



**COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO**  
**LACES E DESENLACES**  
**VOL. I**

 **Atena** Editora

**2018**

Atena Editora

**Comunicação e Educação**  
**Laces e Desenlaces**  
**Vol. I**

2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Edição de Arte e Capa:** Geraldo Alves

**Revisão:** Os autores

### **Conselho Editorial**

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C741 Comunicação e educação [recurso eletrônico] : laces e desenlaces /  
Organização Atena Editora. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora,  
2018.  
335 p. : 11.673 kbytes – (Comunicação e Educação; v. 1)

Formato: PDF  
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
Modo de acesso: World Wide Web  
Inclui bibliografia  
ISBN 9788593243912  
DOI 10.22533/at.ed.912181605

1. Comunicação. 2. Comunicação na educação. 3. Educação.  
I. Título. II. Série.

CDD 370.14

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

O conteúdo do livro e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

E-mail: [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

# Sumário

<b>CAPÍTULO 1   A COMUNICAÇÃO COMO MERCADORIA: UMA DISCUSSÃO SOBRE O MERCADO DA MÍDIA E A DEMOCRACIA .....</b>	<b>5</b>
<i>Cristine Rahmeier Marquette</i>	
<b>CAPÍTULO 2   A COMUNICAÇÃO CRISTÃ ATRAVÉS DA MÚSICA: SUA RELAÇÃO COM AS TRANSFORMAÇÕES SOCIOCULTURAIS E A IDENTIDADE DO NOVO MOVIMENTO PÓS-GOSPEL.....</b>	<b>15</b>
<i>Isabelle Loureiro Tavares</i>	
<i>Mirian Martins da Motta Magalhães</i>	
<b>CAPÍTULO 3   A GREVE GERAL DE 1917 PELA EBC: UMA REFLEXÃO SOBRE O IMAGINÁRIO NA COBERTURA DA ESTATAL DE COMUNICAÇÃO BRASILEIRA A UM DOS EVENTOS MAIS MARCANTES DA HISTÓRIA .....</b>	<b>30</b>
<i>Tarcis Prado Junior</i>	
<i>Moises Cardoso</i>	
<i>Franco Iacomini Junior</i>	
<i>Antonio Carlos Persegani Florenzano</i>	
<i>Patricia de Andrade</i>	
<b>CAPÍTULO 4   A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO: 40 ANOS DE TRAJETÓRIA NA INTERCOM .....</b>	<b>44</b>
<i>Maria Salett Tauk Santos<sup>2</sup></i>	
<b>CAPÍTULO 5   A VELOCIDADE NA COMUNICAÇÃO: QUESTÕES DE EMISSÃO E RECEPÇÃO NA SOCIEDADE DA CIBERCULTURA.....</b>	<b>54</b>
<i>Dirceu Martins Alves</i>	
<b>CAPÍTULO 6   AS ORGANIZAÇÕES COMO ESTRUTURAS DE INTERAÇÃO COMUNICATIVA .....</b>	<b>68</b>
<i>Selma Regina Ramalho Conte</i>	
<b>CAPÍTULO 7   ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO COMO EIXO ESTRATÉGICO NO ÂMBITO EMPRESARIAL: APONTAMENTOS INICIAIS PARA UM PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA NA UNIMED AGRESTE MERIDIONAL.....</b>	<b>81</b>
<i>Tárcila Driely de Souza Cabral</i>	
<i>Ingrid Andressa de Almeida Querino Azevedo</i>	

**CAPÍTULO 8 | CENSURA X LIBERDADE DE EXPRESSÃO: A COBERTURA DO JORNAL O ESTADO DE S. PAULO EM CENÁRIOS DE CORRUPÇÃO POLÍTICA..... 92**

*Carla Montuori Fernandes*

*Genira Correia Chagas*

*Márcio Bico*

**CAPÍTULO 9 | CENTRO HISTÓRICO DE CUIABÁ COMO ACONTECIMENTO: PATRIMÔNIO DE QUÊ, PRA QUEM? ..... 107**

*Fernanda Safira Soares Campos*

*Heloisa de Lima Gomes*

*Leonardo Rodrigues Corrêa*

*Pedro Pinto de Oliveira*

**CAPÍTULO 10 | CULTURA COMPARTILHADA EM COMUNIDADES VIRTUAIS: CONVERSAS SOBRE O VEGANISMO ..... 119**

*Karime KAMEL*

**CAPÍTULO 11 | ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO APLICADAS À ADEQUAÇÃO DA PAISAGEM RURAL AO CÓDIGO FLORESTAL BRASILEIRO..... 134**

*Márcia Izabel Fugisawa Souza*

*Tércia Zavaglia Torres*

*Nadir Rodrigues Pereira*

*João dos Santos Vila da Silva*

*Daniel Rodrigo de Freitas Apolinário*

**CAPÍTULO 12 | MARKETING DE RELACIONAMENTO COMO FERRAMENTA DE RETENÇÃO DE CLIENTES: ESTUDO DE PROGRAMAS DE FIDELIDADE DE JORNAIS BRASILEIROS..... 149**

*Guaracy Carlos da Silveira*

*Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa*

**CAPÍTULO 13 | TEORIA CRÍTICA E COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL: CONTRIBUIÇÕES DO MARXISMO PARA A CONDIÇÃO MUDIÁTICA CONTEMPORÂNEA1..... 162**

*Tarcísio de Sá Cardoso*

*Jenifer Santos Souza*

**CAPÍTULO 14 | A REPRESENTAÇÃO DA MÍDIA JORNALÍSTICA NA GRAPHIC NOVEL “PÉRSEPOLIS” ..... 176**

*Ana Beatriz Leite de Souza*

*Diego dos Santos Barbosa*

<b>CAPÍTULO 15</b>   ENQUADRAMENTOS E CONSTRUÇÕES DA REALIDADE: A ANÁLISE COMPARATIVA DA COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES DE 2013 E 2015 NA REVISTA VEJA.....	<b>189</b>
<i>Christinny Matos Garibaldi Pires</i>	
<b>CAPÍTULO 16</b>   GUERRA E FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DA REVISTA REALIDADE NA COBERTURA DA GUERRA DO VIETNÃ.....	<b>203</b>
<i>Verônica Scheifer</i>	
<i>Carlos Alberto de Souza</i>	
<b>CAPÍTULO 17</b>   JORNALISMO DE VIAGEM: NARRATIVAS AUDIOVISUAIS DIGITAIS NO JORNALISMO ESPECIALIZADO DE TURISMO E A AUDIÊNCIA NO FACEBOOK .....	214
<i>Laíz SILVEIRA</i>	
<i>Valdecir BECKER</i>	
<b>CAPÍTULO 18</b>   LIVRO-REPORTAGEM MEMÓRIAS DE FOGO E DE DOR.....	<b>227</b>
<i>Tatiane Milani</i>	
<i>Rubia Steffens</i>	
<i>Luciane Volpatto Rodrigues</i>	
<i>Tatiane Dos Santos Pacheco</i>	
<i>Alessandra Francieli Weiler</i>	
<b>CAPÍTULO 19</b>   O INVERNO NO PAÍS DO VERÃO: UMA ANÁLISE SOBRE TELEJORNALISMO E APROPRIAÇÕES DOS ESPAÇOS URBANOS .....	<b>234</b>
<i>Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER<sup>2</sup></i>	
<b>CAPÍTULO 20</b>   O JORNALISMO PERITO E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA REVISTA CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS .....	<b>249</b>
<i>Doraci Masiero Jacobus</i>	
<b>CAPÍTULO 21</b>   O NOVO MODELO DE COMUNICAÇÃO NO JORNALISMO PÓS INDUSTRIAL: CASE CATRACA LIVRE .....	<b>263</b>
<i>Luiza Teixeira do Nascimento</i>	
<i>Rhanica Evelise Toledo Coutinho</i>	
<b>CAPÍTULO 22</b>   O PERFIL INOVADOR DAS TRÊS ÁREAS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (JORNALISMO, PUBLICIDADE E PROPAGANDA E RELAÇÕES PÚBLICAS).....	<b>276</b>
<i>Aniele Uhlmann Spinosa</i>	
<i>Daniele Iachecen</i>	
<i>Kelly Balbino</i>	

