



## **A presença de elementos jornalísticos no cinema: Um estudo sobre o filme A Rainha, de Stephen Frears<sup>1</sup>**

Joice PROENÇA<sup>2</sup>

Márcia CHRISTOFOLI<sup>3</sup>

Laura GLÜER<sup>4</sup>

Centro Universitário Metodista, do IPA

### **RESUMO**

O presente estudo tem como objetivo discutir a presença de elementos jornalísticos no cinema. O filme escolhido foi ‘A Rainha’, de Stephan Frears (2007), e nele serão analisadas as características das categorias: Sociedade do Espetáculo, Agendamento e Clima de Opinião. Buscamos, desta forma, observar a maneira como se manifestam os aspectos propostos por tais teorias na obra cinematográfica em questão. Para um melhor entendimento, selecionamos três cenas do filme, as quais entendemos serem as que melhor representam nossa análise. A importância da pesquisa para a comunidade acadêmica também foi destacada neste estudo, considerando que o mesmo pode ser aprofundado sob outros aspectos da Comunicação.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Sociedade do Espetáculo; Agendamento; Clima de Opinião; Cinema; A Rainha.

### **1 CINEMA E JORNALISMO**

O presente estudo se propõe a discutir a presença de elementos jornalísticos no cinema. Diversos filmes apresentam aspectos da comunicação que são evidenciados por meio de teorias, mesmo que de forma sutil e sob diferentes ângulos. Se considerarmos que o cinema atinge um imenso número de telespectadores, oriundos de diferentes culturas ou formações, podemos afirmar que, mesmo incompreensível a leigos, diversas obras podem ser fundamentadas em hipóteses comunicacionais.

O cinema, enquanto meio de comunicação de massa, está a serviço do jornalismo no

---

1 Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Jornalista graduada em 2010 pelo Centro Universitário Metodista, do IPA, Porto Alegre, RS, email: [joyce.proenca@gmail.com](mailto:joyce.proenca@gmail.com).

3 Estudante de Graduação do 8º. semestre do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Metodista, do IPA, Porto Alegre, RS, email: [marcia.christofoli@gmail.com](mailto:marcia.christofoli@gmail.com).

4 Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Metodista, do IPA, Porto Alegre, RS, email: [laura.gluer@metodistadosul.edu.br](mailto:laura.gluer@metodistadosul.edu.br).



momento em que explora situações propostas por algumas hipóteses comunicacionais. Ao recontar fatos históricos e ser usada como registro da sociedade, a “sétima arte” detalha, muitas vezes, a forma e o motivo nos quais estes viraram notícia. A partir disto, este artigo se propõe a discutir esta relação entre jornalismo e cinema.

Assim, neste estudo, optamos por analisar a presença de elementos jornalísticos no filme ‘A Rainha’, de Stephan Frears, lançado no Brasil em 2007. A pesquisa será baseada em teorias comunicacionais, aqui apresentadas nas seguintes categorias de análise: ‘Espetacularização da notícia’, ‘Agendamento de notícias’ e ‘Clima de opinião’.

Atualmente, é possível incluir o cinema como um veículo de massa que atinge um grande número de espectadores. Para Berger (2002, p. 6), o cinema é tomado como objeto de conhecimento e, através dele, a forma como os conteúdos fornecem revelações sobre a construção do universo da informação. Nesta linha, Berger ainda diz que a forma pode ser facilmente materializada nas reportagens da vida real, assim como na transformação da notícia em mero espetáculo de variedades, neste caso, o cinema. A relação entre o cinema e o Jornalismo não é de hoje. Conforme Berger (2002), desde a década de 1930 se produziam filmes sobre a temática.

Berger (2002) conclui que jornalismo e cinema se misturaram e se afirmam como grandes meios de comunicação. Mais do que isso, juntos, eles compartilham a responsabilidade de informar. Eles dão “a conhecer o mundo (o jornalismo) e as representações sobre ele (o cinema), ou comentando as imagens oferecidas nos filmes através da crítica cinematográfica impressa e refletindo, pelas imagens, a atividade de noticiar.” (BERGER, 2002, p.37). Berger (2002) destaca ainda que, além da “sétima arte” retratar as relações da mídia com os demais poderes, faz uma transposição de histórias verdadeiras.

