A teoria do newsmaking e a influência da Internet no cotidiano dos jornalistas: estudo de caso das editorias de Cultura da Paraíba[1]

Patrícia Rios[2]
Elane Gomes da Silva[3]

Resumo

A pesquisa se propôs a estudar, analisar e discutir de que maneira a Internet influencia a prática profissional dos jornalistas que atuam nos jornais impressos da Paraíba*: Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, Diário da Borborema, O Norte* e *A União.* Foi realizado um estudo com jornalistas que trabalham nas editorias de cultura do Estado. Revelou-se neste trabalho o modo como as notícias são produzidas (newsmaking). Os resultados mostram que a Internet não é somente uma ferramenta de trabalho utilizada por todos os jornalistas, mas que também a nova mídia influenciou e mudou o cotidiano dos jornalistas aqui estudados e conseqüentemente das matérias redigidas por esse grupo de usuários e produtores de informação.

Palavras-chave

Internet; Cibercultura; newsmaking; prática profissional; editoria de cultura

Corpo do trabalho

Tecnologia e Cibercultura

Da invenção da escrita até os nossos dias, a comunicação passou por várias fases, transformações e problemas. Foram séculos de história e mudanças. Muitas dessas mudanças propiciadas por avanços da tecnologia e por transformações sociais.

Hoje, a sociedade está diante do mais novo meio de comunicação, a Internet. Este meio traz incertezas, dúvidas, propicia mudanças e também problemas. As transformações e as conseqüências que a Rede provoca nos vários segmentos da sociedade ainda estão se delineando.

O armazenamento, o tratamento e a transmissão do conteúdo informacional, com o advento das novas tecnologias de informação e de comunicação, vêm modificando as dimensões de espaço e tempo, além disso, dentro do ambiente criado pela Internet já é possível a união de textos, sons e imagens.

---

[1] Trabalho apresentado no NP Teorias da Comunicação do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2]Jornalista . Mestre em Ciências da Sociedade- UEPB.

[3] Jornalista.

Informação, conhecimento, entretenimento e novos contatos estão presentes no ciberespaço através das páginas eletrônicas, do correio eletrônico, das listas de discussão e de outros serviços proporcionados pela nova mídia. Com o ciberespaço surge a cibercultura, conjunto de práticas, valores e pensamentos que estão cada vez mais presentes no cotidiano.

Segundo Dizard Jr (2000, p. 54 - 55), as mudanças pelas quais a comunicação passa são consideradas como a terceira grande transformação nas tecnologias de massa dos tempos modernos. A primeira mudança foi com as impressoras a vapor, em XIX, tendo como conseqüência a primeira mídia de massa, os jornais, que se tornaram baratos. A segunda transformação surgiu com a transmissão por ondas eletrônicas, nascendo o rádio em 1920 e a televisão em 1939. "A terceira transformação na mídia de massa – que estamos presenciando agora – envolve uma transição para a produção, armazenagem e distribuição de informação e entretenimento estruturada em computadores".

É difícil prever as transformações tecnológicas e suas conseqüências para a sociedade. Sobre esse aspecto Marshall McLuhan (1964, p. 10) afirma que "Toda tecnologia gradualmente cria um ambiente humano totalmente novo. Os ambientes não são envoltórios passivos, mas processos ativos". Marvin apud Dizard Jr, (2000 p.93) diz que o impacto de cada nova tecnologia que surge sofre uma dependência maior das questões econômicas e sociais que favorecem a sua adoção do que das características novas da tecnologia propriamente dita.

As tecnologias podem trazer conseqüências positivas ou negativas para a história, mas segundo Lévy (1993, p. 87), é preciso entender as tecnologias: "Compreender o lugar fundamental das tecnologias da comunicação e da inteligência na história cultural nos leva a olhar de uma nova maneira a razão, a verdade, e a história, ameaçadas de perder sua preeminência na civilização da televisão e do computador" .

