

# Em debate, o papel do ensino de jornalismo e a atuação do jornalista hoje



Carlos Costa\*

Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP)  
 Coordenador de Ensino de Jornalismo e professor  
 da Faculdade Cásper Líbero  
 E-mail: crcost@uol.com.br

**Resumo:** A Semana de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero reuniu profissionais e educadores para discutir o papel da formação específica e as perspectivas de atuação do egresso do curso em um mercado que passa por profundas e rápidas transformações. O evento contou com a presença de nomes consagrados em temas como telejornalismo, mídia impressa, TV pública, TV digital, rádio-jornalismo, novas mídias e tecnologias. A segunda parte do texto traz na íntegra o depoimento do jornalista Luis Edgar de Andrade sobre as metamorfoses pelas quais passou a comunicação desde o advento da TV.

**Palavras-chave:** comunicação, jornalismo, história da comunicação.

*El papel de los cursos de periodismo y la actuación del periodista hoy*

**Resumen:** La Semana de Periodismo de la Facultad Cásper Líbero fue ocasión de reunir profesionales y educadores para cambiar ideas sobre la formación específica y las perspectivas de actuación del egreso del curso en un mercado en constantes y rápidas mutaciones. El encuentro tuvo presencia de nombres consagrados en temas como el periodismo en medios impresos, radio, televisión pública y privada, nuevos medios y convergencias. La segunda parte del texto reproduce la charla del periodista Luis Edgar de Andrade sobre las metamorfosis por las que pasa la comunicación desde el advenimiento de la televisión.

**Palabras claves:** comunicación, periodismo, historia de la comunicación.

*A discussion about journalism courses and the journalists today*

**Abstract:** Faculdade Cásper Líbero's Journalism Week gathered professionals and educators to discuss the role of the specific graduation and the prospects of actuation of the new professional in a market that goes through deep and fast transformations. The event was attended by renowned names in themes such as TV journalism, print media, public television, digital television, radio journalism, new media and technologies. The second part of the text features the full speech given by journalist Luis Edgar de Andrade on the metamorphoses that the advent of television brought to communications.

**Key words:** communication, journalism, history of communication.

**D**ebater o papel do curso de Jornalismo e o perfil do egresso que a faculdade quer formar nesses tempos de mudanças por que passamos. Esse foi o tema da Semana de Jornalismo 2007, organizada pela Coordenadoria de Ensino de Jornalismo em parceria com o Centro Acadêmico Vladimir Herzog, e que reuniu, nos dias 4 e 5 de setembro, professores e profissionais atuantes em diferentes mídias. O encontro começou com uma palestra em estilo aula magna proferida pelo jornalista Luis Edgar de Andrade, profissional com larga atuação na mídia impressa (passagens pelas revistas *O Cruzeiro*, *Realidade*, *Exame*, jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal do Brasil*, para o qual cobriu a guerra do Vietnam) e televisiva (foi um dos profissionais que consolidaram o *Jornal Nacional* no início dos anos 1970). A reprodução quase integral dessa palestra é publicada a seguir, com algumas das respostas dada pelo palestrante no debate.

\* Esse texto contou com a colaboração das coberturas realizadas pelos alunos Ana Paula de Deus, Daniele Pechi, Fernanda Carpegiani, Gabriella de Lucca, Guilherme Baida, Heloísa de Oliveira, Luísa Pécora, Luiz Felipe Silva, Mariana Brasil, Priscila Zuini e Tainá Tonolli, do 1º e 2º ano do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero.

A programação seguiu, na primeira manhã, com uma mesa coordenada pelo Dr. Pedro Ortiz (professor de telejornalismo da Cásper Líbero e presidente da TV-USP) em que se debateram os caminhos do jornalismo na TV pública e as novas propostas oferecidas pela TV digital. A mesa foi composta por Paulo Roberto Leandro (diretor de Jornalismo da TV Cultura), Dr. Almir Almas (professor da ECA/USP) e João Brant (membro do Interviços).

No período da noite desse primeiro dia, Fábio Santos, diretor de redação do *Destak*, falou sobre a popularidade dos diários gratuitos, uma realidade ainda pouco investigada pela academia, mas que tem trazido rica discussão sobre o futuro das mídias impressas. A seguir, uma mesa coordenada pelo Dr. Gilberto Maringoni (professor de Jornalismo da Cásper Líbero) reuniu os jornalistas Dr. Bernardo Kucinski (autor, entre outros, de *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética e Jornalistas revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*), o professor Dr. José Arbex Jr (da PUC-SP, autor do hoje clássico *Showrnlismo: a notícia como espetáculo*) e o jornalista Raimundo Pereira, numa discussão sobre o papel político e a função social da mídia e da atuação do jornalista.

Na segunda etapa do encontro, no dia 5 de setembro, uma palestra também em estilo aula magna foi proferida pelo radialista Agostinho Teixeira, repórter investigativo da Rádio Bandeirantes. Em seguida, Caio Túlio Costa (professor de Ética do curso de Jornalismo da Cásper Líbero e presidente do portal IG) mediou o debate sobre novas mídias e tecnologias. Participaram da mesa o Dr. Sérgio Amadeu (professor da Cásper Líbero), Caique Santana Severo (diretor editorial do IG), Henrique Parra (membro do Centro de Mídia Independente) e Tereza Rangel (ombudsman do UOL).

A programação do encontro da noite começou com a palestra de Thomaz Souto Corrêa, vice-presidente editorial da Abril, falando sobre revistas. Logo depois, uma

mesa presidida pelo professor Igor Fuser (da Cásper Líbero) discutiu os rumos e propostas dos cursos de Jornalismo num tempo de transformações. A mesa foi composta pelos professores Carlos Costa (coordenador do curso da Cásper Líbero), Hamilton Octávio de Souza (diretor do curso da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo) e Coelho Sobrinho (professor da Escola de Comunicações e Artes da USP). A seguir, trechos desses debates e palestras.

### ● O jornalismo diante de uma nova televisão

Às vésperas da TV digital e de uma nova TV pública brasileira se tornarem realidade, com data marcada para acontecer em 2 de dezembro deste 2007, a Semana de Jornalismo colocou o tema em pauta no primeiro debate do encontro.