**CAPÍTULO 23** | OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (1998-2016): O FIM DO DEBATE CRÍTICO  
SOBRE O JORNALISMO BRASILEIRO NA TV PÚBLICA .....**290**

*Lilian Saback de Sá Moraes*

**CAPÍTULO 24** | QUAL A LINHA EDITORIAL E POLÍTICA DOS COMUNICADORES MAIS  
INFLUENTES NAS REDES SOCIAIS? UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA VOTAÇÃO DO  
IMPEACHMENT DA PRESIDENTA DILMA ROUSSEFF ..... **301**

*Maíra BITTENCOURT*

*César MAIA*

**CAPÍTULO 25** | RECONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA SEGUNDO CONCEITOS DE  
CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTADÃO.COM.BR E  
HUFFPOST BRASIL.....**315**

*Jonas Gonçalves*

*Edson Capoano*

**SOBRE OS AUTORES** .....**327**

# QUAL A LINHA EDITORIAL E POLÍTICA DOS COMUNICADORES MAIS INFLUENTES NAS REDES SOCIAIS? UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA VOTAÇÃO DO IMPEACHMENT DA PRESIDENTA DILMA ROUSSEFF

**Maíra BITTENCOURT**

*Universidade Federal de Rondônia  
Vilhena, Rondônia*

**César MAIA**

*Universidade da Beira Interior  
Covilhã, Portugal*

**RESUMO:** Este artigo está baseado na pesquisa de campo intitulada “Mobilização Social e Líderes Midiáticos”, na qual, 601 entrevistados, distribuídos de acordo com o censo do IBGE, nas cinco regiões do país, apontaram nomes de comunicadores que influenciam suas opiniões, meios de comunicação que mais utilizam, forma de acompanhamento de conteúdos nos diferentes espaços e fidelidade ou não a esses comunicadores. Neste texto, apresentamos uma discussão sobre os conteúdos abordados pelos cinco comunicadores com maior incidência nos questionários. Fazemos uma análise da linha editorial e política seguida pelos mesmos. O recorte foi feito no período de votação, na câmara dos deputados, do *impeachment* da presidenta Dilma.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Jornalistas e blogueiros; Impeachment; Esquerda e Direta; Grounded Theory (GT); Política Brasileira.*

**ABSTRACT:** This article is based on the field research entitled “Social Mobilization and Media Leaders”, in which 601 interviewees, distributed according to the IBGE census, in the five regions of the country, identified names of communicators that influence their opinions, means of communication that they use the most, form of accompaniment of contents in different spaces and fidelity or not to these communicators. In this text, we present a discussion about the contents addressed by the five communicators with higher incidence in the questionnaires. We make an analysis of the editorial line and policy followed by them. The cut was made during the voting period, in the Chamber of Deputies, the impeachment of President Dilma.

**KEYWORDS:** *Journalists and bloggers; Impeachment; Left and Right; Grounded Theory (GT); Brazilian politics.*



## Introdução

O primeiro passo, para compreensão adequada deste trabalho, é adentrarmos na metodologia utilizada e no processo de captação dos dados. Escolhemos empregar a metodologia da *Grounded Theory*<sup>1</sup>. Por isso, partimos a campo sem ter hipóteses fixas, conforme orienta o método. A ideia foi descobrir, através de questionários, quais tipos de comunicadores possuem maior influência na formação das opiniões do público, qual tipo de conteúdos e linha editorial desses e quais meios utilizam para se comunicar. Esta pesquisa de campo não continha apenas essas questões. Ela discorria também sobre manifestações sociais, tipos de convocações e plataformas utilizadas. Outras análises derivadas dela já foram ou serão expostas em outros textos. Aqui fizemos um recorte na questão da linha editorial e política adotada, na cobertura da votação do *Impeachment*, pelos cinco comunicadores com maior incidência nos questionários.

A utilização da *Grounded Theory* se tornou interessante por possibilitar uma perspectiva mais real sobre o fenômeno, pois a própria população envolvida foi quem apontou os dados sem que houvesse influências dos pesquisadores. Na prática, não houve indicação prévia de nomes de líderes, veículos de comunicação ou tipos de conteúdos veiculados. Foram montados questionários com espaços de respostas à disposição dos entrevistados, para que cada um indicasse os nomes.

Esses questionários continham diferentes tipos de perguntas e variáveis, visando captar mais informações de acordo com cada perfil de entrevistado. Dentro desses perfis, houve uma variação de 5 a 20 perguntas, sendo elas abertas e fechadas. A opção foi pela distribuição dos questionários via internet, visto que o público que se pretendia ouvir era formado justamente por internautas. Por se tratar de uma temática que tem abrangência nacional, era legítimo afirmar que o universo que deveria ser estudado seria todo o país. Para obter esses dados de forma confiável e fiel à realidade brasileira, foi preciso utilizar cálculos estatísticos de pesquisa quantitativa. Para o cálculo de amostragem, levamos em consideração os seguintes pontos: universo pesquisado, margem de erro, nível de confiança e taxa de respostas.

---

<sup>1</sup> No Brasil, a GT é também chamada de Teoria Fundamentada nos Dados, de Teoria Fundamentada em Dados, ou ainda, de Teoria Fundada. Mas julgamos ser mais adequada a adoção da terminologia *Grounded Theory* (GT), em inglês, como no original da criação do método, porque o termo Teoria Fundamentada (seja “em Dados” ou “nos Dados”) é justamente a tradução de uma das etapas da GT, a última etapa, na qual encontramos o resultado do processo. Fazer uma Teoria Fundamentada é fazer o produto final da aplicação metodológica da GT. Através dos processos que compõem a GT o pesquisador vai à campo, coleta os dados, codifica, estabelece categorias, interpreta, relata o processo, até que o problema seja saturado (tudo isso de forma circular, não necessariamente obedecendo essa ordem e podendo retornar ao passo anterior quantas vezes forem necessárias) e, a partir desse trabalho, emerge uma nova teoria, ou seja, o que se espera com a aplicação da GT é que nasça uma nova teoria fundada na análise do *corpus*.

A margem de erro,<sup>2</sup> foi definida como 4%. O nível de confiança,<sup>3</sup> foi definido como 95%. As fórmulas que regem esses cálculos estão nos teoremas conhecidos como Lei dos Grandes Números. São eles que dão o suporte matemático para a média da aleatoriedade de uma população muito grande. Assim, tendo conhecimento do tamanho da população a ser estudada e dos índices, chegamos ao número de 601 questionários.

Além dessas variáveis, foi preciso observar a distribuição por regiões. Como optamos por obter respostas de todo o território nacional, foi preciso recorrer ao Censo do IBGE para encontrar a porcentagem necessária de cada região do país. Segundo o Censo 2010, último realizado no Brasil, a população está dividida da seguinte maneira: 42,1% na região Sudeste; 27,8% na região Nordeste; 14,4% na região Sul; 8,3% na região Norte; e 7,4% na região Centro-Oeste. Essa foi a proporção de respostas utilizadas de cada região do país.

