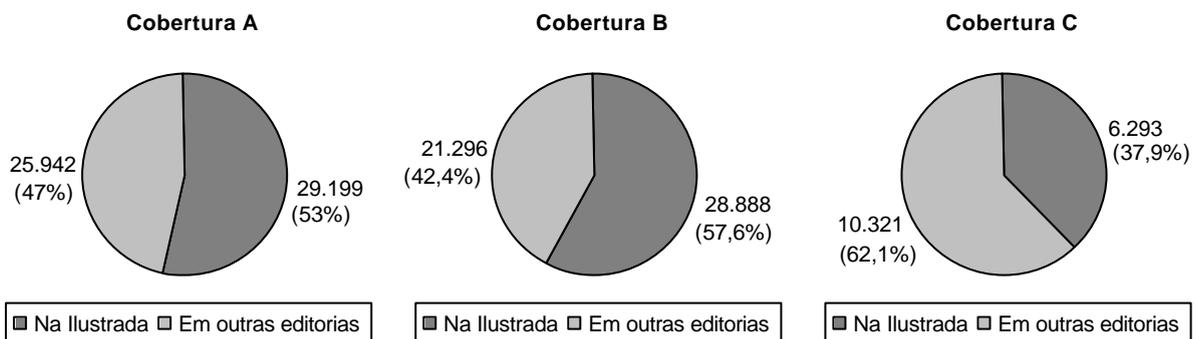


Gráfico 3 - Espaço - Comparação entre o número de caracteres nos textos publicados na *Folha Ilustrada* e em outras editorias



Como podemos observar pelos Gráficos 1 e 2, enquanto da cobertura do primeiro filme para a do segundo houve uma pequena diminuição no espaço conferido pelo caderno, mas com uma distribuição em mais textos, edições e páginas, a cobertura do terceiro ocupou um espaço muito menor, não chegando a 22% dos anteriores.

Como há também textos sobre o tema fora do caderno *Ilustrada*, esta diferença poderia ter sido compensada por uma transferência para outras editorias. Porém, o Gráfico 3 demonstra que na Cobertura C o espaço em outras editorias também diminuiu, embora tenha aumentado em relação ao espaço na *Ilustrada*. Na Cobertura B a porcentagem dos textos presente na *Ilustrada* é a maior, o que evidencia que houve uma atenção ligeiramente maior do caderno à cobertura do filme lançado em 2003 do que à do lançado em 2000, e muito maior do que à do lançado em 2006.

Levando em consideração a relação entre o jornalismo cultural e o mercado (MIRANDA, 2001, p. 57), podemos buscar algumas explicações nos dados mercadológicos sobre os filmes. Enquanto o primeiro arrecadou só nos Estados Unidos mais que o dobro do que custou, quase 210%, o segundo não chegou a arrecadar o dobro dos gastos, mas atingiu mais de 195% (AZEVEDO, 2006, p. 20). Já o terceiro arrecadou nos EUA apenas pouco mais de 110% do que custou (IMDb, 2007).

Enquanto para o segundo filme havia uma forte expectativa, gerada pela grande arrecadação do primeiro, a queda nos lucros no segundo filme pode ter baixado as

expectativas quanto ao terceiro, aliando-se ainda à alteração do diretor, que vinha sendo elogiado. E a arrecadação proporcionalmente bem menor de *X-Men: O confronto final* pode ter influenciado ainda mais na diminuição do espaço conferido a sua cobertura.

A quantidade de ingressos vendidos no Brasil também pode colaborar na análise. Não encontramos o número relativo ao primeiro filme, mas enquanto *X-Men 2* vendeu 3.541.724 entradas até dois meses depois da estréia, *X-Men: O confronto final* ficou um pouco abaixo, com 3.276.585 até três meses depois do lançamento (IMDb, 2007).

Embora o espaço conferido ao tema pela *Ilustrada* tenha diminuído ao mesmo tempo em que caiu o desempenho mercadológico das adaptações de *X-Men* para o cinema, não temos elementos para afirmar que há uma relação direta. A análise de outras categorias pode contribuir para a elucidação da vigência ou não desta relação.

Categoria 2: Destaque

Como há textos que não têm os filmes como assunto principal, dividimos esta categoria em duas fases. Na primeira, avaliamos o destaque dado a cada texto dentro do jornal; na segunda, o destaque dado ao tema dentro de cada texto. Para ter parâmetro de comparação entre as coberturas, atribuímos pontos a cada nível de destaque e calculamos o *índice de destaque* de cada matéria, do tema dentro de cada matéria e por fim do tema dentro de cada cobertura, dividindo os pontos obtidos pelo máximo de pontos que poderia ser alcançado.