Paulo Roberto Leandro explicou a função da TV pública discorrendo sobre o compromisso que ela tem com o público. Para ele, “a TV pública tem que olhar para o que está latente na sociedade”. O diretor da TV Cultura comentou:

O contato permanente é vital para evitar que se torne instrumento de algum grupo. A TV pública tem compromisso com o público e a função de estimular a sociedade a ser crítica. Diferentemente da TV comercial, que visa o lucro, a TV pública visa a qualidade da programação. Já as emissoras estatais acabam sendo canais de informação do governo, que interfere em seu conteúdo. Já a TV digital propõe perguntas que ainda precisam ser discutidas, como a possibilidade de a tecnologia representar um caminho para a participação da população na produção de conteúdo. A intervenção tem que ser de quem assiste. É preciso abrir portas para a representação no conteúdo e distribuição. Interatividade não é só dizer quem vai ganhar a dança no gelo ou notas no programa *Você Decide*.

Almir Almas, pesquisador e estudioso da TV digital, apresentou aspectos técnicos e burocráticos do formato. Começou falando do primeiro decreto sobre o tema, pu-

blicado em 2003. Na época, foi estabelecido que a TV digital deveria ser interativa e ter quatro canais públicos: um sobre cultura; outro para educação, para professores e alunos; um terceiro da União, em que seriam transmitidos atos públicos; e um quarto de cidadania, que traria serviços públicos para a população. Para Almas, “quatro canais é muito pouco. E é preciso abrir espaço para o que é independente”. Ele também abordou o acesso público e o custo de produção: “O jovem da periferia precisa ter os meios de produção para fazer, mas as TVs públicas têm de financiar seus próprios produtos. Fazer TV é caro”, concluiu.


O terceiro participante da mesa a falar, João Brant, discorreu sobre o potencial democratizante do projeto: “A TV digital pode ter mais atores, mas, desde o decreto em 2003 até hoje, o que aconteceu? Ter potencial não é uma garantia real de mudança”. Segundo ele, não há transformação profunda pelo fato de, no intuito de preservar a transmissão, a concessão dos canais ter sido dada às mesmas empresas que detêm os canais de TV aberta hoje. Assim, quando um canal se dividir em quatro, ou até oito, serão canais da mesma emissora. “Serão quatro Globos, quatro SBTs, quatro Gazetas. O mercado continuará como é”, opinou.

O governo foi criticado durante o debate, principalmente o atual ministro das Comunicações, Hélio Costa, que, nas palavras de Brant, tem atuação “confusa”: “Ele age de acordo com interesses privados, quando deveria agir de acordo com o interesse público”, afirmou Brant, acrescentando que a TV pública vai ter um comitê gestor. “Formar-se-á um clubinho na TV pública. Cada um representando a si mesmo.”

A posição do governo na questão da TV digital foi uma das questões levantadas pelos assistentes da Semana de Jornalismo. Brant classificou-a como “um desastre para a democratização e ampliação do mercado”, devido ao fato de as pesquisas de criação de um padrão brasileiro de TV digital terem sido abandonadas depois da opção

pelo modelo japonês. Mesmo assim, ele não acha que tudo está perdido: “Há coisas boas, como a qualidade da programação e a diversidade. Mas temos que tomar cuidado para não nos decepcionarmos”. Na opinião de Almir Almas, “Em qualquer decisão há influência de aspectos políticos, econômicos, sociais e tecnológicos. E o modelo japonês foi aperfeiçoado para o Brasil, ou seja, que as pesquisas não foram totalmente abandonadas, e a TV digital será um avanço para o Brasil.” Paulo Roberto Leandro encerrou o debate colocando mais questões a partir de um vídeo exibido por Almir Almas, no qual se falava sobre como, no futuro, será possível assistir aulas pela TV e até marcar consultas. O jornalista opinou:

Marcar consultas pela internet? Com a saúde do jeito que está, eu acho difícil. Participar da política? Julgando pelo interesse da população, também não creio que dará certo. Devemos falar em teleeducação? O professor perde autoridade a cada dia na escola brasileira. Acredito que o governo tem questões mais urgentes para resolver.



*A circulação de jornais impressos cresceu em todo o mundo: a venda dos periódicos pagos subiu 2,3% em 2006. Com os gratuitos, a alta sobe para 4,6%*

### **Potencial dos jornais gratuitos**

Em sua palestra Fábio Santos, diretor editorial do *Destak*, explicou o motivo de a circulação dos jornais impressos estar crescendo e falou do sucesso dos diários gratuitos. Santos, que trabalhou nas redações da *Folha da Tarde* e *O Globo*, mostrou números para comprovar que a circulação dos jornais impressos vem crescendo. Em 2006 a venda

de jornais pagos em todo o mundo foi 2,3% maior que a do ano anterior. Nos últimos cinco anos, o crescimento foi de 9,48%. Com os diários gratuitos – como é o caso do *Des-tak* –, os números são ainda melhores: crescimento de 4,6% em 2006 e de 14,76% nos últimos cinco anos.

Entretanto, a venda de jornais nos EUA e Europa cai gradativamente. Nos EUA, por exemplo, os jornais diminuíram sua circulação nos fins de semana, com venda estagnada durante os dias de semana. Já na Europa as margens de queda são grandes, sobretudo no Reino Unido.

*“Alguns jornais brasileiros se apresentam como neutros e dizem prestar serviços, mas essa é uma boa mentira”, diz Pereira. “Enganam com esse falso discurso”*

Como é possível que o nível de circulação dos jornais suba se as pessoas não estão mais comprando o jornal? Simples: o que fez os índices subirem foram os jornais “populares” (vendidos a preços acessíveis, de R\$ 0,50 a R\$ 1,00) e os gratuitos. De acordo com Fábio Santos, esse é o provável caminho do jornalismo no futuro, pois o crescimento desses veículos ocorre numa faixa de público que antes não comprava jornais. Segundo sua pesquisa, 51% das pessoas não lêem nada para se informar; 23%, lêem tudo o que cair em mãos; 16%, só se informam pelo jornal e 10% consomem somente informação escrita. “Os jornais gratuitos crescem de forma rápida, principalmente entre os 51% que antes não liam nada para se informar”, disse.