Os questionários ficaram disponíveis por seis semanas e foram distribuídos via *Facebook*, *e-mail*, *Twitter*, *LinkedIn* e *WhatsApp*. Contamos com a colaboração de uma rede de contatos para distribuição e compartilhamento em cada estado brasileiro. Após a fase de aplicações e análise do material obtido passamos para a segunda fase. Neste momento foi realizado um novo retorno a campo, no qual, um grupo focal, formado por 180 entrevistados responderam a novas perguntas. A ideia era confirmar ou refutar algumas premissas obtidas no primeiro levantamento.

Neste texto apresentamos a compilação de parte dos dados levantados com este processo e uma discussão qualitativa sobre a produção desses comunicadores. No primeiro momento mostramos quais foram os comunicadores com maior incidência entre os questionários respondidos e os meios de comunicação utilizados por eles. No segundo momento, fazemos uma análise dos tipos de conteúdos produzidos, evidenciando a linha editorial e política adotada pelos mesmos durante os período de votação do processo de *Impeachment* da presidenta Dilma na câmara dos deputados. Por fim, construímos uma reflexão sobre os indicativos que esses dados nos deixam no contexto da comunicação social em rede e da política brasileira.

---

**2 Margem de erro:** Exemplo de cálculo de margem de erro: “por exemplo, 90% da sua amostra gosta de chiclete de uva, uma margem de erro de 5% adicionaria 5% a cada lado deste número, resultando que, na verdade, de 85% a 95% da sua amostra gosta de chiclete de uva. 5% é a margem de erro utilizada com maior frequência, mas é possível escolher qualquer valor entre 1% e 10% como margem de erro, dependendo do seu questionário. Não recomendamos elevar a margem de erro acima de 10%”. MONKEY, Survey. Tamanho da amostra do questionário. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

**3 Nível de Confiança:** Exemplo de cálculo de nível de confiança: “Se selecionasse mais 30 amostras aleatoriamente em sua população, quantas vezes os resultados obtidos em sua primeira amostra seriam significativamente diferentes das outras 30 amostras? Um nível de confiança de 95% significa obter os mesmos resultados em 95% das vezes”. MONKEY, Survey. Tamanho da amostra do questionário. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

## Jornalistas, blogueiros e Youtubers: Quem são os comunicadores com maior incidência nos questionários

Na pesquisa empírica, foram três as perguntas que solicitaram nomes de comunicadores sendo elas: “Cite um comunicador que você acompanha via internet”, “Quais os comunicadores que mais contribuem para a divulgação e debate de temas sociais e políticos via internet”, “Qual deles influencia suas opiniões?”.

Da tabulação dessas três perguntas surgiram 354 nomes de comunicadores diferentes. O que indica que existe uma rotatividade de comunicadores de acordo com o tema ou emoção demandada. Fizemos uma compilação dos nomes apresentados, somando as incidências das três perguntas. Ao pinçar os quinze nomes mais citados chegamos na seguinte tabela:

Tabela 1 – Quinze comunicadores com maior incidência em todas as perguntas

Ordem	Nomes	Incidência
1	Leonardo Sakamoto	113
2	Rachel Sheherazade	55
3	Ricardo Boechat	38
4	Luis Nassif	31
5	Jean Wyllys	28
6	Paulo Henrique Amorim	25
7	William Bonner	25
8	Eliane Brum	24
9	Leonardo Boff	20
10	Danilo Gentili	17
11	Reinaldo Azevedo	17
12	Marcelo Tas	15
13	Cauê Moura	14
14	Gregório Duvivier	14
15	Juca Kfourri	12

Fonte: Pesquisa Mobilização Social e Líderes Midiáticos desenvolvida pela autora.

Contrariando a hipótese que tínhamos antes de iniciar a pesquisa, de que apareceriam muitos nomes de comunicadores amadores, entre os quinze comunicadores mais indicados (na maioria) estão justamente jornalistas de profissão, onze são jornalistas. Sendo eles: Leonardo Sakamoto, Rachel Sheherazade, Ricardo Boechat, Luis Nassif, Jean Wyllys, Paulo Henrique Amorim, William Bonner, Eliane Brum, Reinaldo Azevedo, Marcelo Tas e Juca Kfourri. Apenas Leonardo Boff, Danilo Gentili, Cauê Moura e Gregório Duvivier possuem formação e atuação em outras áreas.

É interessante ver que, no espaço que não exige nenhuma legitimação da profissão e que abre possibilidades para qualquer pessoa publicar, o que ainda ganha destaque é a produção de profissionais. É um contraponto interessante ao discurso massivo sobre a extinção do jornalismo.

Por outro lado, o que vemos é que muitos desses jornalistas conseguem se tornar populares e influentes na rede por terem adotado um discurso próprio da internet. É o caso do William Bonner, com seu perfil no Twitter “Tio Bonner” ou, ainda, por produzirem conteúdos específicos para espaços *online*, como no

caso de Leonardo Sakamoto. A maioria deles faz uma adaptação da linguagem ou cria um espaço de informações específico para abordagem de conteúdo *online*.

Em relação ao tipo de veículo e plataforma utilizada para comunicação, podemos

dizer, que, Leonardo Boff, ocupante da nona posição na lista, possui somente *blog* como canal de informações com seu público<sup>4</sup>. Quatro deles, Jean Wyllys<sup>5</sup>, Luis Nassif<sup>6</sup>, Reinaldo Azevedo<sup>7</sup> e Juca Kfour<sup>8</sup>, estão inseridos em portais noticiosos tradicionais de grandes empresas de comunicação. Dez, além de estarem em outro canal de informação, também possuem *blogs*. É o caso de Leonardo Sakamoto<sup>9</sup>, Rachel Sheherazade<sup>10</sup>, Luis Nassif<sup>11</sup>, Paulo Henrique Amorim<sup>12</sup>, Eliane Brum<sup>13</sup>, Danilo Gentili<sup>14</sup>, Olavo de Carvalho<sup>15</sup>, Juremir Machado<sup>16</sup>, Pablo Vilhaça<sup>17</sup> e Marcelo Tas<sup>18</sup>. Outros dois estão inseridos exclusivamente em outros veículos de comunicação que não a internet, como, por exemplo, a televisão e o rádio. É o caso de Ricardo Boechat<sup>19</sup>,

---

4 BLOG LEONARDO BOFF. Disponível em: <<http://www.leonardoboff.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

5 CARTA CAPITAL. **Colunista Jean Wyllys**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/Jean-Wyllys>>. Acesso em: 29 dez. 2015a.

6 CARTA CAPITAL. **Colunista Luis Nassif**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/luisnassif>>. Acesso em: 29 dez. 2015b.

7 VEJA. **Blog do Reinaldo Azevedo**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/>>.

8 É um cientista social e colunista da Folha de SP e do UOL.

9 BLOG LEONARDO SAKAMOTO. Disponível em: <<http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/>>. Acesso em 29 dez. 2015.

10 É jornalista do SBT. Possui o *blog* Raquel Sheherazade. Disponível em: <<http://rachelsheherazade.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

11 É jornalista colunista da Carta Capital e possui o *blog* Luis Nassif Online. Disponível em: <<http://jornalggn.com.br/blogs/luisnassif>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

12 É jornalista do grupo Record. Possui o *blog* Conversa Afiada. Disponível em: <<http://www.conversaafiada.com.br/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

13 É jornalista do grupo Globo e possui o *blog* Desacontecimentos. Disponível em: <<http://desacontecimentos.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

14 BLOG O NADA MARAVILHOSO MUNDO DE DANILO GENTILI. Disponível em: <<http://www.danilogentili.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

15 BLOG OLAVO DE CARVALHO. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/index.html>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

16 BLOG JUREMIR MACHADO DA SILVA. Disponível em: <<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

17 BLOG DIÁRIO DE BORDO. Disponível em: <<http://www4.cinemaemcena.com.br/diariodebordo/?author=2>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

18 O apresentador do programa CQC possui o *blog* do Tas. Disponível em: <<http://blogdotas.com.br/>>.

19 Jornalista do grupo Bandeirantes de Comunicação.

William Bonner<sup>20</sup>. Entretanto, mesmo estes últimos possuem ligação com o público de internet por meio das redes sociais. E mais dois são *youtubers* e também possuem *blogs*. É o caso de Cauê Moura e Gregório Duvivier<sup>21</sup>.