Dois mil e setecentos anos após o invento do alfabeto na Grécia, ocorre uma transformação tecnológica de dimensão similar: a integração de vários modos de comunicação em uma rede interativa. Pela primeira vez na história, as modalidades de comunicação escrita, oral e audiovisual são encontradas em um único sistema. A integração de texto, som e imagem interagindo em uma rede global transforma fundamentalmente o caráter da comunicação (CASTELLS, 1999, p.354).

A tecnologia pode vir a interferir em vários campos da sociedade e além da comunicação, ela também tem influência na cultura. Para Moraes (2001, p. 67), "A era

da hipervelocidade reconfigura irreversivelmente os campos da comunicação e da cultura".

Castells ao tratar da Internet diz que o novo meio está modificando e ainda vai modificar a cultura, caracteriza a nova mídia como um sistema de alcance global, interativo e que integra todos os meios de comunicação social. Ele trata da relação da cultura com a comunicação e diz:

> Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo (CASTELLS, 1999, p. 354).

Com o advento da Internet, surge uma nova forma de cultura denominada cibercultura. Lévy (1999, p. 17) comenta sobre o novo termo e o define como: "o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço".

Lemos (2002, p.111) explica com propriedade o termo cibercultura:

> A cibercultura não pode simplesmente ser considerada como resultado do impacto das redes telemáticas sobre a cultura. Mais precisamente, é a cultura contemporânea que se estabelece como uma cultura de redes, sendo a cibercultura fruto da sinergia entre a sociabilidade contemporânea e as novas tecnologias de base micro-eletrônica.

Com a cibercultura surgem alguns problemas e inquietações. Há críticas à cibercultura e comenta-se que com ela aumentaria a exclusão e a desigualdade tanto entre as classes sociais, como entre ricos e pobres. Lévy (1999, p. 236) diz que esse risco é real e que muitos obstáculos precisam ser superados:

> Vamos supor, contudo, que os pontos de entrada na rede, bem como os equipamentos indispensáveis para a consulta, a produção, e o armazenamento da informação digital estejam disponíveis. É preciso ainda superar os obstáculos "humanos". Em primeiro lugar há os freios institucionais políticos e culturais para formas de comunicação comunitárias, transversais e interativas. Há, em seguida, os sentimentos de incompetência e de desqualificação frente às novas tecnologias.

Deveria ocorrer o mesmo com o ciberespaço" (LÉVY, 1999, p.237).

> [...] o problema do 'acesso para todos' não pode ser reduzido às dimensões tecnológicas e financeiras geralmente apresentadas. Não basta estar na frente de uma tela, munido de todas as interfaces amigáveis que se possa pensar, para superar uma situação de inferioridade. É preciso antes de mais nada estar em condições de participar ativamente dos processos de inteligência coletiva que representam o principal interesse do ciberespaço. Os novos instrumentos deveriam servir prioritariamente para valorizar a cultura [...]

Para Lemos a cibercultura é alimentada pelas tecnologias do ciberespaço, ou seja pelas redes informáticas, pela realidade virtual e pela multimídia. Ele afirma que: "A cibercultura forma-se precisamente da convergência entre o social e o tecnológico, sendo através da inclusão da 'socialidade' na técnica que ela adquire seus contornos mais nítidos" (LEMOS) [2000?]

As modificações advindas com o ciberespaço e suas implicações sociais e culturais são difíceis de prever, pois as mudanças ocorrem em uma velocidade muito grande, daí, a necessidade de sempre se ter informações para gerar conhecimentos atualizados sobre o novo tema.

Newsmaking, jornalismo e Internet

Com o advento da Internet, o ciberespaço hoje é objeto de estudo de sociólogos, filósofos, pesquisadores da comunicação e demais teóricos. Eles buscam através de pesquisas entender as conseqüências que um novo sistema de comunicação eletrônica poderá trazer para a sociedade. O jornalismo e suas relaçãoes de produção também fazem parte desse contexto.

A prática do jornalismo, o dia a dia da redação, requer produção de notícias e o conceito de notícias está associado à hipótese/teoria do newsmaking.