## **2 QUANDO A REALIDADE INVADE AS TELAS: O FILME ‘A RAINHA’**

O filme 'A Rainha', de Stephen Frears, foi lançado, no Brasil, em 2007. Vencedora do Oscar de melhor atriz, Helen Mirren, representa a rainha Elizabeth II em uma obra baseada em registros históricos. O filme relata as reações da Família Real Britânica frente à morte da Princesa Diana, que naquela época (1997) já não integrava mais a realeza.

Mandatária do trono inglês há 59 anos, a Rainha Elisabeth II tem como herdeiro direto o Príncipe Charles, que foi casado por 17 anos com Lady Di, com quem teve dois filhos – William e Harry.

Desde o anúncio do noivado, em fevereiro de 1981, Diana Spencer passou a ser alvo da



imprensa britânica, conhecida por ser sensacionalista. Durante algum tempo, a cerimônia do casamento real foi, em demasia, tratado na mídia, com especulações que cercavam o evento, seja sobre o número e os nomes de convidados, seja sobre o vestido da noiva. De acordo com Burrell (2003), o matrimônio aconteceu em 1981, na Catedral de Saint Paul, com imensa cobertura mundial.

No período em que durou o matrimônio, Diana foi assunto de tablóides, revistas e demais veículos mundiais. Além da beleza, Diana ficou conhecida pelos diversos trabalhos voluntários que realizava. A visita aos portadores do vírus HIV (*human immunodeficiency virus*) e a campanha de combate às minas terrestres, por exemplo, foram momentos de intensa cobertura midiática.

A sua constante participação em ações sociais e humanitárias contribuiu para que Diana recebesse o título de “Princesa do Povo”, dado pela própria nação inglesa. “A imagem que ficou no imaginário social foi a de uma celebridade que expunha seu lado humano, mãe zelosa, uma mulher em busca de sua felicidade e preocupada com as causas sociais” (HERSCHMANN; PEREIRA, 2005, p.95).

Separada desde 1996 do Príncipe Charles e, portanto, não mais integrante da Família Real Britânica, Diana gozava de férias na França, ao lado do namorado árabe Dodi Al Fayed, conforme Burrell (2003).

O filme parte do momento da morte de Lady Di, ocorrida em 31 de agosto de 1997. Misturando cenas reais com a ficção da trama, o casal tenta fugir dos *flashes* dos fotógrafos e entra em um carro, que, supostamente, era dirigido por um motorista embriagado, segundo reportagem de Eurípedes Alcântara, da Revista Veja (1997). A união deste aspecto com os diversos fotógrafos em volta do automóvel resultou no choque dele com uma pilastra do túnel de L'Alma, em Paris. Tanto o motorista quanto Dodi, morreram na hora. Lady Di morreu algumas horas depois, já no hospital.

Conforme a narrativa do filme, por entender que Lady Di já não era mais membro da realeza, pois já estava separada do Príncipe Charles, herdeiro do trono inglês, a Rainha Elisabeth II decidiu não dar tratos dinásticos à sua morte. A posição da Família Real revoltou a população, que começou a exigir mais humanidade da soberana e seus familiares.

Ainda, de acordo com a obra, Tony Blair foi eleito primeiro ministro da Inglaterra e, um dia antes da morte da Princesa Diana, foi empossado. Acompanhando pela mídia todas as reações dos ingleses, Blair intercedeu junto a Elisabeth II, com o objetivo de mostrar que o melhor para todos era a Rainha ceder aos apelos e tratar a tragédia com humanidade.

### **3 SOCIEDADE DO ESPETÁCULO**



A teoria da Sociedade do Espetáculo foi apresentada pela primeira vez em 1967, pelo filósofo francês Guy Debord (1997), que tratou, com propriedade, das transformações vividas pela sociedade capitalista em um tempo de ascensão da indústria cultural. O poder da mídia é apresentado pelo autor como uma forma de representação de imagens. Estas, muitas vezes, utilizadas em demasia pelos meios de comunicação de massa. O conceito de espetacularização está mais presente na sociedade e nos *mass media* do que as pessoas possam perceber.

Mais do que a presença do capitalismo, Coelho e Castro (2006), autores de interpretações das propostas de Guy Debord (1997), citam a cultura industrial, referindo-se a uma sociedade que se baseia na produção de massa, como sendo um dos motivos para a instalação da Sociedade do Espetáculo na atualidade.

O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens. [...] Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos – [...] o espetáculo constitui o modelo presente da vida dominante da sociedade (DEBORD, 1997, p. 14).