Assim, é possível afirmar que a maioria dos comunicadores, que influenciam a opinião dos entrevistados, possui *blog* e estão inseridos em algum portal de notícias. Assim, podemos dizer que os jornalistas e os veículos de comunicação tradicionais continuam sendo os responsáveis pelo processo de influência na opinião da Multidão e que, aliados a eles, estão esses outros líderes que atuam somente na internet.

Outro ponto interessante para ser analisado é o tipo de produção. A maioria deles não resume seus conteúdos a uma única forma de apresentação da notícia. Trabalham com textos, mas também com vídeos, fotografias e gráficos. Utilizam-se do formato de postagem, mas também fazem entrevistas, debates ou crônicas. E mais: tentam – além de manterem espaços independentes –, estar presente nos meios de comunicação tradicionais. A maioria dos que fazem sucesso na internet também estão presentes na TV, no rádio, no jornal ou em revistas. É a realização efetiva do fenômeno *transmídia*.

Quando falamos em *transmídia*, estamos pensando em conteúdos disponibilizados em múltiplas plataformas de comunicação. E, em cada mídia, a informação recebe um tratamento específico, de acordo com suas potencialidades. As redes sociais também contribuem bastante nesse processo *transmídia*. Quando utilizadas com toda sua potencialidade, é possível criar um tipo de narrativa específica para cada tipo de público, “os dados agregados de registros comportamentais em mídia social *online* oferecem uma oportunidade sem precedentes para investigar minuciosamente a dinâmica detalhada de difusão”<sup>22</sup>. Abre-se aqui, com as redes sociais, a possibilidade de efetivação de uma comunicação *ultradirigida*.

Passemos agora a análise dos conteúdos produzidos, para que possamos observar qual a linha editorial e política seguida pelos comunicadores.

---

20 É jornalista da Rede Globo. Apresenta e é editor-chefe do Jornal Nacional. Possui uma conta no Twitter, na qual se autodenomina o Tio Bonner.

21 É um ator, humorista e roteirista. Se destacou como um dos criadores dos esquetes do Porta dos Fundos, que é um canal do YouTube.

22 ZHANG, Leihan Zhang; ZHAO, Jichang Zhao; KE, Xu. Who creates trends in online social media: The crowd or opinion leaders? In: Journal of Computer-Mediated Communicatio, dez. 2015. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12145/full>>. Acesso em: 12 jan. 2016.

## Linha editorial e política na cobertura da votação do Impeachment da presidenta Dilma

Os líderes serão analisados em ordem decrescente, começamos pelo que recebeu o maior número de citações e encerramos com o que obteve o menor número. As análises serão concentradas nas publicações dos líderes que ocorreram entre os dias 11 e 17 de abril de 2016, semana em que foi votada a abertura de processo de *Impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, na câmara dos deputados.

Embora esteja concentrada na semana da votação, esta análise não buscará identificar somente as posições dos líderes sobre o tema, podendo espriar-se para a verificação mais ampla das ideias por eles defendidas. A proposta é de observar a posição assumida pelo comunicador em relação ao impedimento da presidenta, bem como, os argumentos arregimentados para sustentar tal posicionamento.

Iniciaremos com a análise das opiniões do jornalista Leonardo Sakamoto, o comunicador mais citado<sup>23</sup>. Em seu *blog*, no dia 11 de abril, ele publicou um artigo que versava sobre o processo de *Impeachment*, realizando uma analogia entre o muro construído para o dia da votação, que tinha por objetivo separar os manifestantes pró e contra a presidenta, e a população brasileira com suas divisões.

Por demonstrarem mais do que opiniões pontuais do autor, apontando para a ideologia que transparece em suas manifestações, dois aspectos desta publicação merecem destaque. O primeiro, o posicionamento sobre a condução do país pela presidenta Dilma, que é demonstrado na seguinte afirmação: “governo que, na minha opinião, é incompetente, não sabe fazer política, muito menos gerir a economia e sobre o qual recaem graves denúncias de corrupção”. O segundo, um apoio às lutas de esquerda, quando compara a divisão estabelecida pelo muro de Brasília com a divisão do Brasil entre “pobres” e “ricos”. Neste momento, Sakamoto traz à tona elementos de crítica quanto aos posicionamentos da elite brasileira em relação a problemas já conhecidos do país, como a desigualdade social e a má distribuição de renda. No seu argumento, os “mais ricos” seriam incapazes de fazer uma autocrítica e de perceber a tributação de grandes fortunas como oportunidade para a melhoria das condições de vida dos grupos menos favorecidos.

A reflexão sobre distribuição de renda é tradicionalmente conhecida no Brasil, como uma argumentação dos movimentos de esquerda<sup>24</sup>. Tais posicionamentos,

<sup>23</sup> Ao todo 113 vezes como consta a tabela número 1.

<sup>24</sup> O conceito de “esquerda” é bastante polêmico e remete a histórica discussão tanto política quanto acadêmica. Uma das obras que contribui contemporaneamente para o entendimento do conceito trata-se do livro do cientista político Norberto Bobbio, “Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção Política”. Neste livro Bobbio apresenta como sendo uma característica genérica da esquerda a busca pela igualdade. A construção de estruturas e sociedades igualitárias prevaleceria entre os diferentes grupos de esquerda.

demonstram uma postura deste líder de crítica aberta aos setores mais favorecidos economicamente na sociedade brasileira.

Em diferentes momentos de suas publicações, ao longo da semana de votação do *Impeachment* o jornalista se aproximou da pauta das esquerdas, no entanto, a opinião reiterada em seus artigos, referente ao impedimento de Dilma Rousseff, se expressa na seguinte manifestação:

A maior parte do povão, a maioria amorfa em nome do qual tudo isso é feito, mas que raramente se beneficia do grosso do Estado, não foi às ruas nem pró, nem contra o governo. Continua onde sempre esteve: trabalhando pelo bem-estar de uma minoria e assistindo a tudo bestializado pela TV<sup>25</sup>.

Para Sakamoto, o processo que seria aberto poderia expressar o interesse de alguns grupos específicos da sociedade, mas não o da “maioria”. Seria a representação dos interesses de apenas uma parcela. Para ele, independente de terem sido numerosos os manifestantes que tomaram as ruas contra o governo, estes, não representam globalmente a sociedade brasileira.

Além disso, ele afirma que a TV, assim como em outros tempos, estaria atuando como bestializadora dos indivíduos e não como formadora crítica da população, o que facilitaria a atuação dos grupos envolvidos na disputa para que, independente do resultado, a parcela mais elevada da população ficasse à margem como espectadora.

Dessa forma, percebe-se em Sakamoto uma postura que mescla crítica ao governo de Dilma Rousseff e ao processo de impedimento movido contra ela. Porém, a tônica de seus artigos concentra-se significativamente no distanciamento da maioria da população em deste processo, não sendo representada pelos prós, nem pelos contra *Impeachment*.

Como segundo comunicador mais citado aparece a jornalista Rachel Sheherazade. Apresentadora do jornal “SBT Brasil” ela demonstra perfil ideológico diferente de Sakamoto criticando abertamente movimentos de esquerda e partidos, como PCdoB, PSOL e PT. Esta percepção é possível de ser verificada olhando-se brevemente as publicações realizadas em sua página no *Facebook*<sup>26</sup>.