Ao falar da queda dos periódicos pagos e da ascensão dos gratuitos, Santos alerta que na Europa, sobretudo na Espanha, mais de

50% dos jornais são gratuitos. Em São Paulo, dados de 2006 revelam que 59% dos jornais consumidos são pagos e 41%, gratuitos. A tendência, ao que parece, é de crescimento para os gratuitos. As principais razões para esse fato: tempo de leitura de no máximo 20 minutos, foco nas notícias locais e em entretenimento, textos curtos como os da internet, atitude pró-ativa (o jornal vai até o leitor) e o fato de serem tablóides (mais fáceis de manusear/carregar). A surpresa é que, de acordo com Santos, 94% dos leitores dizem que lêem os jornais gratuitos para se informar. “O jornal gratuito é a primeira página de um jornal pago. Se todas as notícias da primeira página da *Folha de S.Paulo* ou do *Estadão* estiverem no jornal gratuito, então o dever está cumprido”, concluiu Fábio Santos.

### ● Informação ou manipulação?

O final do primeiro dia da Semana de Jornalismo reuniu um time de peso: os jornalistas Bernardo Kucinski, José Arbex e Raimundo Pereira debateram o papel político e a função social da mídia, num concorrido encontro mediado por Gilberto Maringoni.

Raimundo Pereira iniciou o debate com um panorama geral da história da imprensa burguesa, citando veículos como *Times* e *The Economist* – “a avó da *Veja*” – e jornalistas como William Randolph Hearst, “o típico jornalista que subestimava a inteligência do leitor”. Segundo Pereira, alguns jornais brasileiros se apresentam como neutros e dizem visar à prestação de serviços, o que é uma boa mentira. “Eles não são o que dizem ser, mas enganam muita gente com esse falso discurso”.

Existem duas linhas de imprensa: a sofisticada, que abrange um público considerado rico – representada por jornais mais caros, como *The New York Times* ou *Folha de S.Paulo* – e a popular, de fácil acesso, disponível a baixo custo ou até mesmo gratuitamente, como os jornais distribuídos no metrô. Os veículos deveriam se unir e atuar em prol dos interesses do povo. É preciso que se preocupem com as

grandes transformações que ocorrem no país e no mundo e, acima de tudo, colaborar para a educação das massas e prestar serviço à sociedade.

Para Bernardo Kucinski, o espaço da mídia é o espaço da informação, em que não são permitidos mentiras, segredos e nem monopólio do saber. “Acredito que a mídia, ao contrário do que muitos pensam, vem cumprindo esse papel de modo razoável. Ela busca manter a sociedade aberta e alerta.” Mas, por outro lado, a imprensa estaria “doente” em relação à cobertura política. “Há uma necessidade de ampliar culpas, disseminar suspeitas. Sinto como se estivessem revivendo a época do macarthismo”, observou, referindo-se ao “denuncismo” que permeia a imprensa atualmente.

O jornalista José Arbex fez um discurso mais radical e inflamado. Citou exemplos como o mensalão – “que jamais foi provado e mais parece um bolo de coisas mal-esclarecidas” – e a falta de cobertura sobre a privatização da Vale do Rio Doce para ilustrar que a mídia “é o verdadeiro partido da burguesia”.

Os meios de comunicação são os grandes responsáveis pela educação da percepção das pessoas. Os jornais são pagos para mentir, ocultar e fazer propaganda. Eles formam consensos e manipulam sentimentos. É visível o papel partidário que a grande mídia corporativa cumpre a favor das grandes empresas e contra os interesses do povo.

Para Arbex, é impossível analisar a questão midiática no Brasil sem falar na questão escravista:

Ao contrário da Europa, nós não tivemos a cultura de fazer uma imprensa combativa e não vivenciamos o debate de homens livres; tudo aconteceu muito depois. Como esse processo é incipiente no Brasil, formamos uma sociedade débil e embrionária.

Haveria uma saída? Arbex é otimista: “Sim, há. Precisamos de uma transformação social que erradique essa herança escravista e eleve a consciência nacional”. Para o profes-

or, o jornalismo não pode ser movido pelo capital. “Mesmo quando coloco anúncios publicitários na revista *Caros Amigos*, faço críticas sobre aquilo que está sendo veiculado, se achar que devo.”

## ● Rádio e atuação do jornalista

A abertura do segundo dia da Semana de Jornalismo foi realizada pelo repórter investigativo da rádio Bandeirantes e ex-professor de Radiojornalismo da Faculdade Cásper Líbero, Agostinho Teixeira, que numa rica palestra discutiu a práxis do jornalismo investigativo no rádio.

O repórter discorreu sobre as possibilidades do rádio como mercado de trabalho e sobre como funciona a produção de uma reportagem investigativa nesse meio. “Às vezes o rádio passa batido pelos estudantes de jornalismo, talvez nem seja considerado uma opção para quem está cursando a faculdade. Quero mostrar que o rádio é uma alternativa e que é possível fazer jornalismo investigativo de alta qualidade”, afirmou.

Teixeira destrinchou as diversas etapas de produção de uma reportagem investigativa para o rádio. Explicou que a primeira etapa é a denúncia que pode surgir de uma observação do jornalista ou de um ouvinte. “Na correria do dia-a-dia, com entrevistas, coletivas, não se nota o que acontece no mundo. Algumas das coisas mais instigantes que fiz nasceram dessa observação.”

O jornalista falou sobre a figura do denunciante, que para ele deve ser anônimo apenas na matéria. O jornalista tem de conhecer com quem está lidando e, principalmente, saber o motivo da denúncia.

O denunciante ideal seria aquele que se identifica, que dá informações claras e seguras e concorda em aparecer, o que é muito difícil. Já o denunciante real, que costuma ser anônimo por medo ou por interesse, é o que mais acontece. Mas é preciso que o jornalista saiba quem ele realmente é.

O repórter da Bandeirantes, que já investigou casos de propina para fiscais da Prefei-

tura na distribuição de panfletos publicitários e para evitar a apreensão de barracas de ambulantes, venda de combustível adulterado e venda de produtos contrabandeados dentro da Assembléia Legislativa, revela que às vezes o fato de o repórter ser conhecido pode prejudicar a investigação:

La tanto para a Assembléia que um dia um policial me chamou e disse que eu não ia conseguir mais nada lá, porque toda vez que eu chegava eles já avisavam todo mundo por rádio de que o Alfa Tango (Agostinho Teixeira) estava no prédio. Até hoje recebo cartas para o repórter Alfa Tango.

Sobre uma boa fonte ele comentou:

Numa reportagem investigativa você vai entrar em um mundo que não é seu, no qual as pessoas têm um linguajar característico, um código diferente e se o repórter não se adequar não conseguirá travar um diálogo, vai ser como um estranho no ninho. A boa fonte é aquela que dá esse suporte para a criação de um personagem.