A influência dessas imagens no ato de contar uma história, especialmente quando estas histórias são relatadas em forma de notícia, é inevitável e os meios de comunicação não têm outra finalidade senão a de proliferar estes fatos através de representações. Coelho e Castro (2006, p.169) acrescentam à Sociedade do Espetáculo “a multiplicação de ícones e imagens [...] através dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum”, não se limitando aos meios de comunicação.

### **3.1 CENA 1 – A morte de Lady Di e a cobertura da mídia**

A cena escolhida para ilustrar a espetacularização em que a sociedade está inserida inicia um dia após a posse do primeiro ministro Tony Blair, realizada oficialmente pela Rainha Elisabeth II. Misturando cenas e fotos verídicas com as representações fictícias, o filme mostra o quanto Lady Di era foco dos noticiários.

Avançando para o dia 30 de agosto de 1997, em Paris, a obra volta a mesclar imagens reais com a ficção, retratando a movimentação dos *paparazzi* em frente ao hotel que Diana estava hospedada com o namorado e de onde sairia a qualquer momento. Na cena escolhida, mesmo tendo saído pelos fundos do estabelecimento, os fotógrafos a cercaram. Na tentativa de fugir dessa situação, o casal entrou no carro de Dodi, que partiu em alta velocidade, seguido pelos *paparazzi*. A perseguição, como mostra o filme, resulta no choque do carro com uma pilastra do túnel de L’Alma.



Neste momento, a trama retrata a espetacularização e a necessidade da mídia em dar ênfase ao que classifica como interessante. Essa situação pode ser reconhecida no relato de Paternostro (2006). Ela descreve a cobertura feita pela *Globo News* na época da tragédia:

Uma cobertura urgente, como a do acidente da Princesa Diana, sempre mobiliza todo mundo na redação. [...] A cada minuto, um fato novo. As agências de notícias atualizam os informes a todo instante. [...] Na redação, mais reforço. Editores, produtores e repórteres chegam, prontos para o trabalhos (PATERNOSTRO, 2006, p. 87).

A obra retrata que a tragédia é o principal assunto de todos os meios de comunicação. A notícia é dada ao primeiro ministro Tony Blair por telefone, ainda durante a madrugada. A primeira ação do premiê é ligar a TV para saber detalhes do ocorrido. O mesmo faz a Família Real, que se reúne em frente à televisão para acompanhar desdobramento dos fatos.

O relato de Paternostro (2006) dá conta de que houve um intenso acompanhamento midiático. Conforme a obra, a imprensa recordava a todo instante a vida, os escândalos, a intimidade e as causas sociais com que Diana se envolveu, como integrante da realeza, ou não.

A partir destas percepções, é possível identificar a presença das características da Sociedade do Espetáculo, que diz serem as imagens as responsáveis pela forma como o mundo é visto, organizando, muitas vezes, a vida de um povo (COELHO; CASTRO, 2006). A escolha dessa cena é justificada com a relevância da teoria no episódio da tragédia em questão. As explicações feitas podem corroboradas à luz das ideias de Debord (1997), quando este diz que o ser humano prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser.

#### **4 AGENDA SETTING**

Antes de conceituar a *Agenda Setting* de forma mais teórica, é importante ressaltar que esta permanece em construção e que, diferente das teorias antigas, ela não é fechada. Nenhum estudo, dos inúmeros que podem ser encontrados, estabelece o quão poderosa é a mídia e quais os limites da sua influência nos temas debatidos pela sociedade, ou mesmo, na forma como os receptores pautam a imprensa. Por outro lado, todos os pesquisadores, que usaram a *Agenda Setting* como objeto de estudo, concordam que há uma importante ligação entre mídia e sociedade.

Neste artigo, a teoria do Agendamento torna-se essencial na discussão uma vez que é conceituada como “a influência que a mídia tem em dar relevância a determinado acontecimento, que acaba sendo noticiado em diversos veículos diferentes, tornando-se um fato de evidente relevância” (HOHLFELDT, 2010, p. 201). No entanto, conforme o autor, os meios de comunicação não são capazes de determinar “o quê” pensar em relação a determinado tema, mas sim, a médio e



longo prazos, “sobre o que pensar e falar” (HOHLFELDT, 2010).