Ao longo da semana de votação da abertura do processo de *Impeachment*, na Câmara dos Deputados, ela pouco se manifestou sobre o tema nas redes sociais. Diretamente ligadas ao momento político vivido foram 7 postagens. A primeira, no dia 16 de abril consistia em um vídeo cômico, composto por montagens de falas da presidenta Dilma Rousseff, tendo de fundo a música “Por quê homem não chora”, de Roni dos Teclados. A montagem do vídeo forma a frase “estou indo embora”, uma

25 BLOG DO SAKAMOTO. Disponível em: <<http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2016/04/15/impeachment-quando-esta-guerra-acabar-va0-sobrar-as-baratas/>>. Acesso em: 11 jul. 2016.

26 FACEBOOK DE RAQUEL SHEHERAZADE. Disponível em: <<https://www.facebook.com/rachelsheherazadejornalista/?fref=ts>>. Acesso em 11 de jul. 2016.



analogia em relação à aprovação do impedimento.

Sheherazade fez ainda um post no *Facebook*, no dia 17 de abril de 2016, de uma imagem que assemelha Dilma Rousseff ao ex-presidente Fernando Collor de Mello e mais 5 *posts* no *Twitter*, nos quais, defende abertamente o impedimento de Dilma com tom de comemoração à vitória do “sim” à abertura do processo. No entanto, em nenhuma destas manifestações apresenta argumentos mais profundos que embasem a sua posição.

Dessa forma o que podemos perceber é que Rachel Sheherazade, nas redes sociais, no período analisado, adotou uma sua posição favorável ao *Impeachment* da presidenta Dilma Rousseff. O fato das manifestações analisadas não apresentarem um conteúdo argumentativo nos impede, nesse momento, de aprofundarmos a análise desta comunicadora.

Na terceira posição está o jornalista Ricardo Boechat. Esse comunicador, reconhecido nos meios de comunicação tradicionais, possui uma página oficial no *Facebook*, porém, por problemas operacionais para visualização dos vídeos que lá estão postados a análise se deu a partir dos comentários postados site “*noticias.band.uol.com.br*”. É importante ressaltar que os vídeos postados são todos dos seus comentários na emissora de rádio Band News FM.

Boechat não assume um lado nesta polarização, nem deixa transparecer claramente a sua opinião. Nos vídeos postados, as suas manifestações são sempre no sentido de uma análise crítica dos fatos políticos, em que ele manifesta a sua opinião sobre assuntos pontuais, porém, não expressa se é a favor ou contra o impedimento da presidenta.

No comentário do dia 11 de abril, o jornalista fala sobre a necessidade de pensar no Brasil para além do processo de *Impeachment* discutindo propostas que sirvam para conter a corrupção de maneira genérica em todo o sistema político. O argumento sustentado por ele é o de que, independentemente do desfecho da votação que se daria no domingo, o problema da corrupção não estaria resolvido e medidas mais amplas precisariam ser tomadas.

Nesse sentido, ele fala sobre um projeto de lei de iniciativa popular intitulado: “10 medidas contra a corrupção”. As propostas consistiriam em mudanças na legislação e ações que deveriam ser adotadas com vistas ao combate à corrupção. Além de defender o projeto, Boechat faz duras críticas à morosidade com que tramitam tais propostas na câmara dos deputados, se comparadas com a velocidade de tramitação do processo de *Impeachment*. Destaca que a mesma mobilização política que estava ocorrendo para punir Dilma Rousseff, deveria ser adotada para a aprovação dessas medidas.

Ainda na perspectiva de uma equalização com o interesse das ruas, o comunicador analisado fez, no dia 13 de abril, um comentário em que compara a crise política vivenciada em 2016 com a de outros momentos históricos como a



morte de Getúlio Vargas e de Tancredo Neves e a cassação de Fernando Collor de Mello. Em sua opinião a crise política atual seria a maior de todas elas e o que justificaria tal intensidade seria a participação mais acentuada da sociedade, em função do advento da internet. Para ele as possibilidades dos indivíduos opinarem de forma individual e participarem do debate público seria o principal elemento de potencialização do confronto político.

No dia seguinte, a manifestação do jornalista prosseguiu na tentativa de captação do anseio popular. Com argumento centrado na existência de uma busca por mudança na população, Boechat destacou que as manifestações de junho de 2013 já foram expressão desse descontentamento e que, no atual contexto, independente do manifestante ser pró ou contra *Impeachment* todos esperam mudanças profundas na política nacional.

A partir das manifestações analisadas de Ricardo Boechat é possível perceber que em sua opinião a população estaria inserida no debate sobre o impedimento e que a melhor atitude a ser tomada pela classe política seria a de dar ouvidos a uma espécie de “clamor popular” em busca de mudanças significativas nas práticas de seus representantes.

Dessa forma, enquanto para Leonardo Sakamoto a maioria dos indivíduos da sociedade brasileira estaria distante do debate sobre o impedimento de Dilma Rousseff e alheios ao seu resultado, para Boechat a população estaria sim inserida na discussão, mas teria como sua principal pauta invés do “fica Dilma” ou do “fora Dilma”, a expectativa de mudanças profundas na política nacional.

Após Ricardo Boechat, na quarta colocação aparece Luis Nassif. Ele contribui com o jornal GGN e, no período analisado, apesar de não ter publicado conteúdo escrito com a sua opinião sobre o processo de *Impeachment*, se manifestou a partir de um vídeo<sup>27</sup> em que expôs claramente o que pensa sobre o processo, bem como, as motivações que levaram ao momento político vivenciado.

Para Nassif o processo de impedimento é, em essência, um retrocesso da democracia brasileira. Em sua opinião, a aprovação do impedimento representaria a culminação de interesses de alguns grupos políticos para a tomada do poder do Estado, mas não teria um fundamento jurídico que o amparasse. O que representaria uma maneira enviesada de assumir o poder executivo.

O jornalista afirma que dois elementos foram preponderantes para a crise. Primeiramente ele destaca a dificuldade de Dilma Rousseff e das lideranças do Partido do Trabalhadores (PT) na leitura dos tempos atuais e, depois, o segundo elemento seria a perda de controle do governo sobre setores da estrutura do Estado que mereceriam mais atenção pelos riscos que poderiam por ao regime democrático.

Na concepção de Luis Nassif o período do PT na presidência da república,

---

27 LUIS NASSIF ONLINE. **Hangout de um dia decisivo.** Disponível em: <[http://jornalggn.com.br/noticia/daqui-a-pouco-hangout-de-um-dia-decisivo#.VxL\\_Kn4X604.facebook](http://jornalggn.com.br/noticia/daqui-a-pouco-hangout-de-um-dia-decisivo#.VxL_Kn4X604.facebook)>. Acesso em: 12 jul 2016.

que se iniciou no ano de 2002 com o primeiro governo do ex-presidente Lula, trouxe para o Brasil mudanças significativas. Destacando-se a reestruturação das carreiras de estado, com a abertura de concursos públicos, melhoria dos salários do funcionalismo público federal e também com a ascensão das classes C e D ao mercado de consumo.

Na percepção desse comunicador o Brasil, a partir de 2002, deixou uma perspectiva neoliberal de Estado mínimo<sup>28</sup> e passou a adotar uma postura mais atuante, com vistas ao desenvolvimento nacional. A ideia de que uma economia de livre mercado seria suficiente para suprir as demandas da sociedade passou a ser substituída pela noção de um Estado mais presente na vida social e garantidor de direitos e benefícios sociais.

Paralela a esta reestruturação teria atuado, também, o poder executivo a partir de 2002, para inserir numa economia de mercado, expressivos contingentes da população brasileira pertencentes às classes menos favorecidas economicamente. Uma das marcas dos governos do PT seria uma redistribuição de renda com importante poder de tornar consumidoras pessoas que, até então, possuíam pouco poder de compra.