Para Hohlfeldt (2001) o newsmaking é um estudo ligado à sociologia das profissões, no caso o jornalismo que dá ênfase à produção de informações e estuda o profissional jornalista e suas interpretações da notícia, ou seja, a capacidade de participar do acontecimento em suas diferentes etapas, desde a captação de informações até a forma com que ele vai chegar ao receptor.

A teoria do newsmaking foi elaborada para tentar entender o papel do produtor de notícias. Para Wolf (1987, p. 179) "O produtor é visto como um Middle Man (Homem Central), obrigado a movimentar-se entre negociaçãoes constantes que com o staff (corpo admnistrativo) quer como o network (redes de contato), para conseguir um produto aceitàvel para todos.

Com a Internet, o produtor de notícias possui mais uma ferramenta de trabalho. Sobre esta ferramenta, Lévy explica o dispositivo comunicacional designando a relação entre os participantes da comunicação e diz que há três grandes categorias de dispositivos comunicacionais: um-todos, um-um e todos-todos.

> A imprensa, o rádio, e a televisão são estruturados de acordo com o princípio um-todos: um centro emissor envia suas mensagens a um grande número de receptores passivos e dispersos. O correio ou o telefone organizam relações recíprocas entre interlocutores, mas apenas para contatos de indivíduo a indivíduo ou ponto a ponto. O ciberespaço torna disponível um dispositivo comunicacional original, já que ele permite que comunidades constituam de forma progressiva e de maneira cooperativa um contexto comum (dispositivo todos-todos). Em uma conferência eletrônica, por exemplo, os participantes enviam mensagens que podem ser lidas por todos os outros membros da comunidade, e às quais cada um deles pode responder. Os mundos virtuais para diversos participantes, os sistemas para ensino ou trabalho cooperativo, ou até mesmo, em uma escala gigante, a WWW, podem todos ser considerados sistemas de comunicação todos-todos (LÉVY, 1999, p. 63).

A versatilidade faz com que o novo sistema de comunicação aglomere todas as formas de expressão, a diversidade de interesses, valores, imaginações e conflitos sociais. Para se incluir ao sistema é preciso adaptar-se a sua lógica, a sua linguagem, a sua codificação e decodificação (CASTELLS, 1999, p. 396 e 397).

O ciberespaço é o espaço virtual e hoje refere-se à rede mundial de comunicação mediada por computadores. A rede Internet é formada por informações virtuais que geram conhecimento, interligam pessoas e isto independe das distâncias geográficas, culturais e sociais.

São várias as correntes que estudam a Internet. As polêmicas são eficazes para o entendimento dos fatos e de uma tecnologia de comunicação nova, na qual as conseqüências não são totalmente previstas: elas estão apenas se delineando e as redações de todo o mundo e a produção de notícias (newsmaking) também são afetadas por este processo tecnológico.

Perfil e características dos jornalistas das editorias de cultura da Paraíba

Ficou claro que sempre que surge uma nova tecnologia, os problemas, as adaptações e as transformações vêm naturalmente como conseqüência, coube, então, aqui estudar as implicações provocadas pela Internet nos jornalistas que atuam nas editorias de cultura dos jornais impressos da Paraíba, levando em consideração a produção de notícias (newsmaking) nos jornais pesquisados. A pesquisa foi realizada em 2007, com uma amostra de 11 jornalistas[4], dos 15 que trabalham nas editorias de cultura dos jornais em

[4] O estudo procurou preservar a identidade dos jornalistas entrevistados. Desta maneira, os nomes dos jornalistas não foram mencionados e ainda utilizou-se na redação da pesquisa, somente o gênero masculino ao se referir aos entrevistados.

estudo: *Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, Diário da Borborema, O Norte* e *A União.*

Seguem alguns dados obtidos na pesquisa:

1.Formação profissional

Formação	**%**
Curso superior – Jornalismo ou Jornalismo e outro curso	81,8
Curso superior – Outro curso	9,1
Sem curso superior	9,1

2. Faixa etária

Faixa etária	%
20-29 anos	18,2
30-39 anos	36,4
40-49 anos	27,2
50-59 anos	9,1
Mais de 60 anos	9,1