Por outro lado, segundo Hohfeldt (2010) nem só a mídia tem a capacidade de agendar o público, a relação pode ser igualmente inversa e o receptor pode acabar influenciando a mídia. Este agendamento de ambas as partes acontece porque é um efeito robusto e amplo de comunicação de massa, e isto resulta em conteúdo específico nesta relação. Neste sentido, McCombs (2009, p. 42) explica:

Independentemente do veículo, um foco restrito sobre poucos temas transmite uma mensagem poderosa a uma audiência sobre quais são os mais importantes tópicos do momento. O agendamento dirige nossa atenção às etapas formativas da opinião pública quando então os temas emergem e logo conquistam a atenção do público.

#### **4.1 CENA 2 – A repercussão na mídia e a Família Real**

A cena escolhida para ilustrar a teoria do Agendamento mostra a equipe de Tony Blair reunida. Um dos assessores do primeiro ministro apresenta três capas de jornais, que repercutem o descontentamento do povo inglês com o silêncio da Família Real. As publicações são unânimes ao dizerem em suas manchetes que Blair é o único a entender a dor da população pela perda da ‘Princesa do Povo’. É a partir dessa análise que o premiê se preocupa em melhorar a imagem da Rainha Elisabeth II. O fato é corroborado por Tomaz (2007, p. 2), quando explica o papel do primeiro ministro:

Ele entende como a mídia pode influenciar a população e tenta articular um acordo com a Rainha para que ela ceda a vontade do povo e recupere sua popularidade. [...] Elisabeth II tenta se manter firme. Ela acredita que a sociedade é suficientemente esclarecida para não ser influenciada pela mídia.

Lembrando que, para Hohfeldt (2010), a sociedade também é capaz de interferir nas pautas da imprensa, observamos a presença dos elementos da Agenda *Setting* ao longo do filme e, particularmente, nessa cena. Como relatado por diversas vezes na trama, quando esta apresenta reuniões entre a equipe de Tony Blair, que analisa as manchetes dos jornais. A cena prossegue mostrando que o premiê insiste com a soberana e relata que os jornais permanecem cobrando uma posição pública da monarquia inglesa, afirmando que o “clima” é delicado.

Questionando se Elisabeth II já havia lido os jornais do dia, e percebendo que a decisão dela não mudaria, o filme apresenta o primeiro ministro aconselhando a Rainha a hastear a bandeira de Buckingham a meio mastro (símbolo de luto). Além disso, ele sugere que a Família Real retorne de Balmoral (palácio de férias) para Londres, de modo a representar um consolo aos seus súditos. A



obra deixa claro que a Rainha está decidida a não seguir os conselhos de Blair e que ela está mais preocupada com a dor dos netos do que com as reações públicas, pois considera que estas são consequências do “clima” criado pela imprensa.

Hohfeldt (2010) discorre sobre os limites entre sociedade e mídia. Ele alerta que os efeitos dessa teoria não são apenas causados pela força da imprensa. O referido autor cita um fato determinante para que se perceba a influência exercida pela mídia sobre seus diversos públicos.

O agendamento somente ocorrerá de maneira eficiente quando houver um alto nível de percepção de relevância para o tema e, conclui-se, assim, que a influência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto (HOHLFELDT, 2010, p. 199).

Em um determinado momento, a cena mostra Elisabeth II sentada em sua cama, cercada de jornais que continuavam repercutindo a insatisfação do povo britânico com o silêncio real. Além dos impressos, a Rainha assiste TV, que transmite a mesma mensagem. Neste instante, as expressões dela começam a demonstrar preocupação com tamanha repercussão na imprensa.

Em uma nova ligação do primeiro ministro para a Rainha, ele revela uma pesquisa que seria publicada na imprensa no dia seguinte. Blair informa que 70% das pessoas creem que a atitude da soberana prejudicou a monarquia e, um em cada quatro cidadãos, agora é a favor da abolição desta forma de governo. Sobre este aspecto, Herschmann e Pereira (2005) afirmam, no entanto, que a tragédia e seus desdobramentos não representaram um momento de decadência da coroa britânica, mas sim um período de renovação nas estratégias monárquicas e a relação dela com seus súditos.

Tomaz (2007, p. 2) também faz referência a esta situação quando ressalta: “Após mais conselhos de Blair, a Rainha decide ir a Londres com a Família Real. Sua chegada amplamente divulgada pela mídia melhora a imagem da monarquia perante o povo inglês”.