É importante destacar que, para Nassif, além da preocupação quanto à inserção no mercado, houve significativa atuação dos governos Lula e Dilma na estruturação de políticas sociais como “Bolsa Família”, “Programa Universidade para Todos – Prouni”, “Programa Nacional Acesso do Ensino Técnico e Emprego – Pronatec” que tiveram como fim a ascensão social de brasileiros que estavam numa situação de exclusão.

Nessa perspectiva as pessoas beneficiadas por estas políticas tiveram melhorias significativas em suas condições de vida, o que as levou a perceber a sociedade e a política de maneira diferenciada. Mas o sentimento de gratidão pelas ações do Estado não perduraria eternamente e os contingentes que delas foram beneficiários, perceberam rapidamente que àquelas não eram nada mais do que a obrigação do governo. Lula e Dilma não teriam feito nada mais do que a sua obrigação e mudanças mais profundas passaram a ser exigidas.

Para além desta mudança, que é essencialmente social, Nassif localiza na condução do poder executivo, principalmente nos governos de Dilma Rousseff, um erro fatal que teria resultado na proliferação da crise política. O equívoco cometido consistiria na autonomia concedida a órgãos da estrutura do Estado que, seriam em última instância, subordinados ao poder executivo federal. Estes setores consistiriam, principalmente, no Ministério Público Federal (MPF) e na Polícia Federal.

Esses setores, na medida em que ganharam autonomia em relação ao governo, passaram a atuar em diferentes circunstâncias para desestabilizar Dilma Rousseff. Uma das demonstrações desta atuação seriam os “vazamentos seletivos” de

---

28 Estado com pouca intervenção na economia e na sociedade.

informações sigilosas que prejudicariam, em última instância, o PT e a presidenta da república. Luis Nassif afirma que a crise vivenciada e o risco de retrocesso da democracia seriam de responsabilidade última do MPF e do procurador geral da República Rodrigo Janot. Assim sendo, Luis Nassif posiciona-se de forma contundente contrário ao processo de *Impeachment*.

Nesse sentido está, também, a opinião de Jean Wyllys, deputado federal pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e quinto colocado na lista de comunicadores. Acusando o processo de impedimento de Dilma Rousseff de “golpe”, o parlamentar manifestou-se abertamente na sua página no *Facebook*<sup>29</sup> ao longo da semana da votação na Câmara dos Deputados.

Em uma postagem do dia 11 de abril, Wyllys aponta três motivos que o levam a posicionar-se contra. O primeiro argumento está baseado no fato de Eduardo Cunha, então presidente da Câmara e deputado pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) ser a principal liderança que conduzia o processo. O segundo argumento é que na opinião dele, não havia crime de responsabilidade que embasasse o pedido de *Impeachment*<sup>30</sup>. O terceiro aspecto elencado remete a um possível retrocesso em termos de direitos conquistados, que ocorreria com a saída da presidente e a conseqüente ascensão de seu vice Michel Temer, também do partido de Cunha.

Por fim, para Jean Wyllys, o *Impeachment* seria basicamente uma construção das elites econômicas e políticas, representadas por partidos como Democratas (DEM), Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e Partido Solidariedade (PS) e patrocinada pelos meios de comunicação social tradicional, que manobriariam com a opinião da população.

## Considerações Finais

De acordo com a pesquisa empírica, podemos afirmar que os jornalistas e os veículos de comunicação não foram e parece que nem serão substituídos, mesmo com a ascensão da comunicação via redes sociais, *blogs* e *Youtube*, espaços que não exigem nenhuma regulamentação profissional para publicações. Eles seguem ocupando um espaço privilegiado de informações, seja na rede, seja fora dela, pois, “mesmo o leitor mais ativo ainda é passivo na percepção da luta para produzir a informação capaz de transformá-lo em um sujeito com atividade e autonomia”<sup>31</sup>.

29 Disponível em: <<https://www.facebook.com/jean.wyllys/?fref=ts>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

30 O argumento que embasa a acusação contra Dilma Rousseff é o de que ela teria cometido crime de responsabilidade realizando “pedaladas fiscais”, manobras econômicas realizadas no orçamento e que foram assim apelidadas.

31 MALINI, Fábio; AUTOUN, Henrique. **A Internet e a Rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 156.

Assim, os jornalistas continuam sendo os comunicadores nos quais os utilizadores depositam confiança em larga escala. Os veículos de comunicação, de igual maneira. Ambos possuem *expertises* próprias da área, que são capazes de atribuir maior confiabilidade às informações.

Já no que tange a linha editorial e política dos conteúdos produzidos, podemos dizer que não foi por influência dos comunicadores de internet que se efetivou o processo de impedimento da presidenta, visto que, três, dos cinco comunicadores com maior incidência, tinham posições declaradamente contrária ao *Impeachment*, Luis Nassif, Jean Wyllys e Leonardo Sakamoto; Ricardo Boechat, não manifestou posicionamento; e Rachel Sheherazade mostrou posicionamento favorável.

Nesse ponto, podemos pensar que os comunicadores, em tempos de redes sociais, não possuem influência tão forte na formação da opinião pública quanto a que comunicadores possuíam em outros tempos. Essa falta de influência creditamos principalmente a duas questões: maior número de comunicadores presentes na vida social, (conforme citamos no início deste trabalho apareceram 354 nomes diferentes) e pulverização dos meios de comunicação (não temos a audiência concentrada em poucos espaços, mas sim difusa).

Nessa perspectiva, ser conhecido ou ter uma boa audiência na internet não significa ser influente na vida política do país. O poder de incutir posicionamentos é menor. O mesmo não podemos dizer quando analisamos os meios de comunicação tradicionais, que como apontam Sakamoto e Wyllys, continuam tendo forte influência nos processos políticos. Essa influência ocorre pelos poderes políticos e econômicos infiltrados nesses espaços e não pela força ou carisma dos comunicadores presentes neles.

Outro ponto interessante é que, para Boechat e Nassif, a população estaria envolvida ativamente na solicitação de *Impeachment*, já para Sakamoto e Wyllys, não haveria participação popular. Ousamos concordar com os dois últimos. Acreditamos que “a maior parte das pessoas envolvidas no ativismo *online* tem vivência zero em estratégias tradicionais. [...] Falta perspectiva histórica e política para trazer profundidade intelectual ao debate”<sup>32</sup>. Acreditamos assim, que a maior parte da população não está disposta a adentrar em profundidade nas discussões.

---

32 MOROZOV, Evgeny. O ativismo online é para preguiçosos. Entrevista para Revista Época. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI120397-15227,00-O+ATIVISMO+ONLINE+E+PARA+PREGUICOSOS.html>>. Acesso em: 13 jan. 2016.

