

Indústria Cultural, Jornalismo, Jornalistas*

José Marques de Melo**

RESUMO

O estudo divide-se em duas partes. A parte inicial define Jornalismo, e estabelece-lhe as fronteiras, enquanto processo social no seio da indústria cultural, reconhecendo nessa atividade um duplo papel: o de alimentadora dos processos de interação social e o de agente ativo na vida da sociedade, devido à sua capacidade de intervenção no curso dos acontecimentos. Na segunda parte, o autor analisa a profissão de Jornalista nesse contexto, bem como a sua evolução, em especial no Brasil, acabando por propor uma revisão na legislação que atualmente regulamenta a profissão no país.

ABSTRACT

The article divides into two parts. The initial part defines Journalism, and establishes its limits, as social process into Cultural Industry, recognizing in this activity a double role: the liver on the processes of social interaction and the active agent in the life of the society, on account of its capacity of interference of facts. On the second part, the author analyses the profession of Journalist in this context, as well as its evolution, especially in Brazil, ending up by proposing a revision in the legislation that nowadays regulates the profession in the country.

-
- * Comunicação apresentada ao XIV Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação (Porto Alegre, 4 a 7 de setembro de 1991), promovido pela INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
 - ** Professor-Titular de Jornalismo e Diretor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
Presidente da Associação Latino-Americana de Pesquisadores da Comunicação (ALAIC).

O CAMPO DO JORNALISMO: FRONTEIRAS

O Jornalismo configura-se contemporaneamente como uma atividade singular da indústria cultural, assumindo a feição de um **processo contínuo, transparente e veloz, determinado pela atualidade**. Tanto assim que os estudiosos europeus como Roger Clause não hesitam chamar o Jornalismo de processo de **informação da atualidade**. A sua especificidade está justamente na captação dos acontecimentos que ocorrem, bem como na sua transmissão incontinenti, imediata, a cidadãos sérios e curiosos por conhecer as **novidades**.

O que move o Jornalismo, o que lhe dá razão de ser, é a **necessidade social da informação**. Os indivíduos querem saber o que está acontecendo, o que se passa ao seu redor, o que ocorre no mundo, pela **necessidade vital** de estabelecer **ligação com o meio ambiente**, com a comunidade, a sociedade, enfim, estar sintonizado com seu grupo social. Essa constante sintonização com a atualidade permite uma orientação básica sobre as decisões cotidianas: desde as mais elementares, como saber se uso uma roupa de lã porque vai fazer frio, ou se levo o guarda chuva porque vai chover, até as mais complexas, como decidir sobre a aplicação mais rentável do meu dinheiro (na bolsa de valores, no mercado do ouro ou na caderneta de poupança), o comportamento político a assumir (numa eleição ou num debate com parceiros do cotidiano) ou ainda a realização de previsões profissionais (em face da redução das incertezas decorrentes da disponibilidade de dados sobre a conjuntura vivida).

A essência do jornalismo está portanto no processo sócio-psicológico que mantém uma coletividade íntima e permanentemente ligada a instituições complexas que procuram corresponder às suas expectativas de atualização cognitiva sobre a vida da sociedade.

As páginas dos jornais e das revistas ou as emissões noticiosas veiculadas pelo rádio e pela televisão são simples materializações dessa necessidade social da informação, perdendo a sua significação no próprio ato do consumo. Depois de tomar contacto com uma notícia ou reportagem e de manejar abstratamente os seus componentes informativos, o produto jornalístico é posto de lado pelo leitor ou telespectador. Eventualmente ele pode preservá-lo por um espaço de tempo maior, arquivando um jornal ou gravando em fita magnética o telejornal, mas sempre em função da sua manipulação sócio-cultural. A regra dominante é o refúgio da informação jornalística imediatamente após o consumo (no caso dos veículos eletrônicos isso é instantâneo), porque se trata de um processo **contínuo**. Logo a seguir, no dia posterior (jornal) ou dentro de horas (rádio, TV), o consumidor terá à sua disposição novas informações, atualizando os acontecimentos em curso ou registrando novos fatos.

Desse maneira, os cidadãos permanecem vinculados à contemporaneidade e podem participar ou influir na vida social.