## 5 OPINIÃO PÚBLICA

A interdependência entre as agendas da mídia e da sociedade é resultado da opinião pública. Esta é conceituada por Hohfeldt (2010, p. 228) como “a média das opiniões circundantes em uma determinada sociedade, num momento determinado”. É importante registrar que isso não significa que a opinião seja correta, ela apenas define o pensamento homogêneo de uma maioria.

Definir o que é, de fato, a Opinião Pública, é uma tentativa antiga, de diversos filósofos. O primeiro a conceituar o termo foi Jean-Jacques Rousseau. Para ele, o Estado é feito de três tipos de leis: o direito público, o privado e o civil. Mas, sobretudo, ele considera que a Opinião Pública está acima desta estrutura – uma verdadeira constituição do Estado cuja força se renova a cada dia, que dá vida às outras leis e as substitui quando envelhecem ou desaparecem. Com base neste conceito, é



possível concluir que apesar da maioria não representar a totalidade, ela geralmente prevalece sobre a opinião da minoria (CHARRADEAU, 2006).

## 5.1 Clima de Opinião

Para melhor compreensão da influência da opinião pública em uma sociedade democrática, é necessário falarmos de Clima de Opinião, conceito proposto pela teoria da Espiral do Silêncio e elaborado pela jornalista alemã Noelle-Neumann. Segundo Hohlfeldt (2010), o estudo indicou que as pessoas são influenciadas não apenas pelo que as outras dizem, mas pelo que acreditam que os outros poderiam dizer. O estudo vai além e afirma que um indivíduo ao imaginar que sua opinião poderá estar em minoria ou ser recebida com desdém, estaria menos propenso a expressá-la. Segundo a hipótese, isso ocorre porque para “ao indivíduo é preferível o não-julgamento do que o isolamento em si mesmo” (HOHLFELDT, 2010, p. 229).

Para ser mais didático, Hohlfeldt (2010, p. 235) apresenta quatro aspectos que chama de pressupostos que sustentam a teoria da Espiral do Silêncio:

1. A sociedade ameaça os indivíduos desviados com o isolamento;
2. Os indivíduos experimentam um contínuo medo do isolamento;
3. Este medo ao isolamento faz com que os indivíduos tentem avaliar continuamente o clima de opinião;
4. Os resultados dessa avaliação influenciam no comportamento em público, especialmente na expressão pública ou no ocultamento das opiniões.

## 5.2 CENA 3 – As reações da opinião pública e a decisão da Rainha

Conforme Charaudeau (2006), apesar da Opinião Pública não representar uma totalidade e sim uma maioria, ela é capaz de ditar moda, costumes, relações e, até mesmo, decisões. E é isto que o filme mostra quando a Rainha Elisabeth II se mantém firme na decisão de não dar tratos dinásticos a Diana, visto que ela estava separada do Príncipe Charles há um ano.

O trecho escolhido ilustra o momento em que, finalmente, a Família Real cedeu à opinião pública que, ao longo da semana, insistia em vê-la demonstrar o luto pela morte de Lady Di. As cenas finais da trama ilustram quando a realeza deixa o Palácio de Balmoral e vê algumas homenagens feitas pelos ingleses à Princesa Diana. Na sequência, aparece Tony Blair, que acompanha os fatos pela televisão e demonstra felicidade pela decisão da Rainha e pelo feito



conquistado.

Com base nesta descrição podemos observar, também, elementos da Espiral do Silêncio, que afirma que, quando um ponto de vista parece ser majoritário, as pessoas que pertencem ao pensamento minoritário acabam por calar-se, isolar-se ou render-se à opinião aparentemente da maioria (HOHLFELDT, 2010). Desta forma, é possível compreender que Elizabeth II, apesar de não concordar com as exigências feitas pelos ingleses, cedeu aos apelos da opinião pública. Este fato é representado nas cenas seguintes, que mostram o momento no qual a realeza, enfim, resolveu demonstrar carinho e humanidade com a morte de Diana, e acatou os insistentes pedidos da população, que foram intermediados pelo primeiro ministro.

Preocupada com a condição de “santa” de Diana e, de certa maneira, com o processo de estigmatização da Família Real, a Rainha Elisabeth deu pompas reais a seu enterro – só atribuídas anteriormente à Rainha Vitória (HERSCHMANN; PEREIRA, 2005, p. 96).