Outro tema abordado foi o polêmico grampo telefônico. O repórter defendeu seu uso, afirmando que o telefone permite ao jornalista disfarçar-se, pois nunca se tem certeza de quem está do outro lado da linha. Apesar de ser um instrumento de uso jurídico, a lei tem uma brecha que ampara o jornalista. “O que define se eu vou levar a gravação ao ar ou não, correndo o risco de ser processado, é o fato de a informação ser de interesse público. Nos casos de processo essa alegação sempre prevaleceu”, afirmou.

Agostinho Teixeira explicou como funciona a montagem e a edição da reportagem, para convencer o ouvinte de que a conversa ou material gravado tem valor de prova. “O ideal é colocar tudo em ordem cronológica e escolher cada palavra com cuidado.” O palestrante abordou ainda os perigos que um jornalista corre quando inicia uma reportagem investigativa. Para ele, alguns cuidados devem ser tomados para garantir a integridade física, principalmente, quando a reporta-

gem estiver pronta para ir ao ar. “É um cuidado mínimo, mas acaba sendo um ônus. É o preço de ser herói. Eu sou pago para isso e gosto do trabalho que realizo”, afirmou. “Esse tipo de reportagem traz benefícios tanto para o repórter quanto para o veículo. Há o reconhecimento do público e o respeito de autoridades. Assim, convido os alunos da Cásper Líbero a pensarem no rádio como um meio de comunicação cheio de oportunidades. Observem e ouçam o rádio”, concluiu.

### **Jornalismo em tempos de internet**

A mesa composta por Tereza Rangel, ombudsman do UOL, Caique Severo, diretor de conteúdo do iG, Sérgio Amadeu, professor da Cásper Líbero, e Henrique Parra, responsável pelo Centro de Mídia Independente, foi presidida por Caio Túlio Costa, também professor da Cásper Líbero. Entre os temas abordados por eles, o modo como a mídia é pensada para as novas tecnologias, a modificação do sistema de representação social (blogs, jornalismo colaborativo, Centro de Mídia Independente) e o papel e as oportunidades para o jornalista nesse meio.

Caíque Severo comentou que, em uma tecnologia marcada pela recombinação e reestruturação, editores são necessários. Para ele, a internet é a cultura da constante edição: “Na minha época de faculdade, existia pouca coisa voltada para o trabalho de edição, e essa é uma das funções mais importantes na internet hoje em dia”, disse, acrescentando que ainda faltam reportagem e geração de conteúdo próprio na nova mídia. “Quando as empresas de internet se fortalecerem, aumentará a contratação de jornalistas.”

Os exemplos de exploração desse potencial se multiplicam, embora nem todos concordem se eles são relevantes ou não. Quando o assunto é blog, por exemplo, Tereza Rangel afirmou não conseguir “achar casos relevantes de jornalismo produzido por cidadãos em blogs”, embora concorde que em locais onde há censura, como China, Nepal

e alguns países do Oriente Médio, eles cumpram um papel importante. Caique Severo seguiu essa linha: “Blog é apenas ferramenta, que precisa ser melhor utilizada do que é hoje, precisa ter mais informação. Sugiro aos alunos da Cásper que invistam na produção própria de conteúdo”.

Quanto ao jornalismo colaborativo, Tereza Rangel também suspeita que “se não houver formas de controle, ocorrerão problemas sérios”. Ela lembrou recente episódio em que o UOL publicou uma imagem que supostamente mostrava um homem pulando do prédio da TAM, no momento do acidente de 17 de julho. A foto, revelou-se depois, era uma montagem. “Devemos abrir espaço, mas de forma responsável e cautelosa, senão jornalismo colaborativo vira marketing”, disse. Caique Severo também minimizou a expectativa em relação a essa tendência: “Não é que agora teremos grandes furos por causa do jornalismo colaborativo. O importante talvez seja conseguir cobrir mais assuntos, com a ajuda dos cidadãos”.


Em sua exposição, Sérgio Amadeu desafiou os jornalistas que acreditam ser desnecessário saber das técnicas por detrás do conteúdo:

A sociedade em rede é uma sociedade de processos tecnológicos. Não dá para achar que a técnica (*a parte de computação e engenharia envolvidas*) é só isso. É preciso saber como funciona para poder lutar pela democracia. Não dá para só pensar nos conteúdos e largar a técnica para os outros, porque assim as fraudes ocorrem e ninguém percebe.

Sérgio Amadeu afirmou ainda que o mercado nunca precisou tanto de jornalistas, devido ao crescente desenvolvimento de sites empresariais com conteúdo.

Tereza Rangel reforça: “Não se deve abandonar a formação, pois é importante ter um texto excelente, se informar muito, estar aberto e atento às transformações que irão ocorrer, além de ser capaz de conversar sobre a questão da técnica”, disse aos estudantes: “Muitos de vocês irão trabalhar em algum tipo de mídia que talvez ainda não exista

hoje, pois vivemos um mundo de grandes transformações. Mas profissionais com uma formação sólida continuarão tendo o seu lugar”. Sérgio Amadeu completou: “Internet não é moda, como pensam alguns. Nós mal estamos no começo”.



*“Muitos de vocês irão trabalhar em algum tipo de mídia que talvez ainda não exista hoje, pois vivemos num mundo de transformações”, disse Tereza Rangel, do UOL*

#### ● Lição de um grande revisteiro

“Um revisteiro apaixonado por sua profissão”: foi assim que Thomaz Souto Corrêa, vice-presidente editorial da Abril, se definiu no início da palestra em que resumiu sua experiência de 40 anos em jornalismo.

A fama e o prestígio adquiridos no decorrer da carreira não fizeram com que o jornalista se esquecesse do preconceito que sofreu quando decidiu abandonar sua vaga em *O Estado de S.Paulo* e iniciar a trajetória na Abril, na revista *Claudia*. Ele não nega que um dos motivos para sair do Estadão foi a ótima proposta financeira feita pela editora, mas a decisão levou em conta uma inquietação que já possuía: o fato de não poder cuidar como gostaria do aspecto visual da notícia.

Segundo Souto Corrêa, jornais e revistas se diferenciam em um aspecto fundamental: enquanto o jornal não possui um perfil de leitor estabelecido, a revista possui e exige um público-alvo, que precisa ser conhecido, atingido, surpreendido e que se torna um “segundo patrão” dos funcionários da redação. Para que a credibilidade e a integridade do jornalista sejam mantidas, ele listou itens que denominou “ób-

vios”. São regras básicas do jornalismo editorial, sendo esta a principal: a idéia de que o leitor é quem manda na revista, pois sem público não há anunciantes, e sem anunciantes as revistas não sobrevivem.