O Jornalismo cumpre, assim um duplo papel de alimentador dos processos de interação social: de um lado correspondendo à necessidade passiva que tem todo indivíduo de estar sintonizado com o seu meio ambiente; de outro, possibilitando o desempenho de um papel ativo na vida da sociedade, a partir das motivações que lhe são oferecidas para a intervenção no curso dos acontecimentos. **Cidadania e Jornalismo** são inegavelmente duas faces de uma mesma moeda.

Assim concebido o Jornalismo, torna-se indispensável explicitar o conceito com que estamos trabalhando. Ele está resgatado no nosso livro **A Opinião no Jornalismo Brasileiro** (versão atualizada da tese de livre docência defendida na ECA-USP) que retoma em grande parte as elaborações teóricas construídas pelo mais representativo dos cientistas do Jornalismo, o alemão Otto Groth.

“Jornalismo é o processo social que se articula a partir das relações (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos)”.

Trabalhando com esse conceito, convém destacar que ele se estrutura a partir de quatro variáveis, constituindo suas características intrínsecas:

- Atualidade
- Periodicidade
- Difusão
- Universalidade

Duas são variáveis independentes: a **atualidade** e a **difusão** - e duas são dependentes: a **periodicidade** e a **universalidade**.

A **atualidade** se nutre do **presente** (o que se desenvolve sob a minha vista) e do **novo** (o que chegou ao meu conhecimento agora). Interessa saber não só o que se passa, aqui e agora, mas o que já passou e não era conhecido, pois sem dúvida essa correlação entre **contemporaneidade** e **novidade** é que torna a **atualidade** mais consistente, unindo passado e presente, permitindo entender as rupturas e continuidade da História.

Por sua vez, a **difusão** corresponde à possibilidade tecnológica de transmissão dos acontecimentos, de modo a torná-los acessíveis à coletividade. Trata-se portanto de uma **difusão coletiva**, permitindo que muitas pessoas, simultaneamente ou num determinado espaço de tempo, sintonizem os fatos mais recentes. Isso se torna possível através da imprensa, que, fabricando em série textos escritos ou reproduções gráficas, viabiliza a sua circulação ampla. E depois se aperfeiçoa com a radiodifusão ou as inovações eletrônicas que permitem a transmissão à distância, como é o caso dos satélites.

As duas outras variáveis gravitam e se robustecem em função das primeiras. Senão, vejamos.

A **periodicidade** caracteriza-se inicialmente (segundo Dovifat) como um “mecanismo de repetição” (o jornal aparece a cada 24 horas, a revista a cada semana etc.). Depende diretamente da atualidade e da tecnologia empregada para a circulação da informação. Tanto assim, que o avanço tecnológico, da imprensa gutembergiana aos mecanismos computadorizados da televisão, transformou o próprio sentido da periodicidade, atribuindo-lhe (segundo a observação de Groth) uma “dimensão de tempo”, que permite ao Jornalismo refletir o “ritmo da vida”. Ou seja, das aparições regulares e fixas (imprensa ou rádio) das emissões jornalísticas, atingimos a aparição **oportuna** (edições extras), que

busca atender instantaneamente aos desejos da população se manter permanentemente atualizada sobre o que ocorre. O Jornalismo moderno vive dos fatos e os difunde concomitantemente à sua ocorrência.

Finalmente, cabe examinar a variável **universalidade**, que significa historicamente a abrangência de um espectro informativo tão amplo quanto possível, dando ao leitor oportunidade de saber tudo o que acontece. Mas as transformações da sociedade conduziram a alterações na sua significação, pela dependência que existe entre universalidade e as variáveis básicas: atualidade e difusão. Na medida em que se diversificaram os canais do Jornalismo e surgiram veículos segmentados (uma tendência cada vez mais forte), evidentemente a noção de universalidade passou a gravitar em torno dos interesses e expectativas do público a que se dirigem os produtos. Assim, nos veículos de **difusão extensiva** (ou de informação geral), a universalidade corresponde ao conjunto dos campos de saber possíveis de serem cobertos, enquanto nos veículos de **difusão intensiva**, a universalidade circunscreve-se aos horizontes de um determinado campo do conhecimento, cuja **atualização** nem sempre se dá em ritmo veloz, o que justifica a sua aparição em maiores intervalos de tempo.

Entendendo desta maneira o Jornalismo, como um processo social que se dá no seio da **indústria da cultura**, e que se tornou possível somente depois da invenção de Gutemberg, vale a pena referir às teses de alguns autores dos quais divergimos.