O cena relata, ainda, o momento que a Rainha decide ir à televisão prestar sua homenagem e de Família Real à princesa morta. O trecho mostra, que texto ainda é revisado pela equipe de Tony Blair, a qual ironiza dizendo que “cairão cubos de gelo da folha”. Permitindo as alterações aconselhadas, que deixaram as palavras mais dóceis, a soberana inicia o discurso, que é transmitido, ao vivo, para todos os canais do mundo.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mensagens dos veículos de comunicação de massa estão sendo propagadas através de diversos meios. O que sempre foi feito através de jornais, rádio e televisão, hoje pode ser visto também nas mídias sociais e, no caso desta pesquisa, no cinema – especialmente se considerarmos esta afirmação de McCombs (2009, p. 87): “o *mass media* integram um processo social no qual a mesma mensagem, seja ela impressa ou no formato audiovisual, é disseminada a uma vasta população”.

O cinema torna-se um meio eficaz de transmitir estas mensagens especialmente quando relata histórias reais que envolvem a imprensa, como é o caso do filme ‘A Rainha’. A análise da obra permitiu não apenas o reconhecimento da presença de elementos jornalísticos, mas outras leituras mais amplas. Tomaz (2007), por exemplo, acredita que a trama deixa um recado para a mídia:

A fiscalização que [a mídia] deve exercer nas democracias não pode ser confundida com irresponsabilidade e invasão de privacidade. Isso só acontece porque, muitas vezes, é a própria mídia que se sente absoluta, monárquica (TOMAZ, 2007, p. 2).



Assim sendo, e considerando as cenas escolhidas para ilustrar este trabalho, podemos observar a presença de elementos e teorias comunicacionais no filme 'A Rainha'. Partindo dos conceitos de espetacularização da sociedade, propostos por Debord (1997), podemos ressaltar que a imprensa, como mostrou a obra, teve influência direta na criação da imagem da Princesa Diana, transformando sua vida, desde o seu ingresso à realeza até a sua morte, e todas as circunstâncias que envolveram tal tragédia, como a postura da Família Real, em um verdadeiro espetáculo.

No que tange a teoria da Agenda *Setting*, podemos citar que, ao longo do filme estes elementos foram identificados nas cenas em que Tony Blair tenta convencer a Rainha Elizabeth II a modificar sua postura. Neste caso, conforme citado por Hohlfeldt (2010), ainda podemos perceber que mídia agendou a sociedade, assim como, a sociedade também influenciou a pauta midiática. Podemos, ainda, destacar que a opinião pública exerceu papel fundamental na trama, visto que, somente após observar que a opinião majoritária era contrária a sua postura, a monarca cedeu aos apelos dos ingleses.

Por fim, citamos que todos estes elementos são passíveis de maior aprofundamento por parte dos profissionais de comunicação e, especialmente, pela comunidade acadêmica. Feitas tais considerações, é importante destacar que este estudo não tem o objetivo de ser conclusivo e nem de cessar as discussões acerca do tema. Ao contrário, torna-se um estímulo para que outros olhares recaiam sobre a ideia central de perceber a presença de elementos jornalísticos a partir da “sétima arte”.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A RAINHA. Direção de Stephan Frears. Produção de Andy Harries, Christine Langan e Tracey Seaward. Inglaterra, 2006.

BERGER, Christa. **Jornalismo no Cinema**. Porto Alegre: Ufrgs, 2002.

BURREL, Paul. **Uma questão de honra: O mordomo de Lady Di conta toda a verdade**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

COELHO Cláudio Novaes Pinto, CASTRO Valdir José de. **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São



Paulo: Paulus, 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GRYZINSKI, Vilma; ALCÂNTARA, Eurípedes; KLINTOWITZ, Jaime. Nos braços do povo. **Revista Veja**, São Paulo: Abril, ed.nº.1512, p.34-43, 10.set.1997.

HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Mídia, memória e celebridades**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação** – Conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**: A mídia e a opinião pública. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

PAIVA, Cláudio Cardoso de. **Os jornalistas, os jornais e outras mídias no cinema**: Um estudo sobre ética e representação na arte cinematográfica. Paraíba: 2005. Disponível em <<http://bocc.ubi.pt/pag/paiva-claudio-jornalistas-no-cinema.pdf>>. Acesso em 17abr.2011.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **Globo News**: O primeiro canal de jornalismo do Brasil: 10 anos 24 horas no ar. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2006.

TOMAZ, Tales. **Monarquia da imprensa**. São Paulo, 2007. Disponível em <[http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/71edicao/canal\\_cult2.htm](http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/71edicao/canal_cult2.htm)>. Acesso em 18mai.2011.