3. Frequência do uso da Internet

Uso da Internet	%
Diariamente	100

100% dos jornalistas pesquisados utilizam a Internet nas primeiras horas de trabalho

4.Consulta de jornal pela Internet

Freqüência	%
Diariamente	72,7
Esporadicamente	18,2
Raramente/Nunca	9,1

5. Antes e depois da Internet

Quando começaram a trabalhar nas redações:	%
Não existia a Internet	54,6

Já existia a Internet	45,4

Análise dos dados: as práticas profissionais dos jornalistas das editorias de cultura – a usabilidade da Internet

Sobre o processo cultural e a globalização Ianni (1999, p. 159) comenta que a cultura expressa uma infinidade de aspectos do ser humano. Ele diz:

> [...]o processo de globalização é também um processo cultural civilizatório. Ao mesmo tempo que há muita perda, há muito ganho. É como se os indivíduos e as coletividades, etnias e minorias, grupos e classes, se humanizassem também por intermédio do vasto intrincado processo de globalização. Acontece que as culturas são expressões de modos de vida e trabalho, tradições e esperanças, formas de ser, sentir, agir, pensar e sonhar. O intercâmbio das culturas, traços, padrões e valores, sistemas e outros elementos é também e necessariamente um intercâmbio de indivíduos, coletividades, povos, nações, nacionalidades.

Ainda com relação à importância da cultura na formação de um povo, pode-se acrescentar nas palavras de Canclini que para se refletir atualmente sobre identidade e cidadania é preciso levar em consideração "a diversidade de repertórios artísticos e de meios de comunicação que contribuem na reelaboração das identidades" (CANCLINI, 2001, p.172).

Com o desenvolvimento da Internet, as redações, a produção das notícias (newsmaking) e as práticas profissionais do jornalismo estão se reconfigurando. A hipótese de que os jornalistas que usam a Internet enriquecem a redação dos textos e a produção das matérias fazendo pesquisa na rede e utilizando-se do correio eletrônico para fazer entrevistas, contatos e também mandar arquivos (com fotos e/ou textos) foi comprovada através da pesquisa de acordo com os dados obtidos.

Todos os profissionais pesquisados afirmaram que a Internet auxilia o trabalho jornalístico. O uso da Internet se dá muitas vezes como um subsídio à matéria jornalística. Isso foi constatado nas entrevistas com os jornalistas. Os sites mais utilizados para pesquisa são os dos grandes jornais como *Folha de São Paulo*, *Estado de São Paulo*, *Correio Brasiliense*, os jornais regionais *Diário de Pernambuco* e *O Povo*, os portais *Terra*, *UOL* e *Globo* e as agências de notícias. Alguns dos jornalistas utilizam sites de jornais de outros países e sites específicos de cultura, revistas, editoras, história em quadrinhos, fanzines, páginas de cinema.

A Internet é uma das primeiras fontes de pesquisa dos jornalistas nas redações dos jornais, seja para verificar o correio eletrônico ou consultar a Web. Uma das principais características da Rede é a grande quantidade de informação disponível. Um repórter

explica o uso de uma determinada enciclopédia que hoje está também disponível na Internet: "Eu tenho em casa uma enciclopédia da música popular brasileira de 1998, com mais de 900 páginas, e esse livro está disponível na Internet. Tem hora que estou fazendo uma matéria e preciso de algo mais, então recorro à enciclopédia da Internet".

Os jornalistas deixam claro que a Internet serve como uma boa fonte de informação, mas não se pode se basear só na Rede, pois ela é mais um meio e não é o meio definitivo.

Além das entrevistas realizadas por telefone e pessoalmente os jornalistas as fazem pelo correio eletrônico msn ou skype. Apesar dos avanços tecnológicos, a entrevista pessoal é a que apresenta uma maior possibilidade de diálogo e a mais produtiva, de acordo com a opinião dos jornalistas.