Vamos tomar apenas dois pesquisadores nacionais, de grande projeção na história da pesquisa brasileira do Jornalismo, para situar melhor o nosso posicionamento.

Celso Kelly, jornalista e professor carioca, autor de vários estudos sobre teoria do jornalismo, propõe em **As novas dimensões do Jornalismo**, uma conceituação de Jornalismo que se identifica, não como um processo social, mas como um **canal de difusão**. Jornalismo e imprensa são sinônimos, tanto assim que ele inclui como funções típicas do Jornalismo atividades peculiares aos Publicitários e aos profissionais de Relações Públicas pela circunstância de serem exercidas no espaço do jornal. Originou-se daí a sua proposta pedagógica de um **Jornalista Polivalente**, raiz dos atuais impasses do currículo mínimo de **Comunicação Social**.

Luiz Beltrão, jornalista pernambucano e pioneiro da nossa pesquisa universitária do Jornalismo, no seu livro **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**, estabelece uma fronteira histórica do Jornalismo que permite confundir essa atividade com a própria **Comunicação Social**. O conceito de Beltrão está alicerçado na idéia da **atualidade**, sem dúvida característica determinante do Jornalismo. Mas não se trata de característica exclusiva. Assim sendo, ele situa o jornalismo, como fizeram outros historiadores eméritos, antes do aparecimento da imprensa, e continua a atribuir expressão jornalística a processos comunicativos que se dão contemporaneamente fora da esfera dos *mass media*. Na sua tese de doutoramento - **Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias** - ele formula uma teoria do Folk-Jornalismo. As expressões noticiosas que se encontram em manifestações folclóricas, como a "queima do judas", o "bumba-meu-boi" ou os "cantadores de feiras" são, a seu ver, produtos tipicamente jornalísticos.

Por entender que o Jornalismo flui através da combinação indispensável da atualidade e da difusão coletiva, divergimos do mestre Beltrão. A esse respei-

to, estamos sintonizados com o pesquisador italiano Domenico de Gregorio - autor do livro *Metodologia del Giornalismo* - para quem tais expressões noticiosas ocorrentes fora da engrenagem dos *mass media* são evidências de uma "pré-história" do Jornalismo, algumas das quais subsistem residualmente em sociedades "pré-industriais".

Reiteramos assim a nossa compreensão do Jornalismo como **atividade industrial**, que pressupõe a utilização de uma tecnologia de reprodução em série, assegurando a circulação de mensagens de modo coletivo ou massivo. E, como tal, subordina-se a um sistema de produção hierarquizado, estruturado segundo o ritmo da aparição das informações, exigindo, sem dúvida alguma, **profissionais** qualificados para o exercício das tarefas de captação, edição e difusão noticiosa.

A PROFISSÃO DE JORNALISTA, MUTAÇÕES

Nos primórdios do Jornalismo, ou seja, nos primeiros jornais ingleses do começo de século XVIII, ou nas publicações francesas dos meados do mesmo século, quando foi abolida a censura prévia nos dois países, a figura do **Jornalista** confunde-se com a do editor do jornal ou a do que escreve no jornal. Trata-se de uma atividade em fase de configuração ocupacional, cujos papéis não estão plenamente definidos.

No caso da imprensa francesa essa indefinição perdura por maior tempo, pela natureza eminentemente **opinativa** do Jornalismo que aí se pratica. A edição de jornais e revistas assume um caráter político, de modo que os protagonistas dessa ação periódica se identificam a partir de um ideal, de um lema, de uma campanha, e se articulam para defender perante a nascente opinião pública os seus pontos de vista. Jornalistas são portanto todos os que comparcem às páginas dos jornais e expressam suas opiniões sobre os fatos correntes.

No caso da imprensa inglesa, esse divisor de águas se apresentou precocemente pelos limites que cedo se estabelecem entre a **informação** e a **opinião**. Os jornais ingleses, com as restrições à liberdade de imprensa introduzidas por mecanismos fiscais e financeiros (lei do selo), rapidamente se transformam em empreendimentos comerciais, donde surge a separação entre o redator dos acontecimentos e o escritor das idéias. Ou melhor, entre a reportagem e página editorial. O Jornalista se corporifica portanto na figura do observador cotidiano da realidade, que capta informações junto aos protagonistas dos fatos e os narra sucintamente na imprensa. Atividade próxima, mas distinta, daquela realizada por figuras proeminentes da literatura, das artes ou da política, que comentam os fatos e os interpretam.