## Referências

- BOBBIO, Norberto. **Direita e Esquerda: Razões e Significados de uma Distinção Política**. Unesp, São Paulo, 1995.
- BLOG DO TAS. Disponível em: <<http://blogdotas.com.br/>>.
- CARTA CAPITAL. **Colunista Jean Wyllys**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/Jean-Wyllys>>. Acesso em: 29 dez. 2015a.
- \_\_\_\_\_. **Colunista Luis Nassif**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/luisnassif>>. Acesso em: 29 dez. 2015b.
- ConversaAfiada. Disponível em: <<http://www.conversaafiada.com.br/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- Desacontecimentos. Disponível em: <<http://desacontecimentos.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- DIÁRIO DE BORDO. Disponível em: <<http://www4.cinemaemcena.com.br/diariodebordo/?author=2>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- JUREMIR MACHADO DA SILVA. Disponível em: <<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- LEONARDO BOFF. Disponível em: <<http://www.leonardoboff.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- LEONARDO SAKAMOTO. Disponível em: <<http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/>>. Acesso em 29 dez. 2015.
- Luis Nassif Online. Disponível em: <<http://jornalggn.com.br/blogs/luisnassif>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- MALINI, Fábio; AUTOUN, Henrique. **A Internet e a Rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- MONKEY, Survey. **Tamanho da amostra do questionário**. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/>>. Acesso em: 13 mar. 2015.
- MOROZOV, Evgeny. **O ativismo online é para preguiçosos**. Entrevista para Revista Época. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI120397-15227,00-O+ATIVISMO+ONLINE+E+PARA+PREGUICOSOS.html>>. Acesso em: 13 jan. 2016.
- O NADA MARAVILHOSO MUNDO DE DANILO GENTILI. Disponível em: <<http://www.danilogentili.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- OLAVO DE CARVALHO. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/index.html>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- PINTO, Cândida Martins. A Teoria Fundamentada como método de pesquisa. **Anais do XII Seminário Internacional de letras**. Disponível em: <<http://www.unifra.br/eventos/inletras2012/Trabalhos/4415.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2014.
- VEJA. **Blog do Reinaldo Azevedo**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/>>.
- ZHANG, Leihan Zhang; ZHAO, Jichang Zhao; KE, Xu. Who creates trends in online social media: The crowd or opinion leaders? In: Journal of Computer-Mediated Communicatio, dez. 2015. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12145/full>>. Acesso em: 12 jan. 2016.

## Sobre os autores

**Alessandra Francieli Weiler** Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS- Email: comunicacao.alessandra@gmail.com

**Ana Beatriz Leite de Souzam** Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará; E-mail para contato: anabmilk@gmail.com

**Ana Carolina Rocha Pessoa Temer** Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Informação e Comunicação- FIC, da Universidade Federal de Goiás. Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Diretora Regional Centro Oeste da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Coordenadora do GT Estudos de Periodismo da ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación. e-mail: anacarolina.temer@gmail.com

**Aniele Uhlmann Spinosa** Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: anispinosa@icloud.com

**Antonio Carlos Persegani Florenzano** Mestrando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisador no GP Jor XXI (PPGCOM – UTP). Membro do GP JOR XXI da UTP. Taxista PROSUP/CAPES, e-mail: abonico@gmail.com.

**Carla Montuori Fernandes** Professor da Universidade Paulista (UNIP); Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP); Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista (UNIP); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Pós-doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); E-mail: carla\_montuori@ig.com.br

**Carlos Alberto de Souza** Doutor em Ciência Humanas (Interdisciplinar) pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2005), Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul -UFRGS (1999) e graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (1983). Especialista em Psicologia da Comunicação (UFSC) e em Comunicação Social - Universidade do Vale do Itajaí. Atualmente é professor Adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa - PR

e atua como coordenador do Grupo Foca Foto e Foto&Tec, além de trabalhar no Projeto de extensão Ade (Televisão) do Departamento de Jornalismo. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Fotojornalismo, Jornalismo, Rádio e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, fotojornalismo, comunicação, educação a distância, ensino e pesquisa. Atualmente tem se dedicado ao estudo da imagem (estática e em movimento) por meio do Grupo de Pesquisa Interart. Autor dos livros: - O Fundo do Espelho é Outro: Quem liga a RBS liga a Globo (1999) - Telejornalismo e Morte: a interdição do ver no noticiário televisivo (2008) - Coleção Mídias contemporâneas e Imagética (organizador) - Organizador dos livros: Impressão de Jornalista (volumes I, II e III), Coleção Imagética (v. I e II) e Coleção Mídias Contemporâneas (Volumes I e II)

**César Maia** Graduação em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP; Doutorando em Sociologia na Universidade da Beira Interior – UBI; E-mail para contato: cesarpmm@hotmail.com

**Christinny Matos Garibaldi Pires** Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora; Bolsista do Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Comunicação da UFJF (PET - Facom) X; E-mail para contato: christinnyg@gmail.com

**Cristine Rahmeier Marquette** Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Unisinos, e Mestra em Processos e Manifestações Culturais na Universidade FEEVALE (2015). Possui graduação em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2010). Trabalha na área de produção cultural, elaborando projetos para leis de incentivo e se envolvendo com políticas públicas de cultura. Também atuou como docente na instituição SENAC, em Canoas/RS, lecionando sobre cultura, comunicação, planejamento, eventos, projetos, produção, dicção e oratória. O foco de suas pesquisas tem sido a comunicação e os estudos culturais, tendo interesse nas áreas de democracia social e cultural, políticas públicas e educação.

**Daniel Rodrigo de Freitas Apolinário** Analista da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Ciência da Computação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: daniel.apolinario@embrapa.br

**Daniele Iachecen** Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: daniele.iachecen@gmail.com



**Diego dos Santos Barbosa** Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará; E-mail para contato: diegosbarbosa95@hotmail.com

**Dirceu Martins Alves** Professor da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus – Bahia. Membro do corpo docente do Departamento de Letras e Artes, atuando no Curso de Graduação em Comunicação Social – Rádio e TV. Graduação em Licenciatura Plena em Letras pelas Faculdades Metropolitanas Unidas, FMU, Brasil. 1992. Graduação em Licenciatura Plena em Letras pela Universidade Estadual Paulista, UNESP, Brasil. 1996. Mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP, Brasil. 2004. Doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PCSP, Brasil. 2010. Líder do grupo de pesquisa Comunicação, Mídia, Cultura, Tradição e traduções (ComMídiaCult/UESC/CNPq). Membro do grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura: Barroco e Mestiçagem, da PUC-SP/CNPq. (Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica). E-mail: dirceumalvez@gmail.com

**Doraci Masiero Jacobus** Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); Mestranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Grupo de pesquisa: Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD)/CNPq; E-mail para contato: dmjacobus@uol.com.br

**Edson Capoano:** Professor pesquisador da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo e da Universidade Presbiteriana Mackenzie; Membro do corpo docente do Programa de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo; Graduação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo; Mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo; Doutorado em Comunicação e Cultura pelo Programa de Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo (USP); Grupo de Pesquisa: Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo; E-mail para contato: edson.capoano@gmail.com

**Fernanda Safira Soares Campos** Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: fsafirac@gmail.com

**Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa** Professor da Fundação Armando Alvarez Penteado – FAAP; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Marketing Digital da FAAP; Graduação

em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade Propaganda pela FAAP; Mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista; fernandodineli@gmail.com

**Franco Iacomini Junior** Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail:fiacomini@gmail.com.

**Genira Correia Chagas** Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); E-mail: genirachagas@uol.com.br

**Guaracy Carlos da Silveira** Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, pela Fundação Armando Álvarez Penteado. Mestrado em Comunicação Social – Comunicação Tecnológica e Científica, pela Universidade Metodista de São Paulo. Doutorando em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Grupos de Pesquisa: Convergência: Escola expandida, linguagens híbridas e diversidade. Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. E-mail: guaracycarlos@gmail.com

**Heloisa de Lima Gomes** Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: heloisagomeslima@gmail.com

**Ingrid Andressa de Almeida Querino Azevedo** Graduada do 8º de período de Jornalismo na Universidade Federal de Alagoas (UFAL); Bolsista do grupo de pesquisa “Panorama da programação televisiva em Alagoas”. ingrid.azevedo9@gmail.com

**Isabelle Loureiro** Graduada em Comunicação Social Jornalismo pelo Centro Universitário Augusto Motta. E-mail para contato: bellelouireot@gmail.com

**Jenifer Santos Souza** Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP); São Paulo – SP; Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP, 2015) com bolsa CNPq. Cientista social pela mesma instituição (UNIFESP, 2012). É professora de sociologia na rede estadual, (Escola Estadual Padre Anchieta - SP) desde 2012, tendo experiência com as disciplinas de sociologia, história e filosofia. Além da atuação acadêmica, tem experiência profissional com o terceiro setor (ONGs). E-mail: jenifersouza@gmail.com