Hoje, como a grande parte dos jornais impressos disponibilizam suas informações na Internet, o acesso aos sites dos jornais faz parte do cotidiano dos jornalistas. A pesquisa constatou que 90,9% dos jornalistas costumam ler algum jornal pela Internet. Mesmo que muitas dessas matérias não sejam absorvidas ou não sirvam como pauta para o jornalismo cultural da Paraíba, os jornalistas precisam estar atualizados e saber o que está acontecendo não somente na sua cidade ou região, mas também no Brasil e no mundo. Eventos culturais, tendências artísticas, críticas de livros, teatro, música e shows estão presentes nos principais jornais que estão disponíveis na Internet.

A Internet também trouxe alguns problemas para o cotidiano do jornalista. Entre outros, estão a acomodação por parte de alguns jornalistas que se limitam às informações da Internet, a grande quantidade de informações falsas divulgadas na Internet, redobrando o cuidado do jornalista na hora da checagem das informações, a perda de tempo no momento de ter que abrir a caixa postal do correio eletrônico, pois muitas mensagens são simplesmente consideradas inúteis, mas é necessário abrir as mensagens, pois pode se ter algo de importante. Isso acontece, principalmente, com a caixa postal dos editores.

Lage (2001, p. 156) comenta sobre essa busca à informações na Rede:

> [...] o grande número de entradas que se obtêm – muitas delas com referências irrelevantes ou eventuais ao tema – é o principal obstáculo a uma busca eficiente. Grande esforço tem sido aplicado no desenvolvimento de agentes inteligentes para refinar a busca – por exemplo, cruzando referências ou especificando melhor os temas. Espera-se que haja progresso nesse sentido.

A pesquisa verificou que existe influência da Internet na prática profissional dos jornalistas que atuam nos cadernos de cultura da Paraíba e que os jornalistas estão utilizando a Internet como ferramenta de trabalho.

Revelou-se, então, de que maneira as notícias são produzidas e como se dá o uso da Internet nas redações dos jornais em estudo. Segundo Pena (2005, p. 71) "Revelar o modo como as notícias são produzidas é mais do que a chave para compreender o seu significado, é contribuir para o aperfeiçoamento democrático da sociedade (...) o Newsmaking considera o trabalho jornalístico a construção social da realidade.

O que mudou

Apesar da Internet ter mudado o cotidiano dos jornalistas e consequëntemente a produção de notícias, constatou-se na pesquisa que a tecnologia, muitas vezes, não é aceita da mesma maneira por todos os usuários e isso se percebe também com os jornalistas que hoje utilizam a Internet.

Verificou-se ainda que 45% dos jornalistas que atuam nos cadernos de cultura da Paraíba começaram a trabalhar nas redações dos jornais antes do advento da Internet e 100% desses responderam que o seu trabalho mudou com a nova mídia. Um deles afirmou que o jornalismo tornou-se mais fácil, porém menos encantador, já um outro comentou: "Mudou muito. Hoje não vivo sem ela. Fico impressionado, às vezes, como era que a gente conseguia fazer o jornal interiro sem internet".

A Rede propiciou ao cotidiano profissional dos jornalistas a possibilidade de se informar sobre assuntos variados através das páginas da Internet. Antes essa possibilidade só era possível, por exemplo, ao pesquisar em livros, revistas, CD-ROMs que nem sempre estavam disponíveis no momento em que o jornalista estava produzindo a matéria na redação.

Para os jornalistas que dependem muito das notícias nacionais e internacionais, a Internet agilizou a pesquisa e através dela esses profissionais podem acessar a Web, se comunicar pelo e-mail, pelo programa de telefonia grátis Skype, escutar músicas com o sistema MP3, assistir parte de lançamento de filmes pela Internet, consultar blogs de jornaistas e personalidades, entre outras vantagens. A facilidade de se obter essas informações está disponível para todos os jornalistas em qualquer lugar do Brasil e do mundo, então muitas vezes o profissional não espera que a gravadora envie o CD, por exemplo. O jornalista da Paraíba pode então buscar as informações na Internet e fazer

uma matéria ao mesmo tempo em que os jornalistas que atuam nos jornais do Sudeste também estão fazendo. Essas facilidades só são possíveis graças à tecnologia Internet.