A profissão de Jornalista é assim uma decorrência do processo de industrialização da imprensa e da sua transformação em atividade de consumo para as grandes massas. Quando, em meados do século XIX, as inovações tecnológicas, como a máquina a vapor, a clichéria, as rotativas, permitiram o lançamento de jornais com grandes tiragens, em edições sucessivas, correspondendo ao desejo de informação contínua por parte dos contingentes populacionais das grandes cidades européias e norte-americanas, tornou-se inevitável a profissionalização dos agentes da informação de atualidades.

Para manter uma estrutura industrial, em condições compatíveis com a rentabilidade do investimento feito, as organizações jornalísticas tiveram paula-

tinamente que treinar pessoas para o exercício exclusivo da atividade noticiosa, tornando-os trabalhadores intelectuais qualificados.

O que identifica a profissão do Jornalismo é a **exclusividade**, ou seja, o seu exercício separado do de outras profissões. A empresa jornalística passa a remunerar pessoas que trabalham exclusivamente para a produção de relatos dos fatos e para a elaboração de interpretações sobre os seus desdobramentos.

Esse, contudo, não era o padrão dominante na atividade jornalística. As organizações do ramo se nutriam da **colaboração** de intelectuais de vários matizes e procedências, que de um modo geral acorriam às suas colunas em busca de notoriedade, mesmo em troca de uma remuneração simbólica.

No panorama brasileiro, foi comum, no fim do século passado e começo deste, a presença de grandes escritores nos jornais e revistas, escrevendo não apenas para completar o seu orçamento doméstico, mas sobretudo para encontrar possibilidades de difusão da sua própria produção literária, abrigada em páginas específicas dessas publicações. E não apenas de escritores - prosadores e poetas - mas também de políticos ou de vocações políticas. Pessoas que se valiam das colaborações em jornais ou revistas para penetrar no mundo da política e da economia, para se aproximar da engrenagem do Estado ou das empresas, visando obter outros dividendos.

Esse fenômeno não é tipicamente brasileiro. Trata-se de uma tendência notada também nos países europeus, no início deste século e que talvez não tenha se extinguido totalmente. No seu ensaio "A Política como Vocação", Max Weber formula uma "teoria da escada", mostrando como o Jornalismo foi útil para a ascensão de muitos políticos alemães. Eles emergem nas colunas dos jornais, adquirem notoriedade, articulam-se com os dirigentes partidários, facilmente penetram no mundo da política profissional e ali se instalam definitivamente.

Esse artifício continua vigente nos dias atuais, principalmente na nossa sociedade, onde se torna comum a ascensão de líderes políticos que se notabilizaram pela sua incursão no Jornalismo.

Se tendências dessa natureza ainda se verificam, elas não são predominantes. Com o processo da industrialização do Jornalismo e a sua transformação em atividade exclusiva (diferenciando-se da Publicidade e das Relações Públicas, com as quais mantinha íntima relação no passado), criou-se uma estrutura de **profissionalização** (pioneiramente nos Estados Unidos) que permitiu aos jovens vocacionados para a atividade noticiosa se especializarem no seu metier, dominando com segurança os seus instrumentos de trabalho e consequentemente desempenhando um papel dotado de maior relevância social.

O Jornalismo deixou de ser um "bico" executado por pessoas que realizavam prioritariamente outras atividades e se valiam da imprensa de modo suplementar. Através da profissionalização, as empresas jornalísticas puderam oferecer aos seus consumidores produtos de melhor qualidade e consequentemente tiveram chance de buscar uma maior sintonização com os interesses e expectativas do seu público.

Os caminhos da profissionalização do Jornalismo cruzaram sem dúvida a **universidade**, pois, com a sua expansão, os próprios empresários do ramo sentiram necessidade de contar com pessoas **treinadas** e dotadas de formação superior. Em outras palavras, o sistema convencional de treinamento de recursos

humanos no **batente** mostrou-se ineficaz e oneroso, fazendo com que o empresário reivindicasse da universidade o desenvolvimento da atividade para esse fim.

