

O jornalismo das histórias em quadrinhos: John Jonah Jameson em O Espetacular Homem-Aranha¹

Taysa BOCARD²

Denise Figueiredo PRADO³

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

RESUMO

O artigo tem o objetivo de analisar a representação do jornalismo presente nas histórias em quadrinhos do Homem-Aranha através do personagem John Jonah Jameson, dono do jornal fictício Clarim Diário. O veículo de comunicação é utilizado pelo personagem para interesse pessoal, como o lucro e a exigência da prisão do Homem-Aranha, publicando informações inverídicas, deturpadas e mal apuradas. Dessa forma, o artigo se propõe compreender o que significa a existência de um personagem como Jameson, tomando como base o contexto da época da publicação da revista nº 99.

Palavras-chave: Homem-Aranha; John Jonah Jameson; história em quadrinhos; ética jornalística; jornalismo.

1. INTRODUÇÃO

A discussão sobre a representação do personagem John Jonah Jameson paira sobre três eixos: 1) o contexto de ascendência das Histórias em Quadrinhos, 2) a linguagem dos quadrinhos e 3) os códigos que regem o jornalismo. É primordial considerar que a existência do personagem não é vazia e sim dotada de sentidos. Considerando que “o enredo existe através das personagens; as personagens vivem no enredo. Enredo e personagem exprimem, ligados, os intuítos do romance, a visão da vida que decorre deles, os significados e os valores que os animam” (CÂNDIDO, 2007, p.53-54), quais valores e significados que JJ carrega do jornalismo da época? Por que

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

² Jornalista pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Contato: taysabocard@gmail.com

³ Orientadora do trabalho, Professora no Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. Doutora em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Contato: denisefbp@gmail.com

ele foi construído assim? Qual o intuito do quadrinho ao propor um personagem dessa forma?

É importante também compreender que as histórias em quadrinhos são meios de mídia que tratam assuntos complexos de forma acessível e simplificada em função da sua linguagem, mesclando elementos verbais e visuais — além de serem meios de propagação de ideologias e valores. A ascensão das HQs se deu durante períodos de turbulência: Guerra Fria, Segunda Guerra Mundial e, em especial, a Crise de 1929, como veremos no decorrer do artigo.

O surgimento do quadrinho do Homem-Aranha foi no início da década de 1960, durante a Guerra Fria. O próprio conteúdo das revistas já deixam claro qual o momento histórico a humanidade se encontrava, pois a discussão ideológica de capitalismo vs. socialismo — e seus derivados como Corrida Espacial, por exemplo — perpassam a ficção. Contudo, pode-se ratificar o potencial comunicativo para abordar temas complexos.

O próprio John Jonah Jameson se posiciona veementemente sobre a Corrida Espacial. Seu filho, John Jameson, é um militar de alta patente e também um astronauta, motivo de muito orgulho para o pai. O jornalista exalta, em seu jornal, o astronauta como um verdadeiro símbolo de heroísmo estadunidense em contraponto ao Homem-Aranha. O Clarim Diário também serve como ferramenta para que Jameson ordene, indevidamente, a prisão do Homem-Aranha. Tendo isso em vista, a postura jornalística de Jameson é questionável — com base nos códigos de ética —, pois ele deturpa os acontecimentos em prol dos seus interesses pessoais. Antes de adentrar numa análise ética do papel de jornalista do personagem, é preciso realizar outras discussões.

2. A ORIGEM DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

A incorporação das imagens na comunicação existe desde os períodos primitivos, quando os humanos da época narravam histórias através de desenhos nas cavernas — as artes rupestres. Entretanto, esses desenhos não podem ser considerados como histórias em quadrinhos por faltar elementos visuais e verbais. As *Bibliae Pauperum* foram as artes antigas que mais se aproximam do atual modelo de HQ, pois

apresentam narrativas em quadros, personagens e elementos verbais para complementar a mensagem. Essa bíblia ilustrada serviu para evangelizar e facilitar o acesso às parábolas cristãs aos analfabetos durante a Idade Média, período de baixo nível de alfabetização.



Bibliae Pauperum

Fonte: www.europeana.eu

As tirinhas *The Yellow Kid* de Richard F. Outcault que levam o título de precursoras das Histórias em Quadrinhos⁴. Em 1985, o *New York Sunday Journal* trouxe a Criança Amarela nas suas edições, fomentando a (re)produção de tirinhas nos jornais. Tratava-se de uma charge — gênero de cunho crítico — que tinha como personagem central uma criança de periferia. Os balões, elemento de linguagem das HQs, ainda não existiam nessa versão. Assim, as frases eram inseridas no vestuário da Criança Amarela. Essa produção de Outcault fomentou o crescimento das produções de tirinhas.

Percebendo a popularização das tirinhas de jornais, Max Gaines e Harry Wildenberg ousaram compilar as tirinhas em forma de livro, originando o *Famous Funnies*, com histórias de humor, investigação e aventura. Esse formato ganhou popularidade devido a crise financeira que os estadunidenses estavam enfrentando (BOCARD, 2018, p. 13). Com o poder aquisitivo reduzido, a população necessitava de entretenimento barato e o baixo preço das HQs impulsionou as vendas e a popularização dessa nova atração.

⁴ Em outra versão sobre o pioneirismo nas histórias em quadrinho, encontramos o italiano naturalizado brasileiro, Angelo Agostini. Autor das publicações jornalísticas em quadrinhos *Diabo Coxo* e *Cabrião*, 1864 e 1866, respectivamente, publicou em 1869, 26 anos antes de *The Yellow Kid*, a primeira novela gráfica semanal *Vida Fluminense* (BOCARD, p. 13)

A criação das histórias em quadrinhos reflete a Era da Grande Depressão em que nasceu, um momento que os Estados Unidos precisavam desesperadamente de entretenimento barato. Até o presidente Roosevelt estava ciente do poder da cultura popular em tempos de grande sofrimento. Ele observou em 1936: “Quando o espírito das pessoas é menor do que em qualquer outro momento dessa Depressão, isso é uma coisa esplêndida para que por apenas quinze centavos um americano pode ir a um filme e esquecer seus problemas”. Embora ele falasse especificamente de filmes, o mesmo sentimento se aplica às histórias em quadrinhos. [...] Em muitos aspectos, o gibi era mais adequado para atender às necessidades do povo americano. Na época anterior ao mass recorded media, os quadrinhos foram a única forma de entretenimento que poderia divertir em qualquer momento e quantas vezes você quisesse. Uma revista de dez centavos poderia facilmente ser trocada entre amigos, aumentando, assim, seu real valor. A primeira série popular de histórias em quadrinhos, “Famous Funnies”, tentou dar aos consumidores mais conteúdo pelo seu dinheiro, um importante argumento de venda em uma cultura de Depressão. (KELLEY, 2009, p.2)⁵

2.1 A CRISE DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

Os temas mais populares das HQs eram as aventuras, os contos de horror e policiais. Vendo isso, o psiquiatra Frederic Wertham associou os índices de criminalidade entre os jovens com a popularização das histórias em quadrinhos. Assim, escreveu o livro *Seduction of the Innocent - The influence of comic books on today's youth* em 1954 condenando “as *comics* por acreditar que seus conteúdos eram inapropriados por apresentarem violência, sexo, drogas, criminalidade, tratar minorias e negros como seres inferiores e sub-humanos, entre outros” (BOCARD, 2018, p. 16).

As preocupações do psiquiatra alcançou os lares, e até mesmo o instituições legislativas, estremecendo as produções das histórias em quadrinhos. As editoras das HQs precisaram tornar seus conteúdos adaptados para crianças, agradando à população favorável às inquietações de Wertham. Como forma de certificar a adequação do

⁵ The creation of the comic book reflected the Depression Era in which it was born, a time when America desperately needed cheap diversions. Even President Roosevelt was aware of the power of popular culture in times of great suffering. He remarked in 1936, “When the spirit of the people is lower than at any other time during this Depression, it is a splendid thing that for just fifteen cents an American can go to a movie and forget his troubles.” While he speaks specifically of movies, the same sentiment applies to comic books[...] In many ways, the comic book was better suited to meet the needs of the American people. In a time before mass recorded media, the comic book was the one form of entertainment that you could enjoy at any time and as many times as you wanted. A ten cent comic book could easily be traded among friends, thereby increasing its actual value. The first popular comic book series, “Famous Funnies,” attempted to give its consumers the most content for their money, an important selling point in a Depression culture. (KELLEY, 2009, p.2)

conteúdo, a *Comics Magazine Association of America* criou “o *Comic Code Authority*”⁶, em 25 de outubro de 1954, com a finalidade de reger as *comics* sob um rígido código de moralidade” (BOCARD, 2018, p. 17). Assim, as revistas passaram a trazer o selo do CCA em suas capas.



Selo *Comic Code Authority*

Fonte: www.google.com/imagens

As exigências do CCA, dentre outros fatores, culminaram na crise das histórias em quadrinhos, resultando no fim do período de ascensão e crescimento da banda desenhada — período denominado Era de Ouro. Num processo de sobrevivência à crise, a quarta edição da revista *Showcase* trouxe a reformulação do personagem Flash, alterando seu visual e o design da revista. Essa transformação deu origem à Era de Prata.

A busca pela sobrevivência perdurou toda a Era de Prata. Demais editoras seguiram o exemplo da hoje *DC Comics* com a reformulação do super-herói velocista e trouxeram inovações para seus personagens e designs. Já o fim desse período foi fomentado pela ousadia da *Marvel Comics* em trazer conteúdos controversos ao CCA, onde o herói sempre deve vencer o inimigo. Nas edições 121 e 122 de *Homem-Aranha* o oposto acontece quando o Duende Verde assassina a namorada de Peter Parker como forma de vingança:

A morte de Gwen marca o fim da “inocência” dos quadrinhos, o que desencadeia em maior complexidade de personagens e dos temas das histórias do universo das HQs. Gerry Conway e Gil Kane, ao produzirem as revistas, encerraram a vida de Stacy e também a Era de Prata (BOCARD, 2018, p.20).

3. COMO OS QUADRINHOS SE COMUNICAM?

É automático pensar em formas retangulares, desenhos e balões quando se trata de histórias em quadrinhos. Existem verdades nessa associação. Através dos elementos

⁶ Código de Autorização dos Quadrinhos em tradução livre

visuais e verbais, a nona arte é capaz de comunicar de forma fácil, tornando os temas menos densos de absorver. Percebendo esse potencial, Joe Sacco redigiu e desenhou uma reportagem sobre questões da Palestina em formato de quadrinhos, se tornando o precursor do gênero Jornalismo em Quadrinhos. Segundo o jornalista:

É muito difícil encontrar um amigo meu interessado em saber o que se passa no Oriente Médio ou na Bósnia. Mas se eles veem um livro de história em quadrinhos, por alguma razão isso parece ser mais acessível a eles. Os quadrinhos têm muito apelo em razão das imagens. Assim, você conquista atenção do leitor e é capaz de contar a eles histórias difíceis e introduzir a informação. (SACCO, 2001)

Então, o que torna os quadrinhos atraentes? Para além de serem uma forma de entretenimento, a articulação entre imagens e texto facilitam a transmissão de mensagens. Para Barbieri,

[As linguagens] não são somente instrumentos através dos quais comunicamos aquilo que queremos comunicar: são, antes e sobretudo, ambientes nos quais vivemos e que em boa parte determinamos o que desejamos, além do que podemos comunicar. A segunda idéia é que esses ambientes, que são as linguagens, não constituem um mundo separado, mas representam muitos aspectos variados do ambiente global da comunicação, e são em consequência fortemente interconectados, misturados, em contínua interação recíproca (BARBIERI, 2002, p. 1)

3.1 OS RECURSOS DE LINGUAGEM

Como dito anteriormente, os elementos visuais e verbais são os que tornam a linguagem do quadrinho acessível. O verbal é todo recurso escrito presente nas páginas das revistas: os recordatórios (seções destinadas ao narrador ou notas dos autores), os balões e as onomatopéias. Bocard (2018) destaca que os balões e as onomatopéias são híbridos, “pois compartilham do visual e verbal, já que também servem como recursos sinalizadores. São como uma partitura musical: indicam como a frase deve ser “ouvida”” (p. 33).

[...]tracejado [dos balões serve] para indicar sussurro; muitas pontas que indicam um grito ou raiva, ou ainda para inserir onomatopéias; em forma de nuvem para pensamento; entre outros. A forma que o texto se apresenta também realiza essa função: se um personagem está gritando, o texto provavelmente estará em caixa alta; se o personagem deu ênfase numa única palavra, ela estará em destaque por negrito ou itálico; se a fala é um sussurro, o tamanho da fonte do texto pode vir menor; entre outros. (BOCARD, 2018, p. 33)

Já os elementos visuais são as ilustrações, os personagens e outros destacados por Bocard (2018): o quadro, o requadro e a sarjeta (espaços em branco entre os quadros). Numa forma simplificada, o requadro pode ser compreendido como as linhas que delimitam o espaço, enquanto o quadro a área delimitada por essas linhas. Mas não é obrigatória a obediência a esses limites. Fugir dos limites pode servir como recurso para trazer dinamismo, por exemplo. Tudo vai depender da criatividade e as intenções do ilustrador.

4. OS VALORES DO JORNALISMO

Toda profissão possui valores que configuram a ética para o melhor desempenho da atividade. O mesmo acontece com o jornalismo. O objetivo principal desta profissão é reportar para a sociedade daquilo que acontece em seu entorno, pautado em critérios de noticiabilidade, ou seja, critérios que qualificam um acontecimento como notícia. Segundo Traquina (2005b), um fato precisa ser relevante, de interesse público, próximo à realidade do receptor, inesperado, entre outros (p. 63 - 66)

Ao jornalista, é imprescindível estar alinhado à ética, pois qualquer desvio pode significar o fim da sua carreira jornalística para sempre. Por se tratar de uma profissão que requer muita confiança e credibilidade, o jornalista não pode sequer inventar informações e\ou deturpá-las. Se o objetivo é reportar o que acontece, enganar a sociedade é uma péssima ideia. Por isso um dos valores da ética jornalística é a factualidade. Assim, boatos e informações mal apuradas não são bem-vindas no ramo. Podemos concluir também que ser jornalista significa estar atento à sociedade e servi-la da melhor forma.

O jornalismo vive uma relação simbiótica com a democracia, pois ele deve “opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos”⁷. Portanto, o jornalista possui relevância social. Assim como as HQs, o jornalismo também está próximo ao que nós vivemos na sociedade:

⁷ Parágrafo I do artigo 6º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, disponível em <http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/08/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros-1.pdf>

Os meios de comunicação se ocupam das narrativas cotidianas que têm como protagonistas pessoas de todas as partes, o que significa dizer que o jornalismo lida com reputações e honras pessoais, com valores e conceitos, com o imaginário popular, com versões da história e com o próprio senso de verdade e realidade. A mídia contribui para o julgamento social de pessoas e organizações, às vezes, decidindo sua imagem atual ou mesmo seu futuro imediato. Não é pouca coisa. Se há um poder imenso nas redações, paira também pelas cabeças de repórteres e editores uma grande responsabilidade. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 31)

Ainda que o compromisso com o cidadão seja um forte guia da atividade jornalística, a economia também dita os caminhos da profissão. Traquina (2005a) aponta que existem dois pólos que guiam o jornalismo: o econômico e o ideológico. Ele ressalta, ainda, que os meios de comunicação trabalham em lógica de mercado, pois, afinal, são empresas.

Essa lógica mercadológica que deu origem ao jornalismo amarelo⁸, ou jornalismo sensacionalista, cujo principal conteúdo são notícias que apelam ao emocional do receptor da mensagem. Tal recurso de atingir diretamente o cidadão gera um interesse em consumir o conteúdo produzido pelo jornal, aumentando as vendas. O pólo econômico é o que mais guia as convicções do personagem a qual o artigo se propõe analisar, como veremos a seguir.



O Espetacular Homem-Aranha nº 98

Fonte: autora

5. QUEM É JOHN JONAH JAMESON?

⁸O termo jornalismo amarelo se originou a partir do jornal estadunidense *New York Sunday Journal*, conhecido pelo conteúdo sensacionalista. O termo “amarelo” é uma alusão a um dos principais nomes desse jornal, Richard Outcault, autor de *The Yellow Kid*.

Antes de adentrar na reflexão acerca do personagem, é importante compreender quem é o herói e as suas relações. A HQ do Homem-Aranha começou com um Peter Parker adolescente e estudante do ensino médio. Após ser picado por uma aranha radioativa, o jovem adquire super-poderes e resolve utilizá-los para proteger e melhorar a sociedade. Essa é uma das similaridades que o herói possui com o jornalismo:

Ideais humanitários, libertários e do Bem, tais como justiça, igualdade, universalidade, de subserviência à coletividade e de uso responsável do poder, ou do não uso do poder como um obstáculo ao destino da humanidade e dos interesses universais – o uso positivo da liderança – inclusive a moral de cunho religioso traduzida pela escolha do Bem em detrimento ao Mal possui forte apelo nesses heróis (COSTA BISNETO, 2007, p. 2)

O jovem personagem se relaciona com John Jonah Jameson de duas formas: como Peter Parker e como Homem-Aranha. Em função de problemas financeiros, Peter passou a desempenhar atividade *freelancer* como fotógrafo no Clarim Diário, onde sofre abusos de seu chefe: Jameson o engana para pagar o menor preço possível pelas fotografias do jovem, mesmo essas sendo exclusivas e de alta qualidade. A especialidade de Parker são fotografias do seu alter-ego em ação.

Já a relação de Jameson com o Homem-Aranha é bastante diferente. O jornalista detesta o herói desde a primeira aparição dele na sociedade fictícia. Como mencionado anteriormente, Jameson aponta seu filho astronauta como símbolo de verdadeiro heroísmo em contraponto ao Homem-Aranha. Isso é claro em suas aparições nos quadrinhos, assim como o seu ódio pelo herói.

Os elementos de linguagem da revista, em especial os balões e as falas, nos permitem tirar algumas conclusões sobre a personalidade do jornalista: explosivo, nervoso, ansioso, mentiroso, sovina e mau-caráter. A maioria dos balões e falas insinuam gritos e irritação vindas do personagem. Já seus momentos de calma, que são poucos, são quando o jornalista se dá conta de alguma trapaça que ele pode realizar (ou realizou).

Raras as aparições do jornalista são fora da redação do Clarim Diário, assim podemos afirmar também que se trata de um personagem *workaholic*, alinhado com a

lógica capitalista de constante produção⁹. O jornalismo do Clarim Diário nunca adormece (BOCARD, 2018, p. 61). Tal característica não é específica do jornal fictício, pois o jornalismo contemporâneo está sempre atento aos acontecimentos e preparado para noticiar. Antes da *internet*, os acontecimentos só se tornavam conhecimento do público no dia seguinte quando saíam os jornais. Já hoje tudo é noticiado quase que simultaneamente. Portanto, os jornalistas estão sempre atentos e sacrificando o bem-estar e, talvez, a própria vida pessoal.

O Homem-Aranha também compartilha da lógica de estar sempre atento e de sacrificar seus próprios interesses em prol de um bem estar comum. Podemos dizer o mesmo do jornalista fictício, porém com algumas ressalvas:

O jornalista encara sua profissão como um meio de produção e lucro. Ele se deleita do prestígio e importância social da profissão para se beneficiar financeiramente. Afinal, uma sociedade democrática carece de informação para exercer a cidadania e organizar-se de forma que atenda a todos. Aproveitando-se disso, Jameson instala o Clarim Diário com o propósito de enriquecer. A famosa frase de Benjamin Franklin “tempo é dinheiro” serve como base para compreender o comportamento *workaholic* de JJ. Ele parece não se importar em realizar sacrifícios pessoais em favor do Clarim e do dinheiro. Esse é quem o personagem verdadeiramente é. (BOCARD, 2018, p. 61)

Segundo Bocard (2018), Jameson possui duas facetas: “1) quem ele realmente é, que só possível acessar através dos pensamentos e interações dele e 2) a imagem que ele sustenta dele mesmo para o público, um profissional ético” (p. 60). Dentre essas interações que exprimem os reais interesses dele, indago: qual é a vantagem da constante denúncia contra o Homem-Aranha? Na décima edição da revista, o jornalista assume sentir inveja do herói. Por quê?

A busca pelo encarceramento do Homem-Aranha é constante. O jornalista contraria os valores da ética da sua profissão, conscientemente, para benefício próprio. Como podemos ver na imagem a seguir, ele realiza afirmações sem apuração adequada. Jameson é ciente da influência e impactos que sua profissão tem na sociedade, tornando conveniente para ele fazer do Clarim Diário sua ferramenta.

⁹ Bocard (2018) aponta essa característica, dentre outras, como um dos fatores que tornam o personagem John Jonah Jameson similar ao presidente da época, Lyndon B Johnson (p. 54 - 55)



O Espetacular Homem-Aranha nº 124

Fonte: autora

A segunda versão de Jameson, apontada por Bocard, pode ser explicitada na imagem a seguir.



Amazing Spider Man nº 47

Fonte: reprodução da autora

Apesar de JJ e demais pessoas terem testemunhado que um vilão lançou Osborn de um prédio, Jameson tenta deturpar os acontecimentos e, como forma de ratificar seu argumento, ressalta que seu compromisso como jornalista é com a verdade. Bocard (2018) compreende que essas ações de Jameson são baseados na inveja que ele sente pelo Homem-Aranha por uma razão: o herói representa os valores jornalísticos melhor do que ele mesmo e sem fazer esforços. Jameson visa obter lucro e para isso ele precisa ser o único representante “legítimo” do jornalismo (p. 62 e 63).

Na revista nº 99, Peter Parker é incumbido a fotografar uma rebelião em uma prisão da fictícia Nova Iorque. O jovem desenvolveu uma mini-câmera para realizar fotografias enquanto estiver no traje do Homem-Aranha, pois ele consegue acessar lugares que humanos comuns não conseguiriam ao assumir seu alter-ego. Chegando no presídio como o herói, ele entende que o objetivo da rebelião era reivindicar direitos dos prisioneiros e melhor tratamento. Segundo um detento, eles estavam sendo tratados feito animais. Terminada a rebelião, o herói é abordado por um apresentador de televisão oferecendo-o uma aparição no show que haveria naquele dia. No início da atração, o Homem-Aranha é apresentado ao público e realiza o seguinte discurso:



Tal discurso jamais viria de Jameson. Seu interesse em reportar a rebelião seria motivado pelo lucro (já que Peter sempre lhe oferece fotografias que nenhum outro fotógrafo consegue) e não a buscar entender as razões e realizar uma discussão sobre o sistema prisional. O jornalismo, como visto anteriormente, defende a democracia e o

interesse público. Prezar pelo bem-estar da população é um dever do jornalista, porém não é o interesse de Jameson. Mais uma vez, o Homem-Aranha representa o jornalismo melhor que o próprio jornalista.

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todos os fragmentos das HQs que apoiaram as discussões foram produzidas durante a Guerra Fria, num momento de muita polarização ideológica e tensões. O jornalismo num período desses é essencial para suscitar temas importantes de serem debatidos para a defesa do bem-estar social, além de noticiar acontecimentos relevantes. Dessa forma, qual a motivação para representar um jornalista como o Jameson durante um período como a Guerra Fria? Decerto, Stan Lee (o único roteirista de todas as revistas aqui explicitadas) criou John Jonah Jameson como uma crítica ao jornalismo da época, que pode ser encarada como um modelo de jornalismo a não ser praticado.

Levar isso em consideração é perceber que as histórias em quadrinhos possuem potencial para serem meios de discutir temas importantes e complexos de forma atraente e fácil, como visto em tópicos anteriores. A proximidade com o contexto é um dos fatores que possuem apelo e isso pode ser observado nas claras referências ao conflito ideológico da época advindo da Guerra Fria, até questões mais particulares. O discurso do Homem-Aranha sobre o sistema prisional decerto reflete a realidade vivida pelos autores do quadrinho.

A lógica de lucro presente na representação de Jameson é uma outra crítica a ser observada. O personagem é o oposto do modelo de jornalismo conhecido como *penny press*, que consiste em “um jornalismo interessado em representar a outra parte da população [menos privilegiada], retratando-a, apontando mais fatos e menos opinião, politicamente independente, com linguagem e preço acessíveis” (BOCARD, 2018, p. 44)¹⁰. Essa crítica dos autores pode ser encarada como uma cobrança de postura, compreendendo que o jornalismo de Jameson e do Clarim Diário não são adequados para existir numa sociedade.

¹⁰ Este modelo surgiu para contrapor o modelo *party press*, ou jornalismo de partido, que era voltado a retratar a elite

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

BARBIERI, Daniele. **I linguaggi del fumetto**. e.ed. Milano: Bompiani, 2002.

BOCARD, Taysa. **Personagens que refletem o jornalismo: John Jonah Jameson em O Espetacular Homem-Aranha**. 2018. Monografia - Universidade Federal de Ouro Preto, 2018.

CÂNDIDO, Antônio. **A personagem da ficção**. São Paulo: Perspectiva, 11 ed., 2007. Capítulo “A personagem do romance”.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

COSTA BISNETO, Pedro Luiz de O. **Uma breve reflexão ética sobre o Homem-Aranha e o Super-Homem**, 2009. Disponível em http://www.pedroom.com.br/portal/vitae/doliberdade_wnload/cientificos/Artigo%2003%20-%20Reflexao%20Etica%20sobre%20Spiderman%20e%20Superman.pdf> Acesso em 27/09/2018

KELLEY, Mark. **The golden age of comic books: Representations of American Culture from the Great Depression to the Cold War**. Marquette University, 2009. Disponível em <https://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com.br/&httpsredir=1&article=1000&context=dittman>>

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Volume I: Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.