



**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 MIDIÁTICA 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 MUDIÁTICA SEGUNDO CONCEITOS DE  
CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTADÃO.COM.BR E  
HUFFPOST BRASIL.....**315**

*Jonas Gonçalves*

*Edson Capoano*

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

# A REPRESENTAÇÃO DA MÍDIA JORNALÍSTICA NA GRAPHIC NOVEL “PÉRSEPOLIS”

**Ana Beatriz Leite de Souza**

*Universidade Federal do  
Ceará, Curso de Jornalismo  
Fortaleza – Ceará*

**Diego dos Santos Barbosa**

*Universidade Federal do  
Ceará, Curso de Jornalismo  
Fortaleza – Ceará*

**RESUMO:** A leitura que os produtos culturais fazem das práticas jornalísticas inserem o ethos da profissão no imaginário coletivo da sociedade e servem de reflexão ao campo de trabalho. Em contraponto aos quadrinhos de super-heróis, que criam uma imagem romantizada do jornalismo, os quadrinhos não-ficcionais trazem um retrato mais próximo da realidade. Este artigo se propõe a analisar a representação da mídia jornalística na graphic novel autobiográfica “Persépolis”, da quadrinista iraniana

Marjane Satrapi. À luz da análise do discurso (AD), leva-se em consideração o contexto cultural e familiar da autora, pontuais no que diz respeito às formas de representação adotadas na narrativa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; história em quadrinhos; ethos; análise do discurso.



# 1. INTRODUÇÃO

A busca pela verdade e exatidão e a noção da responsabilidade social em “ser os ouvidos e os olhos remotos do público” (LAGE, 2011, p. 23) e de seus profissionais enquanto “porta-vozes da opinião pública” (TRAQUINA, 2005, p. 48) são valores que circundam o ethos jornalístico. Além de nortear o campo profissional, esses valores são refletidos no imaginário da sociedade a partir da leitura feita pelos produtos culturais a respeito da profissão.

Acompanhados do *ethos* que norteia o jornalismo e tomando como base sua competência específica de fornecer informação à sociedade (TRAQUINA, 2008), a literatura, o cinema, as histórias em quadrinhos e outros diversos formatos de produtos culturais de massa ajudaram a criar o “*modelo de jornalista-herói que coloca a profissão acima de tudo e luta até o fim pela verdade dos fatos*” (TRAVANCAS, 2003, p. 01).

Nas histórias em quadrinhos, esse modelo aparece, na maior parte das vezes, através da representação do super-herói que, nas horas vagas, trabalha como repórter. Por outro lado, os quadrinhos não-ficcionais, por possuírem um caráter referencial, trazem um retrato mais realista da profissão e ressaltam a ambiguidade existente dentro do campo.

Neste artigo, analisaremos como se dá essa representação na *graphic novel* autobiográfica “*Persépolis*”, que conta a vida da quadrinista Marjane Satrapi durante a Revolução Iraniana e Revolução Islâmica. A reflexão leva em conta a noção de pacto autobiográfico proposto por Lejeune (1975), que exige a identidade entre autor, narrador e personagem, além da problematização do mesmo a partir do conceito de *cartoon self* (HATFIELD, 2005). Para a análise em si, levantamos todos os momentos em que a mídia jornalística aparece na narrativa e escolhemos trechos específicos de oito capítulos da *graphic novel* para analisarmos à luz da Análise do Discurso (AD).

## 2. QUADRINHOS AUTOBIOGRÁFICOS

A produção de histórias em quadrinhos é, muitas vezes, injustamente colocada em um patamar abaixo da produção literária e de artes visuais. Isso porque, apesar de não poder ter propriedade reivindicada por nenhuma cultura ou país específico (MAZUR E DANNER, 2014), os quadrinhos se popularizaram ao redor do mundo através das tirinhas publicadas em jornais, geralmente com temáticas leves e tom cômico, o que contribuiu para criar a noção de que são uma leitura destinada para crianças.

Porém, desde os primórdios existiu uma produção alternativa em paralelo à produção de massa, que resultou no surgimento de gêneros que ajudam a desconstruir tal estigma, como, por exemplo, os quadrinhos não-ficcionais e os autobiográficos. O

ano de 1992 foi um grande marco nesse sentido, quando Art Spiegelman ganhou um prêmio Pulitzer pela *graphic novel* “Maus”, a única HQ a ganhar a famosa premiação, o que ajudou a popularizar outros quadrinhos que trazem relatos pessoais.

