



V CONGRESO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO EN INTERNET

SOCIEDAD IBEROAMERICANA DE ACADÉMICOS, INVESTIGADORES Y PROFESIONALES DEL PERIODISMO EN INTERNET – AIAPI

FACULTAD DE COMUNICACIÓN - UNIVERSIDAD FEDERAL DE BAHÍA
24 Y 25 DE NOVIEMBRE DE 2004
SALVADOR – BAHÍA – BRASIL

UM ESTUDO COMPARATIVO DAS NOTÍCIAS DO MST NAS VERSÕES ON-LINE DOS JORNAIS 'ESTADO DE MINAS' E 'ESTADO DE SÃO PAULO'

Filomena Maria Avelina Bomfim 1
Mariângela Albuquerque Guimarães 2

Resumo: Pretende-se, nesta pesquisa, analisar as notícias do MST nas versões on-line dos jornais 'Estado de Minas' e 'Estado de São Paulo', no que se refere aos links e análise do discurso. A intenção é verificar se os links realmente ampliam e contextualizam a notícia, envolvendo-a numa teia de relações ou se provocam apenas uma abundância de informações desconectadas, impedindo a reflexão e a crítica do leitor. A pesquisa dará também enfoque ao discurso usado pelo jornal na veiculação da notícia. Considerando que não há uma imparcialidade e objetividade total no jornalismo e que os fatos vivenciados são apreendidos com mediações operadas pelos meios de comunicação, a pesquisa quer fazer uma análise de algumas estratégias lingüísticas usadas pelos jornais, como forma de argumentação para impor a sua linha editorial.

Palavras Chaves: hipertexto, discurso, ideologia.

1 Professora da Faculdade de Comunicação e Artes (Curso de Comunicação Social – aplicação Jornalismo) na PUV Coração Eucarístico e na PUC Arcos.

2 Jornalista

O jornalismo digital é a produção de textos jornalísticos na rede e para a rede. Entre as vantagens principais do novo meio estão a instantaneidade, a interatividade, a distribuição fácil e a produção mais barata. Com o uso do hipertexto, as versões eletrônicas podem oferecer notícias mais completas, reportagens especiais, possibilitando, ao leitor, muitas rotas de navegação, com qualidade nas informações.

O jornalismo na rede surgiu com as transformações impostas pela reestruturação mundial do capitalismo e da revolução no campo das tecnologias da informação: o mercado não está mais restrito às fronteiras do Estado Nacional, mas sim de dimensões globais.

Das primeiras experiências de jornalismo digital até os dias de hoje, observamos mudanças radicais, que transformaram a Internet num poderoso meio de comunicação social. Nesta caminhada, pode-se considerar três fases distintas: na primeira, a transferência de conteúdos dos impressos para a rede; na segunda, há o enriquecimento de alguns materiais originais com hiperligações; finalmente, a terceira, quando os jornais começam a criar material específico para a WEB e colocá-lo exclusivamente on-line.

No Brasil, a primeira experiência brasileira com o webjornalismo surgiu em 1991, com a criação da agência de notícias Broadcast, do jornal O Estado de São Paulo, que hoje conta com cerca de 10 mil clientes entre empresas de comunicação de todo país, as quais transmite notícias em tempo real.

O jornal digital O Estadão foi estruturado em março de 1995, mas só foi disponibilizado na Internet em oito de dezembro do mesmo ano. Por isso, o Jornal do Brasil é considerado o primeiro diário digital do país, tendo entrado oficialmente no ciberespaço em 28 de maio de 1995.

A disponibilização de informações na Internet pelo grupo Associados Minas surgiu em novembro de 1995, quando foi criada a página do Caderno de Informática do Estado de Minas, primeiro passo para a homepage do jornal. Em 29 de janeiro de 1996, reforçando o caráter de constante evolução dos Associados, o Estado de Minas passou a ser o primeiro jornal do Brasil a prover acesso à Internet, através do Netservice.

O diário digital O Globo On-line surgiu em 29 de julho de 1996. O atraso da sua inserção na rede foi justificado pela empresa como uma estratégia: queriam explorar o que a internet tem a oferecer e não colocar mais um jornal impresso no computador.

A Folha de São Paulo publicou sua página na web em julho de 1995.

