



Revista FAMECOS: mídia, cultura e
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul
Brasil

Doutorado & Mestrado

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 19, núm. 2, mayo-agosto, 2012, pp.
591-601

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551011017>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Doutorado & Mestrado

Doutorado

- **Teses defendidas de março a junho de 2012 na linha de pesquisa Práticas Culturais nas Mídias, Comportamentos e Imaginários da Sociedade da Comunicação**

1 A ficção do novo jornalismo nos livros – reportagem de Caco Barcellos e Fernando Morais

Autor: Juan de Moraes Domingues

Orientador: Juremir Machado da Silva

Data de defesa: 29/03/2012

RESUMO

A narrativa jornalística literária ganhou impulso a partir do Novo Jornalismo, no final dos anos 50, início dos 60, alterando a construção textual da informação em jornais e revistas, especialmente. A fórmula contagiou uma legião de jornalistas no mundo inteiro que buscaram no universo da literatura o suporte para suas narrativas não-ficcionais, embora o Novo Jornalismo misture com frequência fato e ficção, tornando o texto híbrido. Muitos jornalistas brasileiros também utilizam o Novo Jornalismo como pilares de suas grandes reportagens. Este trabalho pretende identificar a ficção do Novo Jornalismo nos livros-reportagem de dois conceituados jornalistas brasileiros, Caco Barcellos e Fernando Morais. A partir disso, a pesquisa busca questionar que gênero é esse que, influenciado pela ficção do Novo Jornalismo, trabalha com ferramentas típicas da história, como a exaustiva investigação de documentos e a abordagem sobre acontecimentos reais, que estrutura sua narrativa com recursos da literatura, como a ficção do romance e a descrição detalhada de cenas, e, ao mesmo tempo, se apresenta como produção textual erguida sobre os alicerces do jornalismo, ou seja, como sendo o reflexo da realidade, da verdade.

2 *Imagen e imaginário dos vilões contemporâneos – o vilão como representação do mal nos quadrinhos, cinema e game*

Autor: *Monica Lima de Faria*

Orientador: *Maria Beatriz Rahde*

Data de defesa: *29/05/2012*

RESUMO

O presente estudo apresenta os vilões das histórias em quadrinhos, cinema e games nos meios de comunicação visual contemporâneos, através de um enfoque de suas imagens e imaginários na modernidade e, principalmente, na pós-modernidade. No estudo, as imagens destes vilões selecionados, são entendidas elementos da mídia e da comunicação visual, que apresentam relevância na condição pós-moderna. Primeiramente, são estudadas as noções de comunicação e imaginário e suas relações, seguidas de uma contextualização das histórias em quadrinhos, cinema e games, a fim de dar conta do referencial teórico sugerido para a pesquisa. Em seguida, são apresentadas questões sobre a imagem e o imaginário focando a modernidade e a condição pós-moderna, enfatizando suas contextualizações e características no que se refere à comunicação, imagem e imaginário. Noutro momento, é discutida a figura do vilão, sua imagem e imaginário em que os personagens são entendidos como representação do mal, começando por uma discussão acerca da ética como forma de entender o mal, passando por noções de mal apontadas por Ricoeur (2007), Ullmann (2005) e Maffesoli (2004) e verificando, enfim, o referencial teórico no vilão enquanto personagem que representa o mal, suas manifestações visuais e de imaginário.

O estudo apresenta também análises de dois vilões – um de características modernas e outro de características pós-modernas – assim como um anti-herói, sendo eles: Saruman, da trilogia cinematográfica *O Senhor dos Anéis*; Curinga da novela gráfica *Asilo Arkhan* – uma série casa em um sério mundo; e Ezio do game *Assassin's Creed II*. As análises são realizadas em três etapas, sendo elas: apresentação do personagem – que contextualiza o objeto –; imaginário e moral do mal – que discute o vilão analisado em relação aos referenciais teóricos apresentados sobre o imaginário e o mal –; e imaginário e imagem do mal – quando são abordadas as relações das manifestações visuais dos personagens e a construção de seu imaginário como representação do mal. Ao fim é feita uma discussão sobre os resultados das análises. O estudo então defende a tese de que a imagem e o imaginário do vilão contemporâneo – das histórias em quadrinhos, cinema e games – não mais respeitam as dualidades bem e mal estabelecidos até a época moderna. Esse novo vilão pós-moderno, ainda que mal, demonstra através de suas imagens e imaginários uma relativização do mal, sendo este uma complementação do bem, visível na contemporânea construção do anti-herói. Para tanto, o estudo é uma pesquisa qualitativa na qual será utilizada como caminho metodológico a Hermenêutica de Profundidade apresentada por J. Thompson (1995), e também perpassa esta metodologia a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (1977).