A autobiografia nos quadrinhos segue o mesmo pacto proposto por Lejeune (1975) à autobiografia em prosa: ao contrário do romance, gênero em que o autor atesta o caráter de ficção, os escritos autobiográficos, ao explicitarem a identidade entre autor, narrador e personagem, assumem um caráter referencial, que diz respeito à uma “realidade” externa ao texto. Ou seja, “*a identidade entre autor, narrador e personagem é a condição sine qua non de uma autobiografia*” (ALBERTI, 1991, p. 75), seja ela em prosa ou em quadros.

Apesar de partilharem do mesmo pacto, as produções autobiográficas de quadrinhos e da literatura possuem uma característica primordial diferente. Tal divergência provém de um aspecto que é diferencial também das duas artes no geral: o planejamento visual. Na 9ª arte há a presença do *cartoon self* (HATFIELD, 2005), a representação visual do próprio autor, que cria uma dualidade entre objetividade e subjetividade.

É a exploração gráfica dessa dualidade que distingue os quadrinhos autobiográficos da maioria das autobiografias em prosa. Diferente da narração em primeira pessoa, que trabalha de dentro para fora, descrevendo eventos como o experienciado pelo autor, os quadrinhos trabalham ostensivamente de fora para dentro, apresentando eventos de uma (imaginada) posição de objetividade, ou pelo menos distância. (HATFIELD, 2005, p. 115 – Tradução livre do autor)

Por permitir um distanciamento crítico característico dos relatos em terceira pessoa, a presença do *cartoon self* cria um nível de identidade entre autor, narrador e protagonista maior que o alcançado pelo texto escrito. Entretanto, o efeito é ambíguo e, por mais que confira objetividade, o *cartoon self*, assim como o personagem da autobiografia em prosa, não é o autor, mas sim a representação dele por ele próprio criada.

Do ponto de vista da relação entre autor e narrador, teríamos uma identidade clara, assumida, que se manifesta no presente da enunciação: é o autor que escreve aquelas linhas; é ele que narra, no momento presente, a história. Já entre autor e personagem, o que teríamos não constitui identidade, mas, antes, uma relação de semelhança, uma vez que o sujeito do enunciado (personagem), apesar de inseparável da pessoa que produz a narração (o autor-narrador está falando dele mesmo), dela está afastado. (ALBERTI, 1991, p. 76)

Para Alberti (1991), a partir do momento em que o autor reconstrói os acontecimentos a serem relatados, assume que a relação entre ele e o personagem

não são de identidade, mas sim de semelhança. O *cartoon self*, portanto, por mais que assuma o papel do relato em terceira pessoa, estaria “*apenas promovendo a ilusão da unidade do eu*” (p. 79), semelhante ao que ocorre com o uso da primeira pessoa na prosa.

Não à toa, ao estudar poesias autobiográficas, Combe (2010) defende a aproximação entre ficção e a autobiografia, assim como a existência de um eu-lírico dentro desta, o que ele chama de sujeito autobiográfico “ficcionalizado”. Para o autor, “*todo discurso referencial comporta fatalmente uma parte de invenção ou de imaginação que alude à ‘ficção’*” (p. 123). Isto não compromete o atestado de realidade proposto por Lejeune, porém, é importante o reconhecimento de que a autobiografia é uma construção feita a partir do ponto de vista do autor.

### 3. A REPRESENTAÇÃO DO JORNALISMO NOS QUADRINHOS

Os produtos culturais, em suas mais variadas formas, podem ser entendidos como a cultura falando em voz alta dela mesma e, portanto, são espaços válidos de reflexão sobre o campo jornalístico (SANSEVERINO, 2015). A literatura e o cinema foram os principais agentes na criação da imagem que a sociedade possui do jornalista. Mas as histórias em quadrinhos, enquanto produtos culturais de massa, também ajudaram a “*construir mitos e romancear atividades e profissionais, como foi o caso da imprensa e dos jornalistas*” (TRAVANCAS, 2003, p. 1).

Talvez devido à aproximação histórica entre o jornal impresso e o formato dos quadrinhos, o jornalismo esteve presente em grande parte das principais histórias, em umas de forma mais direta, como profissão do personagem protagonista, em outras compondo o *background* da narrativa. Além disso, a responsabilidade social do jornalista enquanto “*vigilante do poder político que protege os cidadãos contra os abusos (históricos) dos governantes*” (TRAQUINA, 2005, p. 48) o aproxima da figura do super-herói.