Os sites dos jornais brasileiros, no início da sua inserção na web, eram bastante simples em termos de design e exploravam muito pouco os recursos de hipertexto, interatividade e multimídia, limitando-se basicamente a transpor o conteúdo da edição impressa para a versão eletrônica. De lá para cá, muitos investimentos foram feitos por empresas da área de jornalismo, sempre preocupadas com uma nova linguagem para atrair o leitor que navega na rede.

O jornalista on-line lida com a idéia de tempo real, a permanente atualização das matérias disponibilizadas na rede. As notícias são construídas aos poucos, com acréscimo de informações à medida que o fato está acontecendo e a consequência mais imediata deste tipo de produção é a ausência de análise e pouca preocupação com o contexto. É a renúncia ao papel de mediador, de intérprete da realidade, quando o trabalho do repórter ou do editor do jornal on-line restringe-se, muitas vezes, ao ato mecânico de “copiar-colar”, sem a etapa prévia de levantamento e cruzamento de informações junto às fontes.

É preciso uma conscientização de que um jornalista, mesmo sendo da Internet, não deve contentar-se em difundir a notícia. É preciso decompô-la, colocá-la em perspectiva, compará-la com outros fatos da atualidade. O jornalista on-line também deve coletar a informação e divulgá-la da maneira mais responsável possível, com os fatos contextualizados.

O novo profissional da mídia digital precisa ter um novo conceito de arquitetura do texto que vai para a tela do computador. Ele não está escrevendo para um jornal de papel, que pode ser manuseado e dobrado. O ideal é que a notícia venha em blocos ligados entre si, para facilitar a leitura e não desanimar o usuário, que se cansa com as rolagens e se perde nos longos parágrafos de um texto comprido.

No início dos anos 60, Theodore Nelson criou o termo hipertexto para designar a idéia de escrita/leitura não linear em um sistema de informática. Para ele, seria uma imensa rede acessível em tempo real contendo todos os tesouros literários do mundo. O hipertexto é um texto com ramificações múltiplas, numa tela interativa, oferecendo diversos caminhos aos navegantes. Um comando simples permite criar ligações independentes de qualquer classificação hierárquica entre informações.

O hipertexto é dinâmico, está sempre em movimento. Com um simples toque, mostra suas faces, detalhes ampliados, estrutura esquematizada. Muda de forma, se multiplica e satisfaz os múltiplos níveis de interesse do leitor, do superficial ao profundo, contextualiza fatos, associa informações, fontes e mídias.

Este tipo de escrita proporciona uma intertextualidade, pois o leitor pode conectar textos de sites diferentes com temáticas semelhantes e produzir um novo sentido que pode vir a ser compartilhado por outros leitores.

O link é um fator inovador apresentado pelo hipertexto e está ligado à forma de organizar a informação. A notícia deve ser desconstruída (separada por elementos afins e em grau de importância) e depois reconstruída, com ligações através de links. Isto possibilita textos mais curtos e dá, ao leitor, a possibilidade de escolha do que ler ou não ler, criando estruturas dinâmicas, abertas.

Em um jornal digital, um bom uso do hipertexto é a disponibilização de links nas matérias para outros sites da internet, onde o leitor possa encontrar informações mais detalhadas sobre os assuntos do seu interesse. Reportagens diferentes relacionadas a um mesmo tema, também podem ter links entre si, dentro do próprio site. O link pode também remeter o leitor a matérias anteriores.

Resta saber se no âmbito do jornalismo digital, os links permitem um aprofundamento do assunto, proporcionam uma reflexão, que gera conhecimento ou trazem apenas informação, notícia que logo será esquecida, assim que for substituída por outra, na abundância informacional em que se está mergulhado.

A informação, no âmbito desta pesquisa, seria a representação do fato que vai ser transformado em notícia. Esta pode ser modificada por diversas formas de manipulação: a forma lingüística que veicula o acontecimento e/ou o recorte dado ao fato que obedece à formação prévia de cada um.

A informação em si não é o conhecimento, mas substrato dele. A elaboração mental, a junção coerente dessas partes é que o origina. A informação vira conhecimento, quando medeia o relacionamento do ser humano com o meio.