Para o revisteiro, é o aspecto visual que atrai o leitor de uma publicação. E a beleza não se resume apenas ao fator estético, mas também à organização, à coerência textual e às chamadas que ajudam a entender não apenas os textos a que se referem, mas à revista como um todo. Corrêa apontou quatro pré-requisitos para o sucesso editorial de uma revista: ela deve definir claramente sua missão, ser relevante, conhecer os desejos e as necessidades de seus leitores e possuir uma identidade própria, um jeito de ser. Ele comparou o editor a um maestro, que busca a harmonia, o ritmo e o andamento mais adequado para a sua arte. Para fechar a palestra, afirmou: “Concorrência não é a outra revista, é tudo o que o leitor deixa de fazer em vez de ler uma revista”.

### ● Formação do jornalista

Para debater o papel do curso de Jornalismo na formação do profissional da comunicação, professores e coordenadores de três faculdades de São Paulo (ECA-USP, PUC e Cásper Líbero) fecharam o último dia da Semana de Jornalismo. A mesa foi composta por Hamilton Octávio de Souza (diretor do curso da PUC-SP), José Coelho Sobrinho (ECA-USP) e Carlos Costa (coordenador do curso da Cásper Líbero), sob a mediação do prof. Igor Fuser, da Cásper Líbero.

O prof. José Coelho Sobrinho abordou as estruturas curriculares dos cursos e criticou a falta de diálogo entre as disciplinas, a falta de coesão entre os professores, além da formação exclusivamente técnica promovida pelas faculdades, que deveriam estar voltadas para as questões sociais. “Devemos formar jornalistas, não técnicos na função jornalística”, reforçou.

Hamilton de Souza falou da importância da formação acadêmica na área. Para ele, os cursos deveriam ter as ciências sociais mais presentes em seus currículos:

Nós prestamos um serviço para a sociedade, o nosso cliente principal, o nosso patrão, aquele que é o objeto maior de todo o nosso trabalho, é o público, é a sociedade. Nesse sentido, a formação do jornalista é para uma atividade de prestação de serviço público. Uma escola que forma jornalistas tem que ter em mente que está formando um tipo de profissional para servir e atender o conjunto da sociedade.

Encerrando a primeira parte do debate, Carlos Costa afirmou que a função de uma faculdade é “formar para a vida, não para o mercado”, sem nunca deixar de se adequar às necessidades mercadológicas.

Esta manhã, no debate sobre novas tecnologias, a jornalista Tereza Rangel, ombudsman do UOL, fez uma bela reflexão. Lembrando que, ao se formar, o grande sonho de sua geração era participar do “Projeto Folha”, ela foi encontrar seu lugar de trabalho na internet, algo que entrou na vida das pessoas depois de 1995. Ou seja, na faculdade ela nem sabia que existiria isso. E ela comentava que os alunos devem se preparar na faculdade para exercer atividades que nem existem hoje. Ou seja, uma das funções do curso de jornalismo é preparar para a vida, não para o mercado, pois o mercado certamente não será o mesmo quando vocês que participam dessa Semana de Jornalismo se formarem.

Como coordenador de ensino de Jornalismo aqui na faculdade, confesso que minha preocupação não é preparar o aluno para o mercado, mas para a vida. Os alunos precisam sair das escolas preparados para viver, não no passado, nem mesmo hoje – que logo se tornará passado – mas nos incertos e sempre cambiantes dias de amanhã. O papel do curso de jornalismo é formar cidadãos críticos que, com sua atuação sejam elementos e fatores de transformação do mundo em que viverão.



## Como a TV mudou a comunicação

Por Luis Edgard de Andrade

Não havia televisão quando nasci. Uma coisa inimaginável para os nossos filhos, que passam grande parte do dia vendo televisão. Inimaginável também para alguns de vocês. O homem, no entanto, viveu milhares de anos sem televisão, e, ao que consta, ela não fazia falta. As primeiras transmissões regulares de TV datam de 1936, quando a BBC inglesa inaugurou o seu serviço na cidade de Londres. Um dia, na minha casa, no Ceará, durante a infância, devia ter 5 anos, alguém disse que havia sido inventada a televisão. Deve ter sido uma de minhas irmãs mais velhas, que leu a notícia num jornal de Fortaleza. Lembro-me como se fosse hoje, a primeira idéia que me ocorreu ao saber da novidade foi que a televisão seria uma máquina maravilhosa, máquina que permitiria num passe de mágica, ver e ouvir o que eu quisesse, de longe, na hora em que a coisa acontecesse, bastaria apertar um botão.

Aos 5 anos de idade, não me passou pela cabeça que mais tarde, homem feito, haveria de trabalhar em televisão. E, trabalhado mais de 30 anos nessa mídia – comecei em TV no ano de 1973 –, descobri que a televisão dos meus sonhos não foi inventada ainda. O que inventaram foi a estação de TV, coisa diferente, conjunto de máquinas que põe no ar programas de TV. Eu não vejo o que desejo, vejo o que as estações põem no ar, o que é diferente. Costumo dizer que nós, telejornalistas, em alguns momentos de nossa profissão, temos a sorte de fazer aquilo que é a coisa mais parecida com a televisão em estado puro: a transmissão ao vivo de um acontecimento. O exemplo mais singelo é um jogo de futebol. Mas houve uma noite, durante a revolta dos estudantes chineses, eu estava pondo no ar o *Jornal da Manchete* e me emocionei ao ver o sol nascer ao vivo na Praça da Paz Celestial em Pequim. As pessoas estavam jantando no Brasil, assistindo ao telejornal, e viam na hora o sol que nascia atrás dos templos, na Praça da Paz Celestial. Nessas

ocasiões, lembro-me de Santa Clara por causa de seu famoso milagre.

Na noite de 24 para 25 de dezembro do ano de 1252, nevou muito em Assis, na Itália, onde ela morava. Assim mesmo, as freiras do Convento das Clarissas tiveram de sair para a Missa do Galo. Deixaram sozinha Clara, que estava para morrer. À meia-noite deu-se o prodígio. Segundo a lenda, a santa viu e ouviu “ao vivo e em cores”, como se diz hoje, a cerimônia natalina, do começo ao fim. Sete séculos mais tarde, em 1958, o Papa Pio XII escolheu Santa Clara para ser a santa protetora dos que trabalham em televisão.