Clark Kent, o *alter ego* do principal super-herói americano, o Superman, é um repórter renomado, e mesmo Tintin, personagem criado em 1929 por Hergé que não possui nenhum tipo de superpoder, ganha o caráter heroico ao viver suas aventuras como repórter investigativo. Os dois personagens são o maior exemplo da romantização do ofício do jornalista nos quadrinhos, onde “*há muitos super-heróis jornalistas, mas são poucos os super-vilões jornalistas*” (DUTRA, 2003, p. 20). Porém, independente do formato, a representação da profissão costuma vir acompanhada por uma ambiguidade:

É possível observar versões do jornalismo como quarto poder que trabalha para a população, vigiando os demais poderes e garantindo o bem comum, e como

quarto poder perverso, que manipula as informações e, conseqüentemente, a sociedade por meio das notícias que escolhe divulgar” (SANSEVERINO, 2015, p. 23)

Nos quadrinhos, esse “outro lado” do jornalismo é levantado a partir das histórias de um outro grande super-herói, o Homem Aranha. Nelas, a imagem do “quarto poder perverso” pode ser atribuída ao editor-chefe do Clarim Diário, jornal para o qual Peter Park faz trabalhos como fotógrafo, que deseja a todo custo moldar uma opinião pública negativa à respeito do Homem Aranha. Mas o próprio protagonista, mesmo que carregue os princípios éticos comuns aos super-heróis, também não representa o jornalista ideal, já que se utiliza de sua condição de vida dupla para conseguir material jornalístico.

Por trás dessa imagem está o próprio *ethos* jornalístico, que é determinante não só para os profissionais do campo e na elaboração da mitologia que encobre a atividade, como também é projetado do imaginário coletivo da sociedade (TRAQUINA, 2003). A ambigüidade surge porque, ao ocupar um local privilegiado de discurso, que deveria ser aproveitado tendo em mente a responsabilidade social da profissão, há ao jornalista a possibilidade de manipulação da realidade.

Os quadrinhos não-ficcionais assumem uma condição referencial que muito se assemelha ao fazer jornalístico em si e, portanto, retratam a realidade de forma mais verossímil. Ainda assim, a imagem do jornalismo costuma vir acompanhada da mesma dualidade. Nosso objeto de análise, a *graphic novel* “Persépolis”, relata um contexto específico de uma sociedade autoritária, onde podem ser lidas duas versões da mídia: a que manipula as informações, vinculada ao Estado, e àquela a qual os cidadãos podem recorrer para estarem bem informados, “a fonte da verdade”.

## 4. PERSÉPOLIS

“Persépolis” é a *graphic novel*, ou seja, história em quadrinhos que possui o tamanho de um livro e foi escrita de modo a ser lida como uma única narrativa (WEINER, 2005), autobiográfica da iraniana Marjane Satrapi, publicada originalmente em quatro volumes pela editora francesa L’Association, entre os anos 2000 e 2003, e em volume único traduzido pela Companhia das Letras, em 2007, no Brasil, que conta a vida da quadrinista durante a Revolução Iraniana e Revolução Islâmica. A história ganhou ainda uma versão animada que foi indicada ao Oscar na categoria Melhor Animação, em 2008.

A narrativa do livro pode ser dividida em três partes. A primeira, onde aparece o *cartoon self* da autora ainda criança, aos 10 anos, retrata as transformações decorrentes do início da revolução, quando o xá Reza Pahlevi foi deposto e o Irã foi declarado uma República Islâmica, em 1979. A segunda parte diz respeito à adolescência de Marje, vivida longe da família em um país estrangeiro, a Áustria,

com costumes e princípios diferentes dos seus, período no qual passou por uma crise de identidade.

Na terceira e mais breve parte da narrativa, acompanhamos o amadurecimento da autora, de volta à terra natal, e os caminhos profissionais que a levaram pela segunda vez à Europa, especificamente à França, onde se estabeleceu como ilustradora e quadrinista. Com traços simples, o que marca a *graphic novel* é o tom intimista, que consegue dar leveza à temas tão sérios e pesados.

## 5. A REPRESENTAÇÃO DA MÍDIA EM “PERSÉPOLIS”

A partir de um levantamento, constatamos que a representação da mídia jornalística em “Persépolis” está presente em oito capítulos: “A Festa”, “As Ovelhas”, “A Viagem”, “Os F-14”, “As Joias”, “O Cigarro”, “O Legume” e “A Parabólica”. Dentre esses, escolhemos trechos específicos para a análise. Antes de adentrarmos na dinâmica analítica, contudo, cabem aqui algumas ressalvas e informações contextuais que auxiliarão na compreensão geral da análise.

Na HQ, presenciamos um Irã em guerra. Marjane Satrapi – protagonista e autora da história – vive no período descrito com seus pais, estes intelectuais liberais que, como percebe-se pelo desenrolar da narrativa, ainda mantêm alguns vínculos ideológicos com o governo anterior. Por essa razão, o ambiente em que a garota se encontra é de bastante esclarecimento cultural. Também na época em questão, a mídia tradicional era controlada pelo grupo islâmico.

Apresentados esses dados, iniciemos o estudo da representação midiática em “Persépolis”. Para tal, a estratégia metodológica principal escolhida para examinar o material em questão é a Análise de Discurso (AD). Sabe-se que o discurso está diretamente relacionado à interação entre os sujeitos, uma vez que nele são manifestadas, implícita ou explicitamente, ideologias, visões ou opiniões. *“O discurso é o espaço em que saber e poder se unem, se articulam, pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito que lhe é reconhecido socialmente”* (BRANDÃO, 2006: 7).

Tomando tal definição como referência, um exame atento permite perceber que o jornalismo tradicional – divulgado pelo grupo islâmico no poder – é geralmente retratado na HQ como um informante negativo, manipulador e questionável, tal como nos exemplos:



Trecho do capítulo “A Festa” (Imagem 1)



Trecho do capítulo “As Ovelhas” (Imagem 2)

Algumas marcas deixam clara a proposta de retratar o jornalismo como traiçoeiro. Estão presentes tanto na representação imagética da história – ao estarem em contato com meios de comunicação ou expressando uma opinião baseada em algo visto na televisão ou no jornal, as personagens são apresentadas cabisbaixas (Imagem 1) ou desesperadas (Imagem 2) –, como no vocabulário utilizado nessas situações. Palavras como “ignorância” e expressões como “na TV” e “a bunda deles” evocam o teor opinativo sobre a atividade jornalística sustentado pelas personagens da HQ.

Observemos agora os seguintes quadrinhos:



Trecho do capítulo "A Viagem" (Imagem 3)



Trecho do capítulo "As Joias" (Imagem 4)

Especialmente nessas imagens, podemos notar o reforço que é dado ao fato de que a família Satrapi é superiormente intelectual e crítica aos outros personagens retratados. O mesmo é encontrado tanto no desdém presente na fala do pai de Marje – quando o noticiário televisivo repassa informações a respeito da importância do uso de véu pelas mulheres (Imagem 3) – quanto pela afirmação ao frentista do posto de gasolina de que praticamente não existe imprensa no país (Imagem 4).

Levando em conta essas marcas, tem-se, de um ponto de vista dialógico, que um discurso de manipulação é levantado para referenciar o *ethos* jornalístico na história. Segundo Bakhtin (1979;1981), “*toda linguagem é dialógica*”, o que nos faz concluir que, nesse diálogo existente entre os diferentes discursos que configuram uma comunidade, uma cultura ou uma sociedade, o dialogismo é um elemento que inaugura a natureza interdiscursiva da linguagem.

Entre Marjani Satrapi, seus parentes, os amigos de seus parentes e a mídia há, portanto, uma comunicação dialógica baseada em uma perspectiva assimétrica e desarmoniosa em ambos os planos de análise. Por isso, é curioso notar o quanto a fala de Marjane, no último quadrinho da Imagem 2, cria uma ambivalência entre a fala própria e o discurso repassado pelo noticiário televisivo e, conseqüentemente, incorporado ao discurso da mesma, fenômeno que Lopez Velasco (2003) descreve como o cumprimento da própria utilidade da notícia.

A notícia é um dos eixos norteadores dos parâmetros sociais de normalidade e anormalidade. Ao lidar essencialmente com o que é inesperado, incomum ou perigoso, o jornalismo acaba indicando o que seria socialmente desejável, normal ou adequado. De forma mais ampla, o jornalismo constrói sentidos sobre a realidade, em um processo de contínua e mútua interferência – indo além, o jornalismo atua como estruturador do real (LOPEZ VELASCO, 2003, p. 20)

Contudo, há em “Persépolis” uma emissora que é encarada pelos personagens como a única fonte segura de informações sobre o mundo, em contrapartida ao padrão “manipulador” da mídia islâmica: a emissora pública de rádio e televisão do Reino Unido, BBC (British Broadcasting Corporation), citada nos excertos:



Trecho do capítulo “Os F-14 (Imagem 5)



Trecho do capítulo “O Cigarro” (Imagem 6)

Nesses casos, o discurso transmitido – contrário ao primeiro, questionável e traiçoeiro – é evidenciado igualmente por marcas linguísticas e imagéticas, na mesma medida englobando também componentes estruturais midiáticos. Afinal, a BBC, por ser um veículo de comunicação de outro país, é chancelada como um produto “seguro”, que oferece uma visão analítica e “verdadeira” da guerra que estava acontecendo.

Algumas marcas linguísticas fortes: no primeiro caso, nota-se a utilização de expressões como “é preciso desconfiar dessas notícias” (Imagem 5) e “Na BBC, logo em seguida”, positivando a imagem da emissora. Já no segundo caso, tem-se que as



personagens são sempre retratadas, quando em contato com as notícias da BBC, em êxtase, alegres, vibrantes, ou demonstrando confiança – o traço do desenho da autora-quadrinista evoca todas essas nuances com propriedade.

Tal dicotomia quanto a validade da atividade jornalística – a “boa” e a “má” imprensa – encontra prerrogativas de explicação no estudo de Machado (2006).

Entre as grandes problematizações a serem feitas sobre o jornalismo, está a relação entre sua natureza pública e a exigência de que seja um lugar de circulação de diferentes saberes sobre os fatos e o mundo. Assim, somente a pluralidade de perspectivas de enunciação pode configurar o jornalismo como um campo plural e representativo da diversidade social (MACHADO, 2006, p. 9)

A descrição levanta considerações, então, a respeito da polifonia, ou a capacidade do jornalismo de abranger o maior número possível de “vozes” no produto veiculado à sociedade. Em “Persépolis”, tal característica perpassa o componente estritamente jornalístico e reverbera na escolha dos cidadãos de qual a melhor e mais confiável fonte de notícias – no caso, como mencionado, a BBC.

## 6. SIMBOLOGIAS

Também é relevante destacar que algumas partes do livro se utilizam de fortes simbologias, e o jornalismo se enquadra nisso. Na parte da história que se passa no Irã, a mídia está bastante presente, tanto na TV, como no rádio e no jornal impresso. Já no período que se passa na Europa – quando Marjane se muda para a Áustria – a televisão transmite como que uma miscelânea de temas e assuntos, como evidencia a imagem 7:



Trecho do capítulo “O Legume” (Imagem 7)

O texto da *graphic novel* também se utiliza de simbologias para passar como a função social do jornalismo – uma das características de seu *ethos* –, no que toca a informar a população europeia, pode gerar pânico nas pessoas.



Trecho do capítulo “A Parabólica” (Imagem 8)

Na imagem acima, mais uma vez presenciamos o senso crítico apurado de Marjane. Todavia, o foco recai sobretudo no objetivo da mídia iraniana em fazer propaganda contra o ocidente, destacando o poder do enunciador, “*entendido como ‘as pessoas de cujo ponto de vista são apresentados os acontecimentos’*” (DUCROT, 1987, p. 195) e refletindo sobre o alcance que a voz dessa persona pode gerar no âmbito em que se divulga a informação a partir da monofonia que evoca.

Machado (2006) pondera que quando um mesmo locutor adota posicionamentos ambíguos, “*o que seria um texto monofônico pode ser, na verdade, polifônico*” (p.9). Ou como, neste caso, a empresa jornalística se utiliza do recurso do pavor para acobertar – de acordo com os personagens – o real intento da política islâmica: causar desassossego no cotidiano ocidental.