Nem todas as informações se transformam em notícias, pois elas são filtradas pelos meios de comunicação. Só serão veiculadas as consideradas “fato jornalístico”.

Assim sendo, dentro dos limites desta pesquisa, considera-se notícia relatos de acontecimentos que interessam diretamente ao ser humano e que o levam a entender o mundo e a se relacionar com ele. A notícia, alimentando processos de comunicação com informações, análises e opiniões, deve produzir conhecimentos que possibilitem uma mudança de rumos na vida de indivíduos ou nações.

Lembrando Heidegger (1980), a produção jornalística deveria ser um desvelamento do fato, um desocultamento, aqui considerado como a materialização da verdade, que deve ser colocada diante dos olhos, chamando à razão, ao arrazoamento. Este arrazoamento daria ao homem a possibilidade de progredir, de caminhar em direção à verdade.

Comunicar é a produzir sentido, fazer associações, conectar um texto a outros textos, levantar dados e contextualizar o fato dentro da história. Se isto não acontece, a verdade é o que os jornais passam, mesmo que seja falsa. O leitor não possui outros critérios de avaliação e sem experiência concreta do acontecimento, vai aceitar o que lê como verdade absoluta.

Os fatos, transformados em notícias, são apresentados como eventos autônomos, completos em si mesmos, sem ligações.

O conhecimento só é transmitido, quando o profissional da comunicação deixa de ser apenas um produtor de conteúdos e passa a ser um mediador. Esse parece ser o verdadeiro papel do jornalista. Agindo como senhor do discurso, que não poderia falar por ele, o jornalista cria uma entidade, um produto que tem o poder de conscientizar o outro de alguma coisa, não permitindo que a alienação se instale.

A proposta de uma linguagem transparente, que apresente o fato por inteiro para que o leitor produza o seu julgamento, esbarra nos interesses políticos e comerciais que cada vez mais se impõem. Não há uma reprodução objetiva e pura dos fatos, mas versões intermediadas pela construção imaginária dos profissionais envolvidos no processo de produção e difusão da notícia.

A objetividade pode ser considerada como a busca de uma aproximação da realidade, uma vez que conhecer a realidade completa é uma ilusão. Para esta aproximação da verdade são necessários diferentes pontos de vista sobre determinado fato e neutralidade do mediador, que deverá pesquisar, investigar, levantar dados, procurar novos enfoques, fontes ainda não ouvidas, perspectivas diferentes.

No caso deste trabalho, são seu objeto de pesquisa as notícias do MST (Movimento dos Sem Terra) nas versões on-line do “Estado de Minas” e “Estado de São Paulo”. Para comprovar a seriedade na divulgação dos fatos relacionados ao movimento, espera-se que eles pelo menos se aproximem da realidade.

A seriedade e imparcialidade dos meios de comunicação com relação ao MST são questionadas por muitos. Apenas alguns veículos parecem contextualizar o movimento e fornecem dados para uma tomada de posição dos leitores, ouvintes e telespectadores.

Para Stedile, a classe dominante, como um todo, no Brasil, é proprietária de terra.

No país inteiro os donos de jornais estão imbricados ideologicamente com o latifúndio. Então, toda essa campanha que está na imprensa é uma campanha planejada pelos setores conservadores do latifúndio para criminalizar os movimentos sociais e para deixar o governo Lula acuado e impedir uma reforma agrária maciça. Eles usam os meios de comunicação como uma arma contra o governo. (AMARAL, 2003).

Falando da criminalização do movimento pela mídia, o Professor Osvaldo Ferreira³[1] acredita que:

criminalizar é uma maneira de desacreditar. É uma estratégia para desacreditar um movimento que tem bases legítimas. Apresentar as pessoas como se fossem marginais é injusto, pois eles têm uma representatividade muito grande, que pode não transparecer na mídia brasileira, mas em organismos fora do Brasil, é visto com muita seriedade.