■ **Teses defendidas de março a junho de 2012 na linha de pesquisa Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações**

**1 Ciberdemocracia e movimento dos trabalhadores rurais sem terra:
práticas comunicacionais no terreno da esfera pública virtual**

Autor: *Marta Helena Tejera*

Orientador: *Dóris Fagundes Haussen*

Data de defesa: 15/03/2012

RESUMO

O presente trabalho é dedicado à análise das estratégias de Comunicação organizadas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) em sua página oficial (www.mst.org.br). A partir desta análise observamos a inserção do movimento social no que entendemos por esfera pública virtual, além de examinar as ações desse coletivo no contexto da Ciberdemocracia. Nossa intenção foi a de compreender como a esfera pública de caráter virtual pode ser vislumbrada como um espaço interessante, capaz de dar vazão a uma multiplicidade de vozes que, habitualmente, não encontra condições de expressão na esfera pública off-line, mas que muitas vezes alcança, através da atuação no ciberespaço, o que chamamos de “transbordamento”: uma intersecção entre os dois espaços (on e off) que aponta resultados práticos para o agente em questão. Nesse sentido, conjugamos este trabalho a partir da observação de três elementos que o organizam: a constituição de uma esfera pública virtual, a Ciberdemocracia enquanto novo terreno propiciador da ação cidadã e as estratégias organizadas pelo MST para atuar nesse cenário. Os princípios da Sociologia Compreensiva foram as indicações que nortearam a construção desta pesquisa no campo teórico. No que tange à pesquisa empírica, nos valemos da etnografia e da netnografia. Através dessas opções metodológicas buscamos identificar os ganhos obtidos por este coletivo a partir de suas ações no meio virtual procurando responder a seguinte indagação: o que representa para o MST, a organização de um site em que pode dizer de si diretamente ao receptor, livre de intermediários?

Mestrado

■ **Dissertações defendidas de janeiro a março de 2012 na linha de pesquisa Práticas Culturais nas Mídias, Comportamentos e Imaginários da Sociedade da Comunicação**

1 À Sombra do Rei: elementos críticos para a análise da discografia de Roberto Carlos (1961-1982)

Autor: *Felipe Berger Faraco*
Orientador: *Francisco Rüdiger*
Data da defesa: 12/03/2012

RESUMO

Trata-se de um estudo de parte da produção artística de Roberto Carlos. O cantor é o maior fenômeno da música popular brasileira, totalizando mais de 120 milhões de discos vendidos (SANCHES, 2009). Além disto, sua história acompanhou a formação e sistematização da indústria cultural nacional. Consequentemente, para compreendermos de forma adequada esta, devemos, inevitavelmente, seguir a trajetória deste artista. Para qualificarmos as características envolvidas no processo, analisamos a discografia de Roberto Carlos lançada no intervalo do ano de 1961 até o ano de 1982 – totalizando 22 álbuns. Este período compreende as primeiras gravações do cantor, até o ápice de sua carreira. Os parâmetros contidos no material selecionado possuem indicações relevantes para se realizar um estudo da obra do músico no que diz respeito a sua inserção no panorama da produção dentro da lógica capitalista. A pesquisa é norteada por três elementos centrais, representados sonoramente, através do material musical; na semântica, pelo conteúdo de suas letras; e visualmente, pelas capas de seus discos. Parte-se da tese de Theodor Adorno, segundo a qual, os parâmetros musicais, em si, são indicadores da maneira como a lógica da mercadoria afeta a produção artística. A estandardização é o seu reflexo mais marcante. Concluímos que a obra de Roberto Carlos é composta por uma série de padrões de produção. Nesta medida, todo o material se conforma, em algum nível, à finalidade da elaboração de um bem comercial. É um fato que permeia toda a discografia analisada do cantor. Contudo, existem diferenças particulares, atribuídas pela transição de um período inicial de precariedade que, posteriormente, foi substituído por fórmulas mais sofisticadas de produção.