Nos Estados Unidos, a primeira iniciativa duradoura de formação de Jornalistas na Universidade partiu de um dos maiores **business-men** de imprensa: Joseph Pulitzer. No início do século, ele propõe à Universidade de Havard uma doação substancial para que aquela instituição criasse um programa de formação de jornalistas. Não chegando a um acordo com o Reitor Elliott sobre a filosofia do programa de ensino de Jornalismo, ele formaliza a doação à Universidade de Columbia, que cria uma Escola de Jornalismo, em nível pós-graduado, destinada a oferecer treinamento jornalístico a jovens egressados dos cursos de humanidades, interessados em trabalhar na imprensa.

Mas, antes mesmo que Pulitzer conseguisse instalar a escola de jornalismo que patrocinava, a Universidade de Missouri se adiantava, por iniciativa, a Universidade de Missouri se adiantava, por iniciativa do Reitor Walter Williams, e criava uma Escola de Jornalismo, em nível de graduação, destinada a formar profissionais para a atividade noticiosa. Característica da escola pioneira: ela tinha como espaço de experimentação um jornal diário, criado para ser laboratório vivo e também para servir à comunidade local *The Daily Missourian*.

Os padrões educacionais testados e sedimentados, tanto em Columbia quanto em Missouri, serviram para vitalizar o processo de profissionalização dos jornalistas norte-americanos. Essa indústria em expansão exigia recursos humanos qualificados e sem dúvida as escolas de Jornalismo que surgiram no país procuraram atender à demanda existente.

No Brasil, a aspiração pela formação universitária dos jornalistas nasce da organização sindical dessa categoria. Durante o Primeiro Congresso Brasileiro de Jornalistas, reunido no Rio, em 1918, surge uma recomendação à nascente ABI: criar uma escola de jornalismo para melhor adestrar os profissionais da área. Pela leitura de documentos da época percebe-se uma expectativa dos que atuavam na imprensa de implementar através da formação sistemática, a profissionalização, já que o Jornalismo não era ainda uma atividade remunerada estável.

Trinta anos depois, entremeada por inúmeras tentativas de se criar escolas de jornalismo no Brasil, um empresário paulista, Cásper Líbero, lança a tese de formação universitária dos jornalistas. Sua proposta nasce da experiência como empresário e da constatação de que não era possível fazer um jornal moderno, ágil, dinâmico, sem contar com profissionais qualificados. Onde buscá-los? Na Universidade. A exemplo de Pulitzer, ele institui, em testamento, a criação da primeira escola de jornalismo no país.

Contudo, a profissionalização dos jornalistas brasileiros não se dá concomitantemente à criação da Escola Cásper Líbero. Ela surge enfrentando resistências, principalmente porque as empresas jornalísticas do país ainda funcionam em bases pré-industriais e refutavam a possibilidade de contratar jornalistas diplomados. Estes se impõem pelos próprios méritos.

De qualquer maneira, o processo de profissionalização dos jornalistas avançava na esfera sindical, onde se esboça um *esprit du corps*, sedimentado pelos congressos nacionais e pelas reuniões locais. Lutando por melhorias salariais e pela regulamentação das condições de trabalho, os jornalistas brasileiros for-

jam pouco a pouco a fisionomia de uma categoria profissional, de uma corporação intelectual.

Mas a profissionalização só se consolida na década de 60, quando as empresas começam a se estruturar industrialmente e a organizar o trabalho nas redações, utilizando métodos de renovação técnica. Esse é o momento que marca a introdução dos padrões do jornalismo norte-americano no Brasil. A Editora Abril torna-se pioneira na profissionalização a partir da exigência de exclusividade dos seus contratados. Pagando melhores salários, impede que seus profissionais possuam outros "bicos". As demais empresas vão seguindo pouco a pouco essa trilha e o Jornalismo passa a ser uma profissão reconhecida.

O coroamento vem com a legislação de 1969, que determina o exercício da profissão como terreno exclusivamente reservado para portadores de diploma superior, garantidos os direitos adquiridos. Como decorrência da regulamentação profissional, os cursos de jornalismo são valorizados e começa a luta pela melhoria das condições de ensino e pesquisa.

A exigência do diploma faz crescer o número de cursos superiores de jornalismo. Hoje, existem aproximadamente 50 instituições formando jornalistas no Brasil.