O discurso sobre o Movimento dos Sem Terra nos setores dominantes da sociedade parece querer deslegitimar a luta pela terra e criminalizar e satanizar o movimento. Um folheto, distribuído no município de São Gabriel, no Rio Grande do Sul, usa termos como “Fim aos ratos”, “pés deformados e sujos da escória humana”, “o que de pior existe no seio da sociedade”, “massa podre” “desocupados” “vagabundos e mendigos de aluguel” para (des)qualificar os sem terra e ensina três receitas para que os gabrielenses possam acabar com todos eles (morte por envenenamento, por queima e por arma de fogo). Os dois jornais analisados não fizeram referência alguma sobre esse documento.^{4[2]}

A discussão de assuntos relativos à reforma agrária é relevante e não se trata de defender o MST ou os ruralistas. Parece que a grande mídia levanta uma bandeira, em vez de se preocupar em relatar os fatos em todo o seu contexto e analisá-los numa tentativa de imparcialidade do jornalismo.

Koch apresenta a linguagem como forma de ação ou interação, que possibilita aos membros de uma sociedade a prática de diversos tipos de atos, que provocam reações e/ou comportamentos distintos. A linguagem supõe um locutor e um ouvinte e o primeiro tem a intenção de influenciar o outro de alguma maneira. Nesta interação, existem objetivos, fins a serem atingidos, efeitos que se quer causar. Pretende-se atuar sobre o outro, usa-se argumentativamente a linguagem para produzir determinadas conclusões.

A partir das investigações realizadas, percebe-se que a língua é discurso, quando é usada como intenção e as palavras usadas como estratégia ou meio de atingir um determinado fim. Na escolha das palavras e dos conectivos, usa-se um artifício de argumentação para que o interlocutor aceite a idéia veiculada como verdadeira e assimile a opinião do locutor.

Como esta pesquisa pretende realizar uma análise qualitativa das relações discursivas jornal/leitor, com a intencionalidade do meio de comunicação de impor um determinado ponto de vista, a teoria de Koch será usada, principalmente no que se refere aos operadores argumentativos, que são elementos gramaticais que têm a função de orientar a argumentação em um texto.

Além dos operadores argumentativos, outro ponto citado por Koch e usado com frequência no discurso jornalístico é o uso do futuro do pretérito, em que se introduz a voz a partir da qual se argumenta, mas cuja responsabilidade não se assume. Este é também um dos itens de análise da pesquisa.

As teorias de Maingueneau (2002, p.32) com relação ao uso de aspas também servirão de suporte para este trabalho. Segundo ele, as aspas nas falas é uma maneira hábil de sugerir o que se pensa, sem necessitar responsabilizar-se por isto; aí está toda a ambigüidade do distanciamento: pode tanto não ser verdade, porque não sou eu que o digo, quanto o contrário. Procura-se o distanciamento, ou seja, quem usa aspas ou não adere ao que é dito e não quer misturar o dito com aquilo que ele efetivamente assume ou quer explicitar sua adesão à fala.

Palavras entre aspas constituem um espaço enunciativo, cuja responsabilidade o locutor não quer assumir. Questionando desta forma o caráter totalmente apropriado da palavra, as aspas designam a linha de demarcação que o discurso estabelece entre ela e seu “exterior”: um discurso, efetivamente só pode manter à distância, aquilo que ele coloca fora de seu próprio espaço. Salientando a palavra, delega ao leitor a tarefa de compreender o motivo pelo qual ele está chamando sua atenção, abrindo uma brecha em seu próprio discurso. Ou seja, dá a entender que tal palavra pertence a um universo diferente de valores daquele partilhado pelo jornal.

Se o hipertexto deve ser usado para selecionar áreas de sentido, tecer ligações e conectar o texto a outros textos, com o objetivo de gerar conhecimento, na análise dos dois jornais, parece que não há esta preocupação por parte deles. As notícias são veiculadas, como se existissem por si mesmas e não tivessem relações históricas e sociais. Nos exemplos tirados dos dois jornais, no dia 15 de agosto de 2003, constatou-se claramente isto, quando nenhum dos links apresentados acrescentavam algum dado à notícia principal, mas apenas separavam notícias diferentes.