2 A Distribuição Independente do Cinema Brasileiro: Um estudo sobre a circulação de longa-metragem Nacional no mercado de salas em 2010

Autor: Marília Schramm Régio

Orientador: João Guilherme Barone

Data da defesa: 13/03/2012

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo pesquisar a distribuição cinematográfica de filmes brasileiros de longa-metragem lançados por distribuidoras independentes nas salas de exibição do país, no ano de 2010. Identificar qual o comportamento desses filmes em relação aos fatores econômicos e institucionais que contemplam o mercado brasileiro. Além disso, buscar ponderações sobre o conjunto de elementos que separam o cinema brasileiro de seu público, mesmo que a produção se mantenha crescente e contínua desde o início do século XXI. O estudo analisa três filmes, com a intenção de melhorar a explanação do tema. São eles: Tropa de Elite 2, de José Padilha; 400 contra 1 - A história do Comando Vermelho, de Caco Souza e Segurança Nacional, de Roberto Carminatti.

3 A constituição de georastros em contextos locais de Porto Alegre a partir do sistema Foursquare

Autor: Priscilla Guimarães

Orientador: Eduardo Campos Pellanda

Data da defesa: 28/03/2012

RESUMO

Georastro foi o termo concebido nesta pesquisa para tratar da informação digital fixada em locais da cidade de Porto Alegre, a partir do sistema móvel de geolocalização Foursquare. O georastro é produzido por usuários do sistema com posse de dispositivos móveis em situação de deslocamento pelos espaços urbanos e, por onde passam, deixam suas marcas. A produção do georastro se dá em função de contextos híbridos, nos quais aspectos tecnológicos, culturais e sociais dos ambientes físicos e digitais estão integrados. Nesta pesquisa, são apontados 12 fatores contextuais locais influenciadores da constituição dos georastros, a partir da investigação netnográfica. Esta pesquisa utilizou como principais fontes os autores André Lemos, Lucia Santaella, Alain Bourdin, Willian Mitchel, Michel De Certeau, Raquel Recuero, Manuel Castells e Robert Kozinets.

4 Entre a vitimização e a divinização: a pessoa com deficiência em Viver a Vida

Autor: Bruna Rocha Silveira
Orientador: Ana Carolina D. Escosteguy
Data da defesa: 16/03/2012

RESUMO

Em 2009 foi ao ar, pela Rede Globo, a telenovela Viver a Vida, que apresentou uma protagonista com deficiência física. Com esse personagem, os 25 milhões de pessoas com deficiência do país (IBGE, 2010) puderam se reconhecer e reconhecer o seu cotidiano no horário nobre da televisão brasileira. Este trabalho tem por objetivo analisar a representação da pessoa com deficiência na telenovela Viver a Vida. A pesquisa foi construída a partir do modelo de análise multiperspectiva de Douglas Kellner (2001) e do conceito de representação de Stuart Hall (1997a). Para tanto, realizamos, primeiramente, um mapeamento de todos os personagens com deficiência física em telenovelas brasileiras, produzidas pela Rede Globo, situando a análise em uma perspectiva histórica de representações de pessoas com deficiência nesse gênero televisivo. Por entender que o discurso da telenovela está relacionado com a sociedade em que está inserido, selecionamos reportagens sobre a pessoa com deficiência física que foram veiculadas durante o período de exibição da telenovela (de 01/09/2009 à 01/06/2010), nas revistas *Veja* e *Época*, nos jornais *Zero Hora* e *Folha de São Paulo* e nos meios voltados para o segmento de pessoas com deficiência, revista *Sentidos* e jornal *Na Luta*.