Domingo passado, ao reunir alguma documentação para esta conversa, peguei por acaso em minha estante a tradução francesa do livro de Arthur Clarke, *Perfil do futuro*. Publicado nos Estados Unidos no final da década de 1950, comprei essa tradução em Paris no início dos 1960, quando era correspondente do Jornal do Brasil (Clarke ficaria famoso mais tarde pelo filme *2001: uma odisseia no espaço*). O capítulo 17, intitulado “Informações e telecomunicações de amanhã”, termina com esta frase: “Quando os deuses querem destruir alguém, começam por ligar a televisão”. Foi mais ou menos nessa época que Sérgio Porto, o Stanislaw Ponte Preta, em sua coluna do jornal *Última Hora* do Rio, apelidou a televisão de “máquina de fazer doido”. Como trabalhei tanto tempo em televisão, poderia dizer que vivi 30 anos num hospício! Estou exagerando, claro.

Em 1964, outro futurólogo, um inglês chamado Nigel Calder, então diretor da revista *New Scientist*, teve a idéia de reunir os cem maiores especialistas mundiais das principais áreas do conhecimento humano para saber como seria o mundo vinte anos depois, em 1984, o ano cabalístico do romance de George Orwell. O resultado foi um livro de 500 páginas: *O mundo em 1984*, que comprei na época, meados dos

anos 1960, numa livraria de Madrid e li duas vezes – quando comprei e depois, em 1984. Agora consultei o capítulo “Comunicações de massa em 1984”, de autoria do jornalista Gerald Barry, que tinha sido diretor da revista *Saturday Review* nos anos 1930. Vejamos o que Barry previa para o jornal:

Parece seguro que nos próximos vinte anos se terá produzido uma revolução técnica, tanto no sistema de impressão, como na distribuição das notícias – só comparável à revolução causada pela própria invenção da imprensa. O jornal distribuído por caminhão, vendido em bancas ou introduzido à mão numa caixa de correspondência terá se tornado um anacronismo absurdo.

Vejam como os futurólogos se enganam. O futuro não foi bem assim. Todo dia de manhã, no Rio de Janeiro, vou ao portão de minha casa pegar *O Globo* que me entrega os jornais, jogando por cima do muro.

Gerald Barry chamava atenção para duas possibilidades iminentes: a introdução da fotocomposição e a impressão simultânea de várias edições de um mesmo jornal a milhares de quilômetros de distância. Com isso, previa um vigoroso retorno ao jornalismo local e regional como alternativa aos grandes jornais nacionais. Isso é verdade. Aqui na cidade de São Paulo, todo dia de manhã, é impressa uma edição do jornal europeu *International Herald Tribune*. O jornal do futuro, segundo Barry, seria eletrônico, “se é”, dizia ele, “que ainda se poderá chamá-lo de jornal no sentido em que se usa a palavra hoje em dia”, quer dizer, que se usava em 1964. “Em 1984,” dizia ele, “receberemos as notícias numa tela de televisão num quadro na parede, numa tele-impressora ou numa variante ou combinação desses aparelhos”.

Confere com a previsão de Arthur Clarke feita cinco anos antes, do jornal *Orbital*: ele chamava “Orbital” porque transmitido via satélite. Esse jornal seria uma mistura de monitor de TV com o que hoje chamamos de fax. A própria máquina poderia imprimir o que aparecesse na tela. De certo modo, ele anteviu a internet. Olhem o que ele disse:

Quando você quiser o seu jornal, bastará se curvar no aparelho apropriado e apertar o botão desejado para obter a última edição saída da máquina. Poderá ser uma única página de notícias, ou então os editoriais, ou as notícias de esporte, o programa de cinema e teatro. Poderemos escolher aquilo de que temos necessidade, e ignorar o resto, salvando florestas inteiras de papel para a posteridade. A não ser o nome, o jornal *Orbital* não terá grande coisa em comum com o jornal de hoje.

De certa maneira, ele previu o que se costuma chamar “o jornal personalidade”, quer dizer, a interação, o jornal interativo.

Cabe aqui um parêntese: embora Arthur Clarke não fosse propriamente um cientista, mas um escritor de ficção científica, espécie de Júlio Verne, foi a primeira pessoa no mundo a preconizar o emprego de satélites artificiais de comunicação para transmitir mundialmente a televisão. Pena que ele não tenha patenteado a idéia.

No artigo publicado em outubro de 1945 na revista inglesa de rádio *Wireless World* sob o título “Extra-terrestrial Relays”, Clarke propôs que se utilizassem três satélites situados a 35 mil quilômetros do Equador. A essa altura, um satélite leva exatamente 24 horas para completar sua órbita, quer dizer, fica sempre em cima do mesmo ponto da Terra, como se estivesse fixo. Ele se baseou apenas nas leis da mecânica celeste. Pois bem, em 1963, os Estados Unidos conseguiram pôr no espaço o primeiro satélite de comunicação e foi colocado na órbita de 35 mil quilômetros prevista por Clarke, órbita que a partir daí se chamou de “Cinturão de Clarke”, e onde hoje existem mais de 200 satélites. Os satélites de comunicação estão nessa órbita como se fossem torres de TV com 35 mil quilômetros de altura.

Dez anos atrás, em 1997, vi o jornal do futuro, ou pelo menos o protótipo de um possível jornal do futuro, mostrado no Rio durante um congresso promovido pela Associação Nacional de Jornais. Na presença de um dos seus inventores, o jornalista americano Roger Fidler, ex-diretor de Novas Mídias do Grupo Knight Ridder e professor

da Escola de Jornalismo e Comunicação da Universidade de Kent nos Estados Unidos. A geringonça estava sendo desenvolvida pelos japoneses para funcionar dentro de pouco tempo, mas nunca mais tive notícia dela. O tablete, ou tabuazinha, como Fidler chamou a engenhoca, é uma pequena tela de cristal líquido computadorizada num estojo com 5 centímetros de espessura e 40 de comprimento, pesando menos de um quilo, do tamanho proporcional ao de uma página de jornal e permitirá a exibição de notícias diagramadas como no papel.