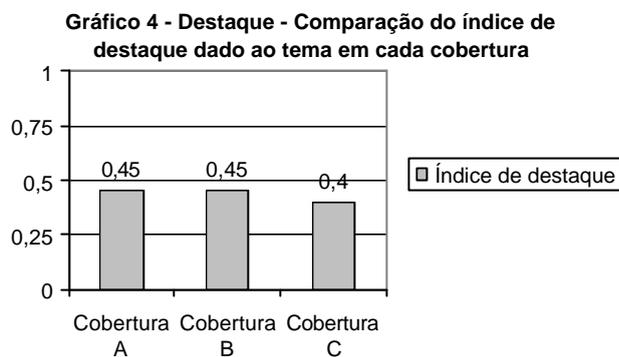
Dois aspectos são importantes para avaliar o destaque que é dado a uma matéria em um jornal: se ela possui chamada na capa do jornal e/ou do caderno e qual a sua posição – como há matérias na capa da *Ilustrada*, esta é a página de maior destaque, seguida pelas páginas ímpares, sendo as pares as de menor destaque. Além disso, deve-se considerar a posição em que a matéria se encontra dentro da página – possuem maior destaque as que estiverem mais próximas do topo e do lado de fora.

Assim, os elementos que permitem verificar o destaque de determinada matéria são: a) Chamada (possui ou não) – na capa da *Folha de S. Paulo* = 2 pontos / na capa da *Ilustrada* = 1 ponto; b) Localização (página) – capa da *Ilustrada* = 2 pontos / página ímpar = 1 ponto / página par = sem pontuação; c) Localização vertical – topo = 2 pontos / centro = 1 ponto / rodapé = sem pontuação; d) Localização horizontal – do centro para fora = 2 pontos / centro = 1 ponto / do centro para dentro = sem pontuação.

Para avaliar o destaque que o tema analisado tem em cada matéria, elaboramos as seguintes subcategorias: assunto principal = 2 pontos / assunto secundário = 1 ponto / apenas menção = sem pontuação.

O máximo de pontos que cada matéria pode obter em cada subcategoria é 2; sendo assim, o máximo total que cada texto pode atingir é 10. Para estabelecer o *índice de destaque de cada texto*, dividimos seu total obtido pelo máximo possível (10). Dessa forma, o índice máximo é 1 (10/10) e o mínimo é 0 (0/10).

O *índice de destaque na cobertura* foi determinado pela divisão do total de pontos obtidos (somando-se os pontos de todos os textos) pelo máximo que se poderia atingir. Por exemplo, uma cobertura composta por 5 textos poderia atingir no máximo 50 pontos; se ela atinge 40, dividimos 40/50 e obtemos o índice 0,8. O índice obtido em cada período foi o parâmetro de comparação entre as três coberturas analisadas.



Como se pode observar no Gráfico 4, não houve uma grande diferença no destaque conferido ao tema em cada uma das coberturas analisadas. De acordo com os critérios que estabelecemos, a cobertura de nenhum dos três filmes chegou sequer à metade do destaque máximo que o jornal poderia lhe conferir.

Nas duas coberturas em que o tema ocupou maior espaço, o destaque ao tema aconteceu no mesmo grau, sendo também maior do que na terceira. Porém, apesar da grande queda em espaço entre as Coberturas B e C, o destaque conferido ao tema não chegou a cair tanto, mantendo-se próximo do atingido nas coberturas anteriores.

Categoria 3: Imagens

Analisamos a presença ou não de fotos e/ou artes, bem como o conteúdo delas. Consideramos *fotos* imagens reproduzidas pelo caderno, mesmo que se trate de fotografia de ilustrações das HQs, e chamamos de *artes* as imagens produzidas pela própria equipe de arte do jornal, como infográficos, montagens e charges ou caricaturas.

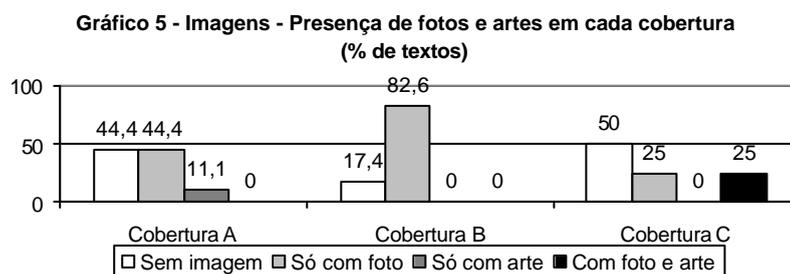


Gráfico 6 - Fotos - O que é retratado nas fotos em cada cobertura (quantidade)

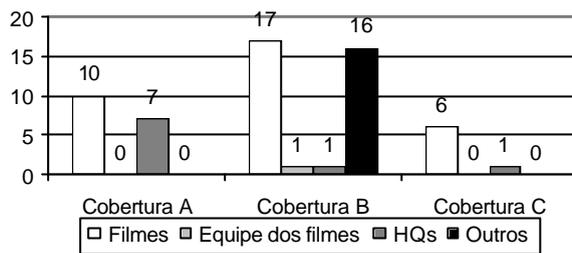
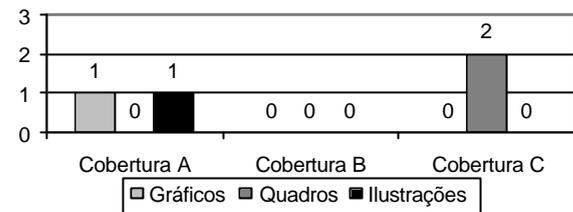