Por fim, analisamos a representação da pessoa com deficiência na telenovela Viver a Vida, tendo em vista o processo sócio-histórico de construção do que é deficiência, tratando a deficiência associada com a ideia de normalidade, sua historicidade e sua inclusão no meio social. Com a personagem Luciana, de Viver a Vida, temas como acessibilidade, direitos das pessoas com deficiência e inclusão social foram discutidos na telenovela, que, com tal visibilidade, ganharam espaço de discussão na sociedade. Ainda que presente, em alguns momentos, um olhar pendular entre a vitimização e a divinização, Viver a Vida desestabiliza a visão que se tem sobre a pessoa com deficiência, ao apresentar uma personagem que busca ter uma vida comum numa sociedade que ainda não está preparada para conviver com as deficiências.

5 **As páginas de opinião dos jornais chineses e brasileiros: uma análise do jornal Zero Hora e do jornal Diário Yangcheng**

Autor: Congyu Huang

Orientador: Juremir Machado da Silva

Data da defesa: 29/03/2012

RESUMO

O presente estudo tem como objeto de pesquisa as páginas de opinião de um jornal chinês e outro brasileiro, a fim de discutir as suas semelhanças e diferenças, tanto na forma quanto nos conteúdos. O trabalho começa pelas análises sobre as teorias do jornalismo dos dois países, assim como as informações básicas dos dois jornais. A hipótese de agenda-setting concentrar-se-á nos trabalhos de McCombs e Shaw, Mauro Wolff e Antonio Hohlfeldt para verificar a existência dos elementos básicos do agendamento nas duas páginas. Quanto à metodologia, escolhemos a Análise de Conteúdo e a Análise de Discurso, a fim de fazer uma investigação quantitativa e qualitativa, procurando as influências cultural, política e social sobre os discursos. A parte da análise dos artigos divide-se nas seguintes partes: aspectos gerais, como edições, disposição das páginas, editores e colunas, os autores, os temas e as características de linguagem.

6 **Imaginário e emoção: três campanhas publicitárias da Natura Cosméticos**

Autor: Luciana Pletsch Galhardi

Orientador: Juremir Machado da Silva

Data da defesa: 28/03/2012

RESUMO

Diante de uma área pouco explorada e desconfiando das certezas, lançamos à comunicação publicitária uma questão: como se configura a comunicação publicitária empresarial que utiliza o apelo emocional como alternativa persuasiva? Para tanto, escolhemos a empresa Natura Cosméticos como objeto de estudo, e lançamos os seguintes problemas de pesquisa: quais são as características deste tipo de publicidade? Quais os elementos presentes no discurso pretendem emocionar? E, de que forma contribuem na publicidade para criar um imaginário? Buscando alguma compreensão, exploramos a publicidade emocional no cotidiano contemporâneo, sua utilização pela empresa, e sua incidência na configuração do imaginário pós-moderno. Através de uma estratégia plurimetodológica que busca dar conta do cotidiano, analisamos

três campanhas publicitárias da empresa: "Bem Estar Bem"; "40 anos"; e "Feliz Brasil para Você". Seguindo os pressupostos teóricos da sociologia compreensiva e da análise semiótica, fizemos uma profunda análise dos dados, na tentativa de dar respostas às questões levantadas, interpretando-as a luz das teorias.

■ **Dissertações defendidas de junho de 2011 a janeiro de 2012 na linha de pesquisa Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações**

1 Comunicação e complexidade: a cultura organizacional da Embrapa Trigo

Autor: *Silvana Buriol*

Orientador: *Roberto Ramos*

Data da defesa: 13/03/2012

RESUMO

No presente trabalho, estudaremos a Cultura Organizacional e os seus diálogos com a Comunicação Interna da Embrapa Trigo. Buscaremos, em especial, compreender como a Comunicação Interna é influenciada pela Cultura Organizacional e vice-versa. Para tal, analisaremos três veículos de Comunicação Interna da empresa, três edições do jornal mensal Folha da Embrapa, três edições da revista eletrônica semanal, Todos.com e três edições do informativo interno semanal, Pão Quentinho, no período compreendido entre o primeiro semestre de dois mil e dez e o primeiro semestre de dois mil e onze. O método escolhido para ancorar esta dissertação será o Paradigma da Complexidade, de Morin. A Semiologia, de Barthes, será nossa técnica de pesquisa e nos acompanhará neste plantio. Para fundamentarmos a nossa reflexão, elegemos as categorias Organização, de Morgan, Comunicação Organizacional, de Marchiori, com sua subcategoria Comunicação Interna, de Curvello, Cultura Organizacional, de Fleury e Fischer, e Socioleto, de Barthes. Elegemos, ainda, as categorias a posteriori: Cor, de Farina, Marca, de Semprini, Poder, de Barthes, Discurso Bem-dito, de Roman, Família de Atkinson e Murray, Narcisismo, de Freitas, Fotografia com suas subcategorias Studium e Punctum, de Barthes e Fait Divers de Causalidade, de Barthes.

Durante nosso semear, observaremos que as diversidades existentes na Embrapa, não são excludentes, mas sim reforçadoras de sua Cultura Organizacional. Compreenderemos a Comunicação Organizacional como o elemento que estabelece a ligação entre a Organização e a Cultura. Perceberemos a ideia do todo e das partes, de Morin. As partes, informativos internos, revelarão o todo, a Embrapa Trigo. Salientamos que, refletiremos sobre a temática como uma das possibilidades de interpretação e verdade, tendo em vista que não há certezas absolutas no ambiente das Organizações, caracterizado pela Complexidade.

2 Comunicação e complexidade: uma leitura semiológica do programa do Chaves

Autor: Mariane Serafin Bonetti

Orientador: Roberto Ramos

Data da defesa: 21/03/2012

RESUMO

No presente trabalho, estudaremos a produção de sentido e os aspectos verbais e não verbais do Programa do Chaves. Temos por objetivos observar a comunicação desse programa, explicar a produção de sentido do discurso verbal e não verbal do personagem Chaves e compreender a mensagem produzida pelo programa. Para tal, analisaremos cinco episódios dos anos de 1973, 1974, 1975, 1976 e 1977. Um programa que resiste há mais de duas décadas na TV brasileira, à base praticamente de reprises, não deve ser visto como uma atração qualquer. O Programa do Chaves é muito mais que um programa de humor. Tornou-se um sucesso justamente por resgatar, na TV, um toque de ingenuidade e de fazer artesanal, o que parecia perdido em tempos de novas tecnologias e malícia explícita. Durante este estudo, serão contempladas as categorias Estereótipo, Mito, Poder, Cultura e Socioleto, fundamentadas em Roland Barthes. Procederemos à análise utilizando, como método, o Paradigma da Complexidade, de Edgar Morin, e, como técnicas, a Semiólogia e a Pesquisa Semiológica de Barthes. Por meio da fundamentação teórica deste trabalho, observamos que o Programa do Chaves tem características peculiares no que se refere à construção do seu discurso e sempre tenta transmitir uma mensagem para o telespectador.

3 Eleições 2010 e a convergência midiática: um estudo de caso

Autor: Luísa Kalil

Orientador: Antônio Hohlfeldt

Data da defesa: 23/03/2012

RESUMO

A presente dissertação busca compreender de que maneira a convergência midiática entre jornalismo offline e online vem sendo absorvida pelos profissionais que atuam nesta área. No intuito de obter mais aprofundamento nesse tema, foi escolhido aplicar este estudo na editoria de política, durante o período das eleições presidenciais em 2010. Como estudo de caso, a redação do diário gaúcho Zero Hora é a base para realizar a análise.

4 As mídias sociais no contexto da comunicação digital das universidades brasileiras

Autor: Diego Wander

Orientador: Cleusa Scroferneker

Data de defesa: 29/03/2012

RESUMO

O objeto da pesquisa são as mídias sociais no contexto da comunicação organizacional digital, enquanto possibilidades de comunicação e/ou informação, formais e formalizadas, presentes nas homepages dos sites e portais das universidades brasileiras filiadas ao Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras (CRUB). Tem como objetivos: investigar a adesão, ou não, das IES às mídias sociais e discutir as práticas das universidades da Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA) nesses espaços. A inquietação decorre da percepção de que essa presença é um fenômeno crescente e que estas organizações, possivelmente, não tenham clareza quanto às possíveis implicações da inserção nesses sites. Acreditamos que as universidades aderiram às mídias sociais, muitas vezes, por modismo e pela aparente obrigatoriedade de presença, como se o fato de não estar implicasse desprestígio e falta de visibilidade. A pesquisa está ancorada no Paradigma da Complexidade (MORIN, 2001) e se constitui como exploratória (GIL, 1999), visto que é um tema com pouca produção teórica e estudos empíricos, ainda mais ao falarmos em mídias sociais no contexto das universidades. Em relação aos procedimentos metodológicos – após a revisão teórica, mapeamos o status da presença nas mídias sociais das 148 universidades filiadas ao CRUB. Posteriormente, conduzimos pesquisa dentre as Instituições de Ensino Superior (IES) da RMPA, já inclusas na amostra inicial, e que possuem perfis nesses espaços. Refletimos a respeito da presença e atuação, a partir de análises nos perfis durante um mês, bem como baseados no conteúdo que resultou das entrevistas em profundidade de caráter semiaberto (DUARTE, 2008), realizadas com os responsáveis pelo que é desenvolvido, ou não, nas mídias sociais.

Percebemos que mais de 50% das IES pesquisadas aderiram, no mínimo, a uma dessas mídias. A adesão é mais expressiva dentre as IES particulares, que atingem o percentual de 67,53%. Na segunda fase da pesquisa, notamos que há boas práticas, inovadoras, mas que há ações que comprometem a atuação das universidades, visto que conceitos como diálogo parecem ser ignorados, principalmente em uma das universidades, que sequer respondeu nossas tentativas, via mídias sociais, para agendamento da entrevista. Acreditamos que é preciso, de fato, estar preparado para ouvir e dialogar, e que alguns possíveis antagonismos podem estar centrados nesse fato. Do mesmo modo, diferem-se aquelas universidades que concebem a produção de conteúdo para esses espaços sob a ótica do interesse dos públicos com os quais se (des)encontram nesses sites. As perspectivas apontam para a profissionalização desse estar, que esperamos que resulte de reflexões (e outras posturas) sobre o que efetivamente desejamos em espaços como o Facebook, Twitter, YouTube, dentre outros, buscando que sejam, realmente, lugares de comunicação e de interação.

5 **As imagens criadas pelas biografias de líderes neopopulares da América Latina**

Autor: Alexandre Nervo

Orientador: Antônio Hohlfeldt

Data da defesa: 06/06/2012

RESUMO

Este estudo analisa as estratégias para a aproximação entre o público leitor e as imagens de personalidades políticas, através de suas trajetórias biográficas. Buscamos a identificação de uma tipologia para as práticas de liderança neopopulistas, em realidades latino-americanas, com base nas biografias de líderes carismáticos. Focamo-nos na reconstrução de vida dos presidentes Luiz Inácio Lula da Silva (Brasil, 2002-2010) em *A história de Lula: O filho do Brasil* (2009), de Denise Paraná e *O que sei de Lula* (2011), de José Nêumanne Pinto; Hugo Chávez Frías (Venezuela, 1999-atual), a partir do relato *Hugo Chávez sem uniforme* (2006), de Cristina Marcano e Alberto Barrera Tyszka; e Evo Morales (Bolívia, 2006-atual), com base no texto *Evo Morales: The extraordinary rise of the first indigenous president of Bolivia* (2010), de Martín Sivak. Utilizamos a Análise Crítica do Discurso, como lente metodológica que permitiu identificar os estereótipos, mitos e arquétipos utilizados pelos autores. Percebemos que as biografias, no formato de livro, constituem-se em extensão para as estratégias de construção das imagens dos líderes neopopulistas da América Latina. O estilo de liderança neopopulista caracteriza-se, em uma leitura a partir do campo da Comunicação Social, pelos traços de personalidade que são atribuídos ao personagem, sempre em busca da aproximação com o povo.

A transposição das etapas da Jornada do Herói, de Joseph Campbell (2007), permitiu o enquadramento da análise do conteúdo das biografias, demonstrando uma linha comum entre as obras: o tratamento heróico conferido aos protagonistas. A trajetória dos líderes presidenciais é narrada a partir de três fases principais: a partida, com as provações que se interpõe ao herói no início de sua vida; a iniciação, quando o indivíduo entra em contato com o universo político e inicia o seu aprendizado pessoal; e o retorno, na expressão da conquista do topo da escalada política, com a missão de modificar a realidade em que está inserido.