**João dos Santos Vila da Silva** Pesquisador da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Licenciatura em Ciências – Habilitação em Matemática pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS; Mestrado em Sensoriamento Remoto pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE; Doutorado em Engenharia Agrícola pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: joao.vila@embrapa.br

**Jonas Gonçalves:** Graduação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero;- Mestrado em Produção Jornalística e Mercado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo;- Grupo de Pesquisa: Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo; E-mail para contato: jonasgoncalves@gmail.com

**Karime Kamel** Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tuiuti do Paraná; Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná; Pesquisadora no Grupo de Pesquisa INCOM - Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (PPGCOM-UTP). Pós graduada em Marketing e Negócios pela Universidade Tuiuti do Paraná; Pós Graduada em Gestão de Pessoas pela UNINTER; E-mail para contato: karimekamel@icloud.com

**Kelly Balbino** Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: kellyfernandarp@gmail.com

**Laíz Silveira** Mestre em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Telejornalismo pela Faculdade de Ensino Superior da Paraíba. Professora substituta de Relações Públicas da UFPB. Email: laizfederal@hotmail.com

**Leonardo Rodrigues Corrêa** Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Leonardo.rc.correa@gmail.com

**Lilian Saback de Sá Moraes** Professora do Depto de Comunicação Social da PUC-Rio; Mestrado em Comunicação pela PUC-Rio; Doutorado em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ (Brasil) e pelo CIES do ISCTE-IUL (Portugal); Pós-doutorado pela PUC Minas (em andamento); Integrante do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais/CNPq da PUC-Rio e pesquisadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da ECO/UFRJ; E-mail: liliansaback@puc-rio.br

**Luciane Volpatto Rodrigues** Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS; Pós-graduanda em Comunicação e Marketing pela Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU); Email: lucianevr@yahoo.com.br

**Luiza Teixeira do Nascimento** Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pelo Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Luiza\_vr@hotmail.com

**Maíra Bittencourt** Professora da Universidade Federal de Rondônia; Membro do corpo docente do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia; Graduação em Comunicação Social pela Universidade Católica de Pelotas – UCPEL; Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP; Pós Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade da beira Interior – UBI; Líder do Grupo de pesquisa em Linguagens e Práticas Jornalísticas – LIPJOR; E-mail para contato: maira\_bittencourt@hotmail.com

**Márcia Izabel Fugisawa Souza** Analista da Embrapa Informática Agropecuária Graduação em Biblioteconomia pela Universidade Estadual de Londrina - UEL- Mestrado em Planejamento e Administração de Bibliotecas pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCAMP. Doutorado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: marcia.fugisawa@embrapa.br

**Marcio Bico** Bacharel em Direito e Jornalismo pela Universidade Paulista (UNIP); Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista (UNIP); Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP); E-mail: marciobico@hotmail.com

**Maria Salett Tauk Santos** Professora Titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Docente do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex/UFRPE) e do Programa de Pós Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social (PGDCS-UFRPE). Coordenadora do Núcleo de Pesquisa Comunicação, Tecnologia e Culturas Populares (POSMEX). Membro da equipe de Coordenação do Observatório de Extensão Rural - OBSERVATER, da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Pesquisadora membro da ORCID. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1971), Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (1982) e Doutorado em Ciências da Comunicação pela



Universidade de São Paulo (1994). Autora, entre outras obras, dos livros: Comunicação para o Desenvolvimento: redes da memória. 1. ed. Recife: Companhia Editora de Pernambuco, 2016; Extensão Rural - Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento. 2a. ed. Recife: Fundação Antonio de Souza Abranches - FASA, 2014. 693p (Parceria com o Prof. Brás Callou); Inclusão Digital, Inclusão Social?: usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares. 1. ed. Recife: Edições Bagaço, 2009. v. 1. 256p.

**Mirian Magalhães** Jornalista e professora no Centro Universitário Augusto Motta. Possui Mestrado em Tecnologia pelo CEFET/RJ, é Especialista em Gestão Estratégica em EAD e se graduou em Jornalismo em 1987 pela UGF. E-mail para contato: mirianmmm@yahoo.com.br

**Moisés Cardoso** Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: beiocardoso@gmail.com.

**Nadir Rodrigues Pereira** Analista da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdades Integradas Alcântara Machado – FIAM; Mestrado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: nadir.rodrigues@embrapa.br

**Patrícia De Andrade** Mestrando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisador no GP Jor XXI (PPGCOM – UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: pathy\_segatta@hotmail.com

**Pedro Pinto de Oliveira** Professor da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP); Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Pós Doutorado em Comunicação e Artes pela Universidade da Beira Interior (UBI) – Portugal; Email: ppo@terra.com.br

**Rhanica Evelise Toledo Coutinho** Professor do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Barra Mansa-UBM; Mestrado Profissional em Ciências da Saúde e do Meio Ambiente pelo Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Doutoranda em Ciências da Educação pela Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro-UTAD (Portugal); Pesquisadora colaboradora LAGERES - Laboratório de

Estudo e Pesquisa na/para a Formação de Professores - CNPq (2010-2018)

**Rubia Steffens** Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS; Email: biasteffens@gmail.com

**Selma Regina Ramalho Conte** Bibliotecária Documentalista no Sistema de Bibliotecas (SiBi) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduada em Biblioteconomia e Documentação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Coordenadora do Programa de Gestão do Conhecimento (PGC) do Sistema de Bibliotecas (SiBi) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: selmaconte@gmail.com

**Tárcila Driely de Souza Cabral** Graduada em Jornalismo, curso inserido no Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA), da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Bolsista de Fomento Científico, Tecnológico e Extensão Inovadora – Desenvolvimento Institucional da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (Fapeal). tarciladriely@gmail.com tarcila.cabral@fapeal.br

**Tarcis Prado Junior** Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: tarcisjr@yahoo.com.br.

**Tarcísio de Sá Cardoso** Universidade Federal da Bahia (UFBA)- Salvador – BA; Professor adjunto do Departamento de Comunicação da UFBA. Doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela PUC-SP com bolsa CAPES (2015). Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP com bolsa CNPq (2010). Desenhista Industrial pela UFBA (2006). Membro do grupo de pesquisa TransObjeto (CNPq). Desenvolve pesquisas interdisciplinares com interesse nos trabalhos de Charles S. Peirce e de Bruno Latour. Possui experiência de docência em cursos superiores na área de Comunicação e Filosofia desde 2010, com ênfase em Teorias da Comunicação, Semiótica, Teorias da cibercultura. e-mail: tcardoso@ufba.br

**Tatiane dos Santos Pacheco** Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Pós-Graduada em Gestão Estratégica de Pessoas da Uceff Faculdades. Email para contato: tatianne\_pacheco@hotmail.com

**Tatiane Milani** Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do

Rio dos Sinos – Unisinos São Leopoldo/RS. Bolsista Capes/  
PROEX Taxa. Email para contato: tatimilani10@gmail.com

**Tércia Zavaglia Torres** Analista da Embrapa Informática Agropecuária Graduação em Administração de Empresas pela Faculdades Integradas da Católica de Brasília – FICB; Mestrado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR; Doutorado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR; E-mail para contato: tercia.torres@embrapa.br

**Valdecir Becker** Orientador do trabalho. Jornalista, mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento (2006,UFSC) e doutor em Ciências (Engenharia Elétrica, 2011, USP). Professor no Centro de Informática e nos Programas de Pós-graduação em Jornalismo e Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). valdecir@ci.ufpb.br

**Verônica Scheifer** Graduação em andamento em Jornalismo- Universidade Estadual de Ponta Grossa, UEPG, Brasil.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-93243-91-2



9 788593 243912