Gráfico 7 - Artes - Quais os tipos de arte em cada cobertura (quantidade)



Pelo Gráfico 5, observamos que a Cobertura B foi a que possuiu maior porcentagem de textos com imagens (82,6%), sempre fotos. A Cobertura A traz um pouco mais da metade dos textos com imagens, algumas delas artes, mas mantendo a predominância das fotos. Na Cobertura C, temos um equilíbrio entre os textos com e sem imagens (50% de cada), e as fotos continuam predominando em relação às artes.

Quando partimos para a análise do conteúdo das fotos (Gráfico 6), observamos que são mais enfatizadas as provenientes dos filmes. Na Cobertura B é forte também a presença de fotografias de “outros” (sem relação com os filmes ou as HQs), sendo que em nenhum dos textos que traz essas fotos *X-Men 2* foi o assunto principal.

Apenas na Cobertura A o número de fotos de HQs é expressivo, aparecendo uma em cada uma das seguintes. Ao chegarmos à Categoria 7 (Referência à HQ), teremos mais elementos, mas já é possível notar que a ênfase maior é dada aos personagens e cenas que aparecem nos filmes, não às HQs originais.

Evidencia-se na forte predominância de imagens dos filmes uma ligação direta com o produto que está sendo vendido no momento. Não nos aprofundamos mais na análise das imagens, mas em nenhuma das coberturas falta ao menos uma foto do personagem Wolverine, apontado pelas próprias matérias como o mais popular. Uma análise de quais os personagens e cenas retratados provavelmente reafirmaria a ligação com a proposta mercadológica.

A ausência de fotos do público ou de especialistas denota também outra característica, mais discutida ao tratarmos da Categoria 6 (Fontes). Não teria sentido o aparecimento de tais fotos se não há nas matérias entrevistas com expectadores dos filmes ou com especialistas em áreas como cinema e HQ que poderiam discutí-los.

As Artes (Gráfico 7) tiveram participação pequena, nem sequer aparecendo na Cobertura B. Três das artes identificadas são o que a *Folha de S. Paulo* chama de *infográficos* (que abrangem mapas, gráficos, descrições visuais, etc.). O da Cobertura A traz um gráfico de comparação do faturamento de filmes nos EUA em 1999 e 2000, e os da Cobertura C compõem quadros explicativos do tipo que a própria *FSP* afirma ter

decidido enfatizar na reforma gráfica realizada em 2006 (FOLHA, 2006).

A *ilustração* presente na Cobertura A compõe a apresentação gráfica da coluna de Contardo Calligaris, em que o texto se encontra. Este tipo de arte é comum nas colunas do gênero comentário que aparecem no caderno *Ilustrada*, como é o caso desta.

Categoria 4: Gêneros jornalísticos

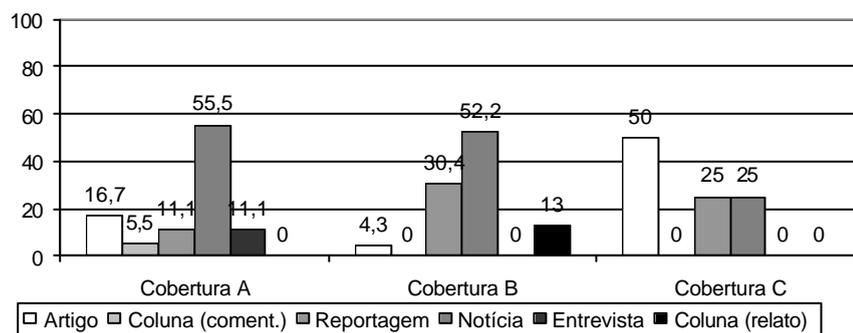
Empregamos a classificação proposta por Manuel Chaparro (1998), que critica a utilização do paradigma informação/opinião. Para o autor, os gêneros estão atrelados à prática, não a um critério externo de se posicionar entre a neutralidade e o envolvimento: “A questão não é moral nem ética, mas técnica: para o relato dos acontecimentos, a narração é mais eficaz” (CHAPARRO, 1998, p. 113).

Segundo ele, mesmo nos textos ditos informativos “[...] os juízos de valor estão lá, implícitos, nas intencionalidades das estratégias autorais, e explícitos, nas falas (escolhidas) dos personagens, às vezes até nos títulos” (CHAPARRO, 1998, p. 114).