Não à toa, outro simbolismo utilizado pela história (Imagem 9) diz respeito à forma encontrada para passar uma mensagem de que uma nova consciência popular estava se abrindo devido, principalmente, à disseminação do uso das antenas parabólicas no Irã. Resultado: outros veículos jornalísticos estariam à disposição das pessoas



Trecho do capítulo “A Parabólica” (Imagem 9)

para que elas mesmas pudessem emitir opinião a respeito dos fatos. Em suma, abria-se, ali, perspectivas para a consolidação de um novo *ethos* jornalístico para as massas.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta deste artigo foi analisar a forma como a mídia é retratada na *graphic novel* “Persépolis”. Mais que realizar uma descrição de como o jornalismo é apresentado na publicação, averiguaram-se sentidos construídos por instâncias jornalísticas quando se está em um período de guerra, das formas de divulgação das informações em momentos de turbulência social, econômica e política.

A análise revelou que na história em quadrinhos em questão predomina o discurso de que a mídia islâmica – especificamente durante a Revolução Iraniana e Islâmica – oferecia à população um recorte parcial do que acontecia no país e no restante do mundo. A partir da diferenciação da família de Marjane Satrapi, um clã culto e intelectualizado, foi possível inferir os sentidos de verdade construídos pela mídia local em contrapartida à emissora britânica BBC, o que refletiu na forma de enquadramento de ambas as fontes de notícias – taxadas pelos personagens como “falsa” (mídia islâmica) e “verdadeira” (BBC).

No outro lado dessa discussão, apurou-se o conhecimento a respeito de algumas simbologias utilizadas pelas principais fontes de notícia para validar o discurso que desejam passar, refletindo a própria dinâmica de trabalho do Jornalismo, onde a segmentação e a verticalização de conteúdo (o que se deve e o que não se deve ser veiculado) são componentes basilares para a conservação do *ethos* de cada empresa, cada canal.

Tal análise se faz de grande necessidade para compreendermos não apenas como os diferentes produtos culturais oferecem um panorama conceitual sobre como a mídia é encarada, como também para aprofundarmos nossa visão sobre as formas de produção jornalística que se perfazem em períodos de guerra. Implicitamente, tentamos responder as perguntas: “Quais estratégias jornalísticas eram utilizadas para divulgar as informações naquele período?” e “como esse conteúdo dialoga com a produção midiática na contemporaneidade?”.

Especialmente sobre a segunda indagação, a resposta que fica, após a análise dos discursos estudados, demonstra que, não importa se nos encontramos em períodos belicosos ou não: o fato é que o Jornalismo possui maneiras próprias, uma linguagem específica para comunicar, atendendo interesses particulares – sejam eles os da própria empresa, ou maiores, em nome da sociedade, como realmente deve ser.

## REFERÊNCIAS

- ALBERTI, V. Literatura e autobiografia: a questão do sujeito na narrativa. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro: vol. 4, n. 7, p. 66-81, 1991.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1979.
- BRANDÃO, H. H. N. Analisando o discurso. In: **Ataliba Teixeira de Castilho**. (Org.). Portal da Língua Portuguesa. São Paulo: Fundação Roberto Marinho, 2006.
- COMBE, D. **A referência desdobrada**: O sujeito lírico entre a ficção e a autobiografia. Revista USP. São Paulo: n.84, p. 112-128, dezembro/fevereiro 2009-2010.
- DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.
- DUTRA, A. A. C. **Quadrinhos e jornal**: uma correspondência biunívoca. In: 1. Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, Rio de Janeiro, 2003.
- HATFIELD, C. **Alternative Comics: An Emerging Literature**. Jackson: University Press of Mississippi, 2005.
- LAGE, N. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2011
- LEJEUNE, P. **Le Pacte Autobiographique**. Paris: Éditions du Seuil, 1975.
- MACHADO, M. B. **Jornalismo e Perspectivas de enunciação**: uma abordagem metodológica. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 14, 1-11 janeiro/junho 2006.
- MAZUR, D. e DANNER, A. **Quadrinhos**: História Moderna de uma Arte Global. São Paulo: Martins Fontes, 2014.
- LOPEZ VELASCO, S. **Fundamentos lógico-linguísticos da ética argumentativa**. São Leopoldo: Nova Harmonia, 2003a.
- SANSEVERINO, G. G. **As representações do jornalismo na ficção de Harry Potter transmídia**: a função social e o ethos profissional. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.
- TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2003.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis, SC: Insular, 2. Ed., 2005.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. v. 2. Florianópolis: Insular, 2008.
- WEINER, S. **Faster than a Speeding Bullet**: The Rise of the Graphic Novel. New York: NBM Publishing, 2005.

## 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 Marquetto** 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 Penteadado – 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 Penteadado. 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 Volpato 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