Uma outra mudança é o fato de se ter acesso, no momento que for conveniente, através da Internet, aos jornais nacionais e internacionais sem necessitar esperar que esses impressos cheguem à redação.

A comunicação via correio eletrônico aumentou os contatos dos jornalistas com as fontes e o público. Além das mensagens, os jornalistas recebem fotos de artistas, informações de eventos, news-letters e também releases que antes chegavam às redações somente pelo meio impresso ou fax, hoje as instituições também os enviam pelo correio eletrônico. Um dos jornalistas comenta: "Eu recebo muito e-mail, sugestão de pauta. Antes era pessoalmente, por telefone e por fax. Melhorou muito em relação ao contato, mas temos que nos aprimorar como filtrar essas informações". Este ponto de vista é explicado por Lage (2001, p.157) quando ele discute a questão da confiabilidade das informações na Internet e a considera um obstáculo:

> [...] não se sabe se o que está na Internet é verdadeiro, se resulta de um trabalho sério, de mera especulação ou fantasia. Quanto a isso os sítios podem ser agrupados em algumas categorias: os mantidos por governos; os de entidades acadêmicas e de classe; os institucionais de empresas e associações; os que operam profissionalmente com informações técnicas, recreativas ou jornalísticas; os comerciais (que vendem produtos e serviços) e os de particulares. Em caso de dúvida, a melhor forma é localizar a instituição provedora e informar-se sobre sua credibilidade.

A pesquisa constatou que há jornalistas que são avessos à tecnologia, embora afirmem que a Internet auxilia o trabalho. Um dos jornalistas entrevistados durante a pesquisa disse não acreditar que a Internet seja tão importante e não vê muitas mudanças positivas no jornalismo em virtude da Internet: "Mudou no sentido de acomodação. Se você observar os jornalistas de hoje que passaram pelos bancos da faculdade e os jornalistas da minha época que não passaram pela faculdades [estes] eram pessoas cultas, escritores, filósofos. Hoje eu não vejo jornalista discutindo nada. É tudo muito robótico. Acabou a literatura do jornalismo". O mesmo jornalista completa: "A Internet é muito utilizada mas não melhora a qualidade. Ela facilita o acesso às informações mas isso não quer dizer que ela melhore a qualidade. Acho que acomoda e toda acomodação é perigosa e danosa". Não se pode ignorar que tais comentários mostra uma preocupação com a qualidade na produção jornalística, com as relações humanas e os aspectos sociais.

Uma outra mudança significativa constatada é que a partir do momento que os jornais paraibanos disponibilizaram suas informações na Internet, os jornalistas começaram a ter os seus trabalhos conhecidos. Antes do advento da Internet, a imprensa paraibana era pouco lida em outros estados, dificultando a relação do jornalista com o meio cultural.

A agilidade e a grande quantidade de informação disponível na Internet facilitam o cotidiano do jornalista que lida sempre contra o tempo. Por outro lado, surge o problema da acomodação por parte daqueles que se limitam apenas às informações da Internet. A pesquisa deixou claro que a Internet veio somar aos outros meios de comunicação e que a prática investigativa por meio do jornalista, em busca das várias fontes deve permanecer e uma produção de notícias com qualidade exige do profissional cada vez mais apuração e pesquisa, fazendo o bom uso da teoria do "newsmaking" aplicada também às novas tecnologias da informação.

Referências bibliográficas

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura.** V. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DIZARD JR, Wilson. **A Nova Mídia. A comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (Org). **Teorias da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

IANNI. Octavio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 1999.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LEMOS, André. **Ciber-Socialidade. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.** Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/txt and3.htm.htm> Acesso em 17 mar. 2007.

LEMOS, André. Aspectos da cibercultura. In: PRADO, José L. A. (Org). **Crítica das práticas midiáticas – da sociedade de massa às ciberculturas**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência – O futuro do pensamento na Era da Informática.** São Paulo: Editora 34, 1993.

_____. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

McLUHAN. Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultix, 1964.

MORAES, Dênis de. **O concreto e o virtual**. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2001.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.