Chaparro identifica os gêneros *relato* e *comentário*, remetendo aos esquemas narrativo e argumentativo, e os divide em espécies e subespécies (CHAPARRO, 1998, p. 123): a) comentário – a.1) espécies argumentativas: artigo / crônica / cartas / coluna; a.2) espécies gráfico-artísticas: caricatura / charge; b) relato – b.1) espécies narrativas: reportagem / notícia / entrevista / coluna; b.2) espécies práticas: roteiros / indicadores / agendamentos / previsão de tempo / cartas-consulta / orientações úteis.

Como excluímos os textos considerados de serviços, não consideramos as *espécies práticas* do gênero *relato*. Também não há na amostra nenhuma das *espécies gráfico-artísticas* do gênero *comentário*, tampouco as subespécies crônica e carta.

Gráfico 8 - Gêneros Jornalísticos em cada cobertura (%)



Enquanto nas Coberturas A e B predominou a subespécie *notícia*, o que mais apareceu na C foi o *artigo*. Considerando apenas os gêneros *comentário* e *relato*, podemos observar que eles possuem espaço equilibrado nesta última cobertura, enquanto que na primeira o *relato* ocupou mais de 3/4 e na segunda o *comentário* teve bem pouca expressão, aparecendo em menos de 5% dos textos. Ou seja, as coberturas

que ocuparam maior espaço na *Ilustrada* (A e B) foram aquelas nas quais os textos argumentativos tiveram relativamente menor peso, enquanto na cobertura que ocupou menor espaço os dois gêneros apareceram em quantidade de textos equivalente.

A subespécie do gênero *relato* que prevalece é a *notícia*, que, segundo Chaparro (1998), é apenas descritiva. Isso significa que o relato puro e simples de fatos e dados predominou em relação a um possível aprofundamento maior de suas causas, conseqüências e implicações. A terceira cobertura apresentou menos discrepância entre descrição e aprofundamento, pois a subespécie *notícia* aparece em quantidade equivalente ao número de *reportagens*. O gênero *entrevista* apareceu somente na Cobertura A, e como veremos ao tratar da Categoria 6 (Fontes) as duas entrevistas presentes são de fontes vinculadas ao filme.

Apenas na Cobertura A o tema foi tratado em uma *coluna* do gênero *comentário*, mas *X-Men* aparece nesse texto como assunto secundário, o que torna quase inexistente a presença do tema em colunas assinadas argumentativas. Quando se trata da *coluna* do gênero *relato*, também não se encontram muitos textos nas coberturas analisadas. Apenas na Cobertura B eles aparecem, e são apenas três, sendo que em dois deles o tema é assunto secundário, aparecendo como principal em somente um dos textos.

A diversidade de subespécies foi maior nas Coberturas A e B do que na C, mas o equilíbrio entre os gêneros *relato* e *comentário* foi maior na última. Podemos traçar um paralelo com a reflexão de José Geraldo Couto (1996, p. 130) de que a opção pela extensão representa ao mesmo tempo uma perda da profundidade. As coberturas que tiveram maior espaço foram as que dedicaram uma menor proporção desse espaço aos gêneros argumentativos e às subespécies mais aprofundadas do gênero relato.

Categoria 5: Tempo

Buscando aferir qual o grau de antecipação, imediatismo ou análise posterior das coberturas, identificaremos quantas semanas antes ou depois do lançamento dos filmes cada texto foi publicado. O Gráfico 9 foi elaborado visando permitir a visualização da intensidade de textos publicados em cada período em cada uma das coberturas.

Gráfico 9 - Distribuição dos textos no tempo em relação à data de lançamento

Cobertura A	12 (66,6%)		4 (22,2%)		2 (11,1%)
Cobertura B	4 (17,3%)	1 (4,3%)	11 (47,8%)	4 (17,3%)	3 (13%)
Cobertura C			1 (25%)	1 (25%)	2 (50%)
	De duas semanas a um mês antes	Até duas semanas antes	Na data do lançamento	Até duas semanas depois	De duas semanas a um mês depois
	<input type="checkbox"/> Nenhum texto	<input type="checkbox"/> Até 25% dos textos	<input type="checkbox"/> De 25 a 50% dos textos	<input type="checkbox"/> Mais de 50% dos textos	

No próprio conteúdo podemos encontrar algumas explicações para a antecipação

maior do assunto na Cobertura A. O segundo texto desta cobertura (DÁVILA, 2000) trata da estreia de *X-Men: O filme* nos EUA, que ocorreria no dia 14/07, quase um mês antes do lançamento no Brasil. Todos os textos publicados de um mês a uma semana antes do lançamento na Cobertura A que têm o filme como assunto principal tratam desta estreia nos cinemas norte-americanos e/ou são motivados por ela. Como era novidade uma produção cinematográfica baseada nos mutantes da *Marvel*, e sua estreia nos EUA gerava já expectativa no Brasil, é compreensível uma forte demanda por textos sobre o assunto mesmo faltando ainda quase um mês para o lançamento no país.

No período da Cobertura B, o filme também foi lançado antes nos EUA, mas apenas cerca de uma semana. Ao que parece, essa diferença menor entre as datas, aliada ao fim da expectativa da novidade, contribuiu para uma concentração menor das matérias antes da data do lançamento, ficando mais expressivo o aparecimento de textos na própria data de estreia no Brasil.

Essa relação da antecipação do assunto com o lançamento no exterior se confirma ainda mais ao repararmos que *X-Men: O confronto final* teve uma única data de lançamento mundial³, e os textos da Cobertura C começam a aparecer justamente nesta data. Mais uma vez as tendências identificadas na *Ilustrada* coincidem com as movimentações do mercado.

Ao que parece, mesmo o caráter “antecipativo” que Márion Strecker e Zuenir Ventura (apud NUNES, p. 3) atribuem ao jornalismo da *Ilustrada* tem seus limites no grau de antecipação motivado pela colocação dos produtos noticiados no mercado.

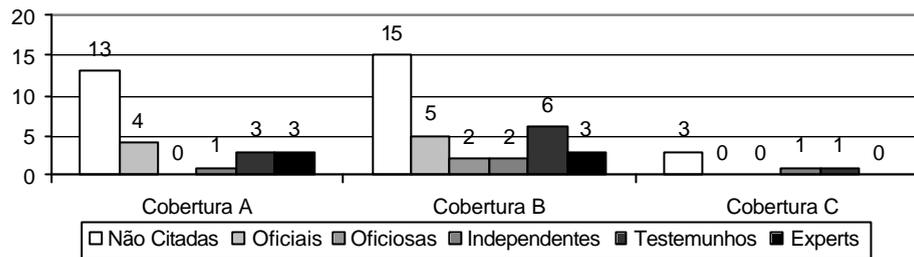
Categoria 6: Fontes

Utilizamos a classificação de Nilson Lage (2006). Além das listadas abaixo, o autor classifica as fontes em primárias (que trazem o essencial, como fatos, versões e números) e secundárias (ouvidas “... para a preparação de uma pauta ou a construção das premissas genéricas ou contextos ambientais”), mas excluimos esta classificação, já que analisamos apenas os textos publicados no jornal, não tendo sempre condições de perceber fontes consultadas em sua preparação.

Classificamos as fontes apresentadas nos textos analisados de acordo com as seguintes subcategorias: a) oficiais / oficiosas / independentes; b) testemunhos / *experts*. O número de textos em que se encontra cada tipo de fonte nas coberturas é comparado no Gráfico 10.

³ Em alguns países houve pré-estréias, mas a data de 26/05/06 foi divulgada como estreia mundial e foi a data em que o filme estreou tanto nos EUA quanto no Brasil.

Gráfico 10 - Fontes - Quantidade de Textos em que é encontrado cada tipo de fonte



A maioria dos textos não cita qualquer fonte, e entre as citadas predominam as *oficiais* e as com caráter de *testemunho*. Já sabíamos que provavelmente não identificaríamos muitas do tipo *expert*, já que na própria definição de Lage (2006) este tipo aparece como muitas vezes utilizado na composição prévia, não necessariamente citado no texto, mas a explicação para tantos textos sem citação de fontes e a pequena diversidade encontrada não é tão simples.

Quanto às fontes *oficiais* que trataram diretamente de *X-Men*, encontramos apenas o diretor dos dois primeiros filmes Brian Singer (fonte que aparece mais vezes, em quatro textos da Cobertura A e um da B) e o ator Hugh Jackman (que interpreta Wolverine), entrevistado em um texto da Cobertura A. Consideramos fontes *independentes* a menção a agências internacionais em um texto da Cobertura A e as fotos fornecidas pela MTV para as foto-legendas identificadas na Cobertura B. Nenhuma das fontes citadas Cobertura C trata do tema analisado.

Dos textos em que aparece o diretor Brian Singer, identificamos a característica de *expert* em dois (ambos presentes na Cobertura A), já que nestes suas declarações servem como gancho ou motivação, não configurando *testemunho*. É natural que o diretor do filme apareça como fonte, e é também compreensível que se entreviste o ator que interpreta personagem de mais sucesso. Porém, ao identificarmos que além destas duas fontes somente há referência a veículos de comunicação, evidencia-se a pouca diversidade de fontes nas matérias.

Não há nos textos analisados falas de espectadores, fãs das HQs ou não, ou de especialistas que discutam temas como cinema ou HQ. Aparecem afirmações sobre o que os chamados de *X-fãs* acharam dos filmes, ou sobre as diferenças e semelhanças em relação às HQs, mas o fato de que as fontes dessas informações, quando citadas, são sempre oficiais, ou seja, ligadas à produção do filme, acaba por comprometê-las.