Essa reserva de mercado provoca reação das empresas do ramo, que defendem o princípio da liberdade de trabalho, segundo critérios de competência profissional. Na verdade, a legislação nem sempre foi integralmente cumprida, verificando-se brechas que permitiram o ingresso de não-diplomados. Estes passaram por períodos de exercício profissional dentro das redações e depois legalizaram a situação, como provisionados ou colaboradores.

O balanço da regulamentação profissional dos Jornalistas no Brasil, vinte anos depois da sua vigência, oferece duas perspectivas:

1) O fluxo de jornalistas com formação superior, dotados de preparação técnica, bagagem humanística e formação ética, contribuiu para modernizar o Jornalismo Brasileiro, tornando-o mais ágil, completo e contemporâneo. Isso marcou a profissão nas décadas de 70 e 80, reduzindo sensivelmente as distorções anteriores, quando se notava a cooptação ostensiva dos jornalistas pelos donos do poder, sobretudo nas regiões menos desenvolvidas.

2) Em contrapartida, a restrição de acesso profissional aos não-diplomados pelos cursos de jornalismo vem induzindo, nos últimos anos a uma acomodação nas instituições educacionais atuantes na área. Como consequência, caiu o nível dos jornalistas diplomados, acarretando prejuízos aos cidadãos que consomem notícias cotidianamente. Com poucas exceções, as escolas de comunicação que formam jornalistas estão se esclerosando rapidamente, porque não dominam a competência tecnológica do novo jornalismo e também porque enveredaram por um academicismo inconsequente, agravado pelos vieses ideológicos adquiridos no período de resistência à ditadura militar e que não foram abandonados nesta conjuntura de transição democrática.

Torna-se inevitável, portanto, a revisão da legislação que regulamenta o exercício profissional, de modo a evitar a perpetuação de privilégios que podem conduzir à mediocrização do nosso Jornalismo. Igualmente faz-se indispensável a reestruturação dos programas universitários de formação dos jornalistas, contemplando as novas demandas ocupacionais (especialização, segmentação e serviço), bem como correspondendo aos anseios sociais que priorizam a previsão

informativa, o contexto histórico e a explicação detalhada dos fatos, em detrimento das manipulações cognitivas que turvam a compreensão dos cenários noticiados e estigmatizam os protagonistas das reportagens.

Fontes de Referência

- BARBOSA, Rui. *A imprensa e o dever da verdade*. 2ª ed. São Paulo, EDUSP/COM-ARTE, 1990.
- BARBOSA LIMA SOBRINHO. *O Problema da imprensa*. 2ª ed. São Paulo, COM-ARTE, 1988.
- BELAU, Angel Faus. *La ciência periodística de Otto Groth*. Pamplona, EUNASA, 1966.
- BELTRÃO, Luiz. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. 2ª ed. São Paulo, EDUSP/COM-ARTE, 1991.
- BELTRÃO, Luiz. *Folk-Comunicação* (tese de doutoramento) Brasília, UnB, 1967.
- BENEYTO, Juan. *El saber periodístico*. 2ª ed. Madrid Nacional, 1974.
- BOHERE, G. *Profesión: periodista*. Ginebra, OIT, 1985.
- CLAUDE, Roger. *Le journal et l'actualité*. Bruxelles, Marabout, 1963.
- DE GREGORIO, Domenico. *Metodologia del giornalismo*. Romo, Instituto Italiano de Publicismo, 1960.
- DINES, Albert. *O papel do jornal*. 4ª ed. São Paulo, Summus, 1986.
- DOVIFAT, Emil. *Periodismo*, 2 vols. México, Utheu, 1960.
- JOBIM, Danton. *O espírito do jornalismo*. 2ª ed. São Paulo, EDUSP/COM-ARTE, 1991.
- KELLY, Celso. *As novas dimensões do jornalismo*. Rio de Janeiro, Agir, 1966.
- KUNCZIK, Michael. *Concepts of Journalism - North and South*. Bonn, Friedrich Ebert Foundation, 1988.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *O adiantado da hora*. São Paulo, Summus, 1991.
- MARQUES DE MELO, José. *Comunicação e modernidade*. São Paulo, Loyola, 1991.

- MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social.** Rio de Janeiro, Forense, 1982.
- NODESTRENG, Kaarl e TOPUZ, Hifzi. **Journalist: status, rights and responsibilities.** Praga, OIJ, 1989.
- WEBER, Max. **Ensaio de sociologia.** Rio de Janeiro. Zahar, 1981.