Apesar da previsão de que o futuro do jornalismo tende para uma mídia digital, interativa, mostrada nas telas de TV ou de computador, não se deve concluir que o jornal feito de papel e tinta e as demais formas de imprensa escrita estejam condenadas. A mídia digital e a mídia impressa mecanicamente podem coexistir e progredir por algum tempo, pelo menos mais uma ou duas gerações. Todos sabem que ao longo da história as formas mais antigas de comunicação não morreram de repente, quando surgiram as novas. Elas coexistiram e continuaram evoluindo por um tempo. O cinema, por exemplo, não matou o teatro, nem a televisão matou o cinema.

### O cheiro proustiano do chumbo

Antes de falar sobre o jornalismo do futuro, uma palavra sobre jornalismo do passado. Quando comecei a trabalhar em jornal, no Ceará, Fortaleza tinha 200 mil habitantes e oito jornais diários. De manhã, *O Unitário*, dos Diários Associados, *O Estado* e *A Gazeta de Notícias*; à tarde, *O Correio do Ceará*, também dos Associados, *O Povo*, *O Nordeste Diário Católico* e dois jornais comunistas. Hoje, Fortaleza, com 2 milhões de habitantes, tem apenas três jornais: *O Povo*, *O Diário do Nordeste* e *O Estado*. Os jornais do meu tempo eram compostos em linotipos, uma máquina que trabalhava com chumbo derretido, que nenhum de vocês deve ter visto. Eu já conhecia essa máquina porque meu avô tinha uma

tipografia. No primeiro jornal em que trabalhei, *O Nordeste*, só havia duas linotipos. A redação e as oficinas eram contíguas, sem parede de separação, quer dizer, na redação a gente sentia o cheiro de chumbo. No entanto, só os linotipistas tomavam copos de leite para não se envenenar. Até hoje, para mim, jornalismo cheira a chumbo, proustianamente tem esse cheiro.



*“A Cásper entrou na minha vida como o vento pela janela: foi pelo seu boletim que li e aprendi alguma coisa sobre a técnica do lead e da pirâmide invertida”*

Como estagiário, escrevia minhas primeiras notícias e reportagens em resmas de papel com uma caneta tinteiro. Vocês que usam Bic não imaginam o que era a caneta tinteiro: tinha uma bombinha para encher de tinta, enfiava no tinteiro e enchia a caneta. Já era um progresso, porque antes era pena de pato. Anos depois, quando conheci a redação do jornal *Le Monde* em Paris, por volta de 1960, seus redatores, homens de meia-idade, entre 35 e 40 anos, ainda escreviam à mão. Mas cada um tinha uma secretária que datilografava os originais, antes de irem para as oficinas. Aprendi datilografia sozinho, com dois dedos, quando fui convidado a trabalhar numa rádio, a ZY-AR8, rádio Iracema de Fortaleza. Fazia o radiojornal das 7 da manhã e a única fonte de informação eram os matutinos da cidade. Ao descer do ônibus à Praça do Ferreira, no centro de Fortaleza, comprava *O Unitário*, *A Gazeta* e *O Estado*.

Foi nessa época, de repente, quando menos esperava, que a Cásper Líbero entrou em minha vida como um vento pela janela. Explico. No final dos anos 40 não havia escola de jornalismo no Ceará. Havia duas no Brasil: em São Paulo,

a Cásper Líbero, e, no Rio, a Escola da UFRJ, então Universidade do Brasil. Acontece que me tornei jornalista por acaso, sem estudar comunicação. Pretendia ser advogado, talvez professor. Às vésperas do vestibular da Universidade do Ceará – fiz exame para Direito e Filosofia – houve um congresso de poesia na cidade, o Segundo Congresso de Poesia do Ceará, a que assisti com 17 anos, no último ano do segundo grau. Um dos poetas propôs na reunião que fosse criada a palavra “crítica” para designar o modo como a poesia passa da cabeça do poeta para o papel. Achei tão engraçada a descrição que escrevi uma carta para o jornal *O Nordeste*, gozando esse debate. Em vez de sair na seção de cartas, meu texto foi publicado como notícia, tirando-se o “Prezado Sr. Redator” e minha assinatura no final. Descobri, então, que não há nenhum mistério em redigir notícias: basta contar a história.

*“Em vez de sair na seção de cartas, meu texto foi publicado como notícia. Descobri que não há nenhum mistério em redigir notícias: basta contar bem a história”*

Daí a pouco, eu tinha uma seção diária n’*O Nordeste*, que se chamava “O problema do seu bairro”, focalizando um bairro por semana e entrevistando todo dia um morador. Foi assim que aprendi a entrevistar. No mês de junho de 1949, fui ao Congresso da UNE na Bahia, onde conheci Luiz Ernesto Machado Kawall, que representava o Centro Acadêmico da Cásper Líbero – meu amigo até hoje. No ano seguinte, Luiz Ernesto começou a me mandar pelo correio o jornalzinho estudantil *A Imprensa*, que ele próprio dirigia aqui nesta escola. Foi nesse órgão da Cásper Líbero que, pela primeira vez, li alguma coisa sobre a técnica do *lead* e da pirâmide invertida. Nessa época, as notícias eram

escritas em ordem cronológica: o fato como ele aconteceu. *Lead*, para surpresa minha, era aquilo que eu fazia de manhã na rádio Iracema de Fortaleza, ao resumir cada notícia dos jornais impressos em duas frases curtas, uma para cada locutor. As voltas que o mundo dá... Anos depois, eu haveria de chefiar o *copydesk*, ou editoria de texto do *Diário Carioca*, o jornal que introduziu o *lead* no Brasil.

### As metamorfoses da mídia

Voltando agora ao presente, é um chavão dizer que estamos vivendo a grande revolução na história da comunicação, tão importante quanto o advento da própria imprensa. Ao longo da história, a comunicação humana já passou por três grandes transformações. O jornalista americano Roger Fidler, aquele inventor do jornal-tablete, deu a essas mudanças radicais o nome de “midiamorfoses” ou “transformações da mídia”.

A primeira grande transformação ocorreu há 30 mil anos com o surgimento da linguagem falada, que fortaleceu a capacidade humana de raciocínio e conceituação. A linguagem falada serviu de base para o desenvolvimento dos meios de comunicação, desde os fóruns e o teatro até o advento do telefone, do rádio e da televisão. Cada nova forma oral era acrescentada ao sistema, mas não morreram as formas anteriores de comunicação expressiva, que antecederam a linguagem falada, como os gestos, sinais e símbolos.

A segunda grande transformação deu-se há 6 mil anos com o surgimento da linguagem escrita. Ela se completou no século IX a.C com a invenção do alfabeto, alfabeto consonantal dos fenícios, a que os gregos acrescentaram as vogais. O desenvolvimento de símbolos escritos uniformes e a tecnologia de papel proporcionaram as condições para grandes mudanças sociais e culturais. Com o desenvolvimento dos processos de impressão mecânica do século XV, os documentos escritos se proliferaram e se tornaram acessíveis em todo mundo. Novas formas de co-

municação como jornais e revistas, foram acrescentadas ao sistema.

Cabe aqui uma reflexão: o homem primeiro aprendeu a falar; alguns milhares de anos depois, aprendeu a passar para o papel aquilo que fala – deu-se então a grande distorção. Alguns homens, por exemplo, os oradores e certos jornalistas de televisão passaram a falar como se escreve, e não como se fala. O conselho que posso dar a um jornalista que chega à televisão vindo do jornal impresso é este: desaprenda o que aprendeu sobre a arte de escrever. Não existe texto em televisão – a linguagem da televisão é a linguagem falada, deve-se escrever como se fala.

A terceira grande transformação, o advento da linguagem digital, que estamos vivendo, é geralmente associada ao surgimento dos computadores pessoais e da internet, mas segundo Fidler, os fatos que a precederam remontam a 180 anos, quando se deu a primeira aplicação prática da eletricidade na comunicação: o telégrafo eletromagnético. Apesar do atual pessimismo em relação ao futuro da leitura e da escrita, não há dúvida que a linguagem escrita continuará se adaptando e prosperando na era digital. Todos dizem, atualmente, que a televisão está em plena revolução – a maior desde que foi inventada. As primeiras etapas, aliás, imediatas dessa revolução, se devem primeiro à banda KU, um sistema de transmissões por satélite que dispensa as antenas gigantescas de 30 metros usadas pelas operadoras de transmissão. Com um prato de 60 centímetros na janela, qualquer um pode captar a TV americana ou européia em sua casa. Chama-se a isso GPS, Transmissão Direta por Satélite. Em segundo lugar, vem a TV de alta definição, prestes a ser implantada no Brasil.

### Mudança: para melhor?

A imprensa e a televisão estão mudando. Mas será que o conteúdo dos jornais e dos telejornais também irá mudar? Harvey Chertok, da Academia Nacional de Televisão, Artes e Ciências dos Estados Unidos, acha que

não, que o conteúdo nunca muda – a forma de distribuí-lo é que faz a diferença. Um projeto editorial da *Folha de S.Paulo* lançado em 1997 já previa a possibilidade de transição de um texto estritamente informativo, tolhido por normas pouco flexíveis, para outro padrão textual que admita um componente de análise e certa liberdade estilística. Quando se discutem mudanças no conteúdo das notícias, um perigo ronda a nossa atividade como repórteres: a tendência irrefreável ao jornalismo opinativo. O perigo está na mistura de informação com opinião. Quando voltei da França para assumir a editoria internacional do *Jornal do Brasil* em 1965, a estratégia que se esboçava para o jornal impresso enfrentar o telejornalismo era a seguinte: a televisão mostra visualmente a notícia, a imprensa do dia seguinte explica a notícia. Acontece que a televisão é diabólica: hoje, ela própria já dá a notícia explicada.

Ao longo dos últimos 30 anos, os jornais brasileiros mudaram muito. Será que mudaram para melhor?, eu me pergunto. Os telejornais também mudaram. Quando comecei a trabalhar em televisão em 1973, depois de 25 anos na imprensa escrita, acusava-se o *Jornal Nacional* de dar à noite com imagens em movimento o que a imprensa tinha publicado de manhã sem imagens. Hoje, é raro *O Globo* ou a *Folha*, nossos dois maiores jornais, publicarem na manhã seguinte alguma notícia forte que os telejornais não tenham dado na véspera. Há 30 anos, as imagens do *Jornal Nacional* – quando eu era editor-chefe – eram feitas em filmes negativos de 16 milímetros, em preto e branco, montados em moviola como no cinema e colados com fita adesiva. Hoje, a edição, mesmo nas afiliadas das outras redes mais pobres, é feita no computador. Mas será que nestes 30 anos, os telejornais melhoraram?, torno a perguntar.

“A verdade, a justiça e histórias em quadrinhos”: é o que promete aos leitores, no seu cabeçalho, o jornal americano *Denver News*. Esse slogan mostra a mistura de jornalismo com entretenimento que há nos Estados Unidos. A verdade, a justiça e histó-

rias em quadrinhos. Na televisão, a linha que separa essas duas coisas ainda é mais tênue. Nós somos vizinhos do circo! Dez anos atrás, numa entrevista às Páginas Amarelas da revista *Veja*, o apresentador Boris Casoy, aquele do bordão “Isso é uma vergonha!”, criticou a televisão brasileira por dar preferência à imagem em detrimento da fala. Ainda bem, porque, do jeito que se fala em alguns telejornais, o futuro da TV está no rádio!

Platão, no volume sétimo de sua obra *A República*, apresenta uma alegoria da vida: o homem na caverna, em que assinala a di-

ferença entre o que achamos que existe e o que realmente existe. O homem da caverna está acorrentado num tronco, de frente para a pedra. Atrás do homem há uma fogueira, que ele não vê. Na frente da fogueira, mas atrás do homem, passa uma caravana: são homens, mulheres e crianças a pé e a cavalo. A imagem da realidade em movimento é projetada na parede da caverna. De costas para o mundo a vida inteira, o homem só vê sombras e as confunde com a realidade – mas toda sombra é ilusão. 2500 anos atrás, Platão, sem querer, produziu uma metáfora da televisão.

## Referências

- ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.
- ARBEX, José. *Showrnlismo: a notícia como espetáculo*. São Paulo: Editora Casa Amarela, 2001.
- BENKLER, Yochai. *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- CHAUÍ, Marilena. *Simulacro e poder: uma análise da mídia*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
- COIMBRA, Oswaldo. *O texto na reportagem Imprensa*. São Paulo, Ática, 2000.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Edusp, 2004.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling, FISCHMANN, Roseli (org.). *Mídia e tolerância: a ciência construindo caminhos de liberdade*. São Paulo: Edusp, 2005.
- LAGE, Nilson. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 2005.
- LIMA, Venício A. de. *Mídia: crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
- MATTELARD, Armand, e MATTELARD, Michelle. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.
- PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Editora Contexto, 2005.
- RAMONET, Ignacio. *A tirania da comunicação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- SPYER, Juliano. *Conectado: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.