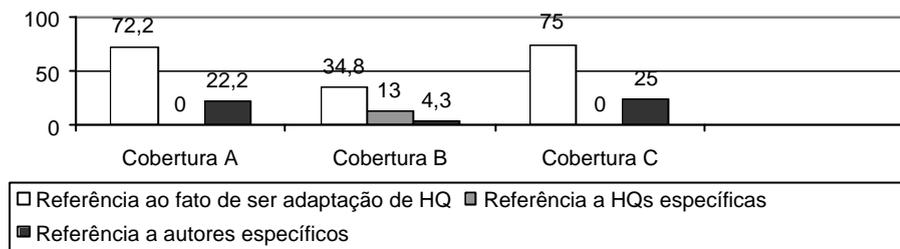
Como não tivemos acesso ao material de divulgação (*releases*) enviado à imprensa, não podemos identificar com precisão o quanto as coberturas analisadas estão permeadas pela *releasmania* de que fala Gerson Lima (1985). Ainda assim, a forte

presença de textos sem indicação de fontes e a predominância de fontes oficiais dentre as citadas constitui um indício de cobertura pautada pela divulgação oficial.

Categoria 7: Referência à HQ

Procuramos identificar se os textos fazem ou não referência ao fato dos filmes serem adaptações de HQs, e se existe a citação de HQs e autores específicos.

Gráfico 11 - Porcentagem (%) de textos em que há Referência à HQ



Apenas na Cobertura B menos da metade dos textos faz referência ao fato de *X-Men* ter se originado nos quadrinhos. Em 75% dos textos da Cobertura C, e em quase a mesma porcentagem da Cobertura A, aparece esta referência. Mas também é somente na Cobertura B que identificamos referências a revistas específicas apontadas como inspiradoras dos filmes.

Quanto à citação de autores específicos, também há uma tendência semelhante nas Coberturas A e C, que a fazem em cerca de 1/4 dos textos, e outra na Cobertura B, que não chega a citar autores nem em 5% de seus textos. Porém, é também na Cobertura B que encontramos uma maior diversidade de autores citados. Enquanto os textos da Cobertura A citam somente Stan Lee como criador dos *X-Men*, na Cobertura C há referência a ele e também a Jack Kirby. Na Cobertura B, aparecem os dois, e é citado também Chris Claremont, como roteirista da revista “Conflito de uma Raça”. As outras HQs citadas na Cobertura B são “Saga da Fênix”, “Arma X” e “Origem”.

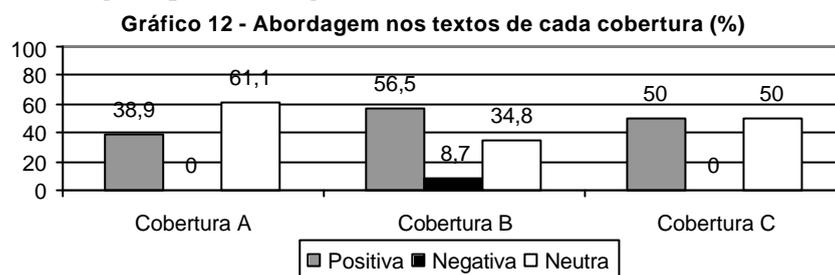
Ao mesmo tempo em que houve uma preocupação maior nas Coberturas A e C em citar que os filmes se basearam em HQs, estas foram as matérias com menor aprofundamento sobre esta relação. Apesar de não ter tantos textos que citam a relação dos filmes com os quadrinhos, a Cobertura B é a única que cita revistas específicas ao tratar do tema. Novamente parece se reafirmar a reflexão de José Geraldo Couto (1996, p. 130) de que a “... opção pela extensão [se dá] em detrimento da profundidade ...”.

Categoria 8: Abordagem

Contando o número de argumentos positivos e negativos presentes em cada texto, procuramos identificar o caráter da abordagem das coberturas. Nos textos do

gênero relato, serviu como critério de desempate o *lead*⁴. Nos casos de “críticas” acompanhadas de uma qualificação (ex: bom, regular), esta nota serviu para desempate.

Levando em consideração a ligação entre jornalismo e mercado, encontrada especialmente nos cadernos culturais (MACHADO, 2001), julgamos como favoráveis os argumentos mercadológicos, como referências a alta arrecadação em bilheteria, a participação de ganhadores de Oscar, etc. Da mesma forma, consideraremos desfavoráveis os argumentos que relatem, por exemplo, queda nas posições de maiores bilheterias. No Gráfico 12, comparamos a porcentagem de textos em que predomina cada tipo de abordagem: positiva, negativa ou neutra.



Como vemos, a abordagem negativa é a que menos aparece, não predominando em nenhum texto das Coberturas A e C. E a Cobertura B, na qual a abordagem negativa ocupa quase 9% dos textos, é também a que possui a maior porcentagem de textos com abordagem positiva. Sendo assim, apesar de haver mais textos com abordagem neutra, a que predomina é a visão positiva, já que a neutra não chega a anulá-la.

Os dois textos que apresentam abordagem negativa apareceram em uma *coluna* do gênero *relato*, especificamente a de Mônica Bérghamo. Assim, por exclusão, todos os textos do gênero *comentário* nas três coberturas têm abordagem positiva ou neutra.

O gênero *relato* (CHAPARRO, 1998) se atém à descrição ou narração de fatos, enquanto a discussão de idéias, atribuição de valores, fica para o gênero *comentário*. Assim, podemos afirmar que quando aparece a abordagem negativa do tema nas coberturas analisadas ela advém de acontecimentos específicos, não da discussão realizada ou dos valores atribuídos aos filmes. Há também argumentos desfavoráveis dentro de textos argumentativos, mas estes se compensam nos próprios textos por argumentos favoráveis, resultando em uma abordagem positiva ou neutra.

⁴ A técnica do *lead*, também chamada de “pirâmide invertida”, pressupõe a síntese das informações básicas no início da notícia, preferencialmente no primeiro parágrafo, sendo recomendada por diversos autores e manuais de redação. Adelmo Genro Filho (1987), um dos críticos desta técnica, cita os méritos apontados por Cardet: “[...] bastará ler esse primeiro parágrafo para que o leitor fique inteirado do acontecimento; [...] mesmo que não haja tempo de ler os restantes, [...] fica sempre fixado o essencial da informação no primeiro”. Dessa forma, podemos considerar a abordagem adotada no *lead* como indicativa da abordagem geral do texto.

A Cobertura A, que ocupou maior espaço, é a que possui maior porcentagem de textos com abordagem neutra. Enquanto da primeira para a segunda cobertura tivemos uma pequena queda no espaço e manteve-se o destaque do tema, a abordagem se alterou bastante, com um aumento dos textos positivos para mais da metade e o aparecimento de textos negativos. Já na Cobertura C, em que houve expressiva queda no espaço e pequena queda no destaque do tema, a tendência da abordagem se aproximou novamente da apresentada na Cobertura A.

Considerações Finais

Quanto à nossa pergunta-problema – *A abordagem adotada pela Ilustrada na cobertura de adaptações de quadrinhos para o cinema se alterou à medida que essas adaptações ocupam uma fatia cada vez maior do mercado cinematográfico?* – podemos responder que, quanto aos filmes analisados, esta cobertura se alterou em alguns aspectos e em outros manteve as mesmas características entre 2000, 2003 e 2006.

A alteração mais visível se deu quanto ao espaço ocupado. Enquanto as Coberturas A e B tiveram um espaço mais ou menos equivalente, na Cobertura C houve uma diminuição expressiva. Constatamos que uma queda correspondente aconteceu no desempenho mercadológico do terceiro filme em relação aos dois primeiros, mas não podemos afirmar que há uma relação direta.

Utilizando a classificação de gêneros de Chaparro (1998) pudemos perceber que o que predominou, tomando as três coberturas analisadas como um todo, foi o gênero *relato*, caracterizado pela simples descrição ou narração de fatos, e dentro deste gênero sua subespécie menos aprofundada, a *notícia*. Na terceira cobertura analisada, houve uma porcentagem maior de textos do gênero *comentário* do que nas anteriores, o que pode indicar uma tendência a um equilíbrio maior entre os gêneros argumentativo e narrativo dentro da cobertura da *Ilustrada* sobre adaptações de HQs para o cinema.

Não tivemos como constatar quais informações são provenientes de *releases* ou não, mas nossa análise sobre as fontes demonstrou que na maioria dos textos elas não são sequer citadas, e quando aparecem são predominantemente oficiais, ligadas diretamente à produção dos filmes. Esta característica é um indício de que as coberturas analisadas se basearam diretamente na divulgação oficial.

O caderno não se preocupou em contemplar diversas visões, e a diversidade das fontes é ainda menor na terceira cobertura do que nas duas anteriores. Além disso, como demonstrou a análise da *abordagem* das matérias, há poucas visões diferentes nos argumentos presentes nos textos, que são em sua maioria favoráveis aos filmes.

A porcentagem dos textos que citam o fato dos filmes se inspirarem em HQs havia caído entre a Cobertura A e a B, mas cresceu novamente na C. O mesmo aconteceu com a porcentagem de textos que citam autores específicos das HQs, mas a citação de revistas específicas só aconteceu em textos da Cobertura B, o que demonstra que a referência às HQs na última cobertura analisada perdeu em profundidade.

Além disso, estas referências foram feitas sempre por meio de fontes oficiais, o que faz com que as conclusões apresentadas nelas possam estar ligadas aos interesses dos produtores dos filmes. E essa ênfase também foi maior apenas nos textos da última cobertura analisada, já que, enquanto a Cobertura A trouxe sete imagens extraídas das HQs, em cada uma das coberturas seguintes aparece apenas uma imagem desse tipo.

Em linhas gerais, pudemos constatar nas coberturas analisadas a predominância de um baixo aprofundamento do assunto e a falta de uma preocupação em contextualizar o tema com opiniões diversas. Na maioria das categorias analisadas pareceu se confirmar a relação entre jornalismo e mercado, havendo indícios de que as coberturas foram permeadas pela *releasmania* de que fala Gerson Lima (1985).

Como demonstram as referências utilizadas na monografia que deu origem a este artigo, há vasta discussão sobre as relações entre quadrinhos e o cinema, tanto no meio acadêmico quanto em *sites* especializados na internet (AZEVEDO, 2006, p. 10-23). Porém, nas coberturas analisadas, não há uma preocupação em se aprofundar nas diversas visões existentes sobre o tema, ou mesmo em fazer referência a elas.

Além de ocupar um espaço substancialmente menor do que o das Coberturas A e B, os únicos aspectos que podemos considerar que evoluíram na Cobertura C são o equilíbrio maior entre os gêneros *comentário* e *relato* e a preocupação relativamente maior em informar que os filmes são adaptações de HQs. Ainda assim, os outros pontos analisados demonstram que essas alterações não representaram um aprofundamento maior do tema ou a apresentação de uma diversidade maior de visões sobre ele, que, pelo contrário, foi até mesmo reduzida.

Para avaliar mais profundamente as possíveis causas dessas características, seria necessário considerar outros fatores, como quantidade de mais ou menos lançamentos do mesmo porte no período (que poderiam ter ocupado espaço antes dedicado a *X-Men*), eventuais mudanças na linha editorial do caderno, e mesmo as coberturas de outros jornais, que possibilitariam perceber se se tratam de tendências apenas da *Ilustrada* ou também de outros cadernos culturais. Porém, estes outros pontos não foram objeto de nossa pesquisa, podendo ser aprofundados em outros estudos.



Referências Bibliográficas

AZEVEDO, Ana Laura M. S. **Adaptações de quadrinhos para o cinema no jornalismo cultural:** Análise da cobertura da *Folha de S. Paulo* sobre *X-Men: O filme* e suas seqüências. TCC. 103p. UESP: São Bernardo do Campo/SP, 2006.

BARBIERI, Jeverson José Benedito. Quando a ciência é notícia 2000, estudo comparativo entre os jornais Folha de São Paulo e Correio Braziliense. In: **Anais do 24º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Campo Grande/MS, 2001. 1 CD-ROM

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002. (Persona).

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar:** percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro. Santarém/PT: Jortejo, 1998.

CIRNE, Moacy. **Uma introdução política aos quadrinhos**. Angra/RJ: Achiamé, 1982.

COUTO, José Geraldo. Jornalismo cultural em crise. In: DINES, Alberto e MALINI, Mauro (orgs.). **Jornalismo brasileiro: no caminho das transformações**. Brasília: Banco do Brasil, 1996. p. 129-131.

DÁVILA, Sérgio. Filme, com Patrick Stewart como herói e Ian McKellen como vilão, modifica personagens do HQ. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 13 jul 2000. Ilustrada, capa.

FOLHA lança novo projeto gráfico. 14 mai 2006. Disponível em: <
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2006/novoprojetografico/0001.shtml>>. Acesso em: 28 set 2006.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide:** para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987. Disponível em: <
<http://www.adelmo.com.br/index2.htm>> Acesso em: 20 ago 2006.

IMDb – Internet Movie Database. Disponível em: <
<http://www.imdb.com>>. Acesso em: 29 mai 2007.

LAGE, Nilson. **Fundamentos da comunicação mediática** – Texto 1: fontes & fontes. Disponível em: <
<http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/md-fundamentos1.html>>. Acesso em: 07 jul 2006.

LIMA, Gerson Moreira. **Releasmania:** uma contribuição para o estudo de press-release no Brasil. São Paulo: Summus, 1985. (Novas buscas em comunicação, 2).

MACHADO, Cassiano Elek. A renovação cultural – Jornal debate idéias com suplementos como Ilustrada, Folhetim e Mais. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 18 fev 2001. Caderno Especial, Folha 80 Anos, p. 18.

MIRANDA, Nadja Magalhães. **Jornalistas em cena, artistas em pauta:** análise da cobertura jornalística dos espetáculos teatrais baianos realizada pelos jornais *A Tarde* e *Correio da Bahia* na década de 90. Dissertação de Mestrado. 283p. UFBA: Salvador, 2001. Disponível em: <
http://www.ufba.br/tesdesimples/tde_arquivos/20/TDE-2005-10-24T12:00:16Z-157/Publico/VersaoFinalComSeg.pdf>. Acesso em: 21 ago 2006.

NUNES, Mônica de Fátima Rodrigues. O livro no jornalismo cultural impresso e televisionado. In: **Anais do 28º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, 2005. 1 CD-ROM.