O jornal pode colocar aspas para se proteger antecipadamente de uma crítica do leitor, que, supostamente, esperará um distanciamento frente a determinada palavra. “Transparente” e “serenidade” são adjetivos reportados ao MST por uma outra voz e não a do jornal. Eles estão aspeados para mostrar que não é a opinião do Estadão. Contudo, ele poderá, igualmente, não colocar as aspas onde o leitor espera que sejam colocadas. Neste caso, o destinatário pode concluir a convivência entre os parceiros do discurso, visto que estão partilhando a mesma forma de se situar no interdiscurso. É o caso do Estadão em: “A idéia ganhou impulso após a mobilização dos ruralistas gaúchos(...) Foi uma ação considerada exemplar e logo repetida no Mato Grosso do Sul e Pará.(...) O caso de São Gabriel é exemplar.” A palavra empregada duas vezes, mostra a adesão do jornal a ela, quando o leitor esperava que ela viesse com aspas, mantendo uma neutralidade.

O futuro do pretérito também é usado pelos meios de comunicação para introduzir um argumento sem responsabilizar-se por ele. No jornal Estado de São Paulo este recurso é bem mais utilizado que no Estado de Minas. O Estadão usa esse tempo verbal, inclusive, para criticar o governo do presidente Lula, mas atribuindo a fala a um outro enunciador. É como se os fatos se narrassem a si mesmos, sem interferência do locutor. O jornalista não se compromete, não assume a responsabilidade do fato noticiado: quem o afirma é “alguém”, alguma fonte autorizada, enfim, outra voz introduzida no discurso (não sou eu que o digo, ouvi dizer, alguém falou).

Um detalhe que chamou a atenção nesta pesquisa foi o uso de gráficos pelo Estadão para passar dados que o jornal parecia querer enfatizar. O objetivo da notícia, além de informar é também tornar o produto atraente, proporcionando uma leitura rápida. A arte impressa passa a ter funções informativas e persuasivas. Nada é de graça em uma página de jornal, todos os seus pormenores são significativos. A infografia serve não apenas à informação, mas aos mais diversos interesses. As imagens são montadas de modo a permitir uma determinada visão e não outra. O texto infográfico é tão ideológico como qualquer outro texto.

Conclui-se, portanto, que a mídia utiliza determinadas estratégias político-mercadoológicas ou de controle social para retratar o Movimento dos sem-terra, de acordo com parâmetros político-ideológicos dados pela sua rede de relações. A notícia parece ser construída para formar uma opinião e não para informar o leitor. O Estadão parece se

preocupar apenas com o número de notícias que vai divulgar, no tratamento de fatos menores, eliminando toda informação de caráter mais reflexivo. Talvez o fato de tratar-se de um jornal cujos donos são proprietários rurais reflita o interesse deles e de seus clientes, que o sustentam com suas propagandas.

A pesquisa constatou que, no Estadão, são raros os cuidados em divulgar as conquistas e os bons resultados dos assentamentos agrícolas, pelo contrário, apenas os problemas. O Estado de Minas, com um número bem menor de notícias, apresenta algumas tentativas de justificar o movimento e não culpar diretamente o governo Lula pelas ações ocorridas durante o ano de 2003. Entretanto, poder-se-ia dizer que são escassas as evidências de que usem o hipertexto como ferramenta que colabore para a produção de conhecimento e/ou a expressão de uma posição crítica com relação à reforma agrária, durante o período de realização da pesquisa.

A grande imprensa desempenha uma função pública, mas é uma empresa privada e, como tal, interesses materiais podem limitar a sua isenção. Considerando as relações de poder existentes no mundo capitalista, a objetividade e imparcialidade totais são uma utopia. O fato noticiado é um recorte da realidade e neste recorte há uma abstração do contexto, tratado como um acontecimento isolado.

O que se espera dos meios de comunicação é que eles sejam um espaço onde diferentes segmentos sociais, com posturas muitas vezes contraditórias, se encontrem para discutir e tentar solucionar problemas. O jornal seria então plural e é esta pluralidade que se aproxima da objetividade e imparcialidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo : Fundação Perseu Abramo, 2003.

ABREU JUNIOR, Laerthe. **Conhecimento transdisciplinar: o cenário epistemológico da complexidade**. Piracicaba,SP : Unimip, 1996.

ADGHIRNI, Zélia Leal. **Jornalismo on-line e identidade profissional do jornalista**. Disponível em: < <http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/textos/zélia.html> > Acesso em: 07 set. 2003.

AMARAL, Marina. A proposta do MST. **Caros Amigos Especial**, São Paulo, n. 18, p. 16, set. 2003.

ARBEX JR, José. Adivinhe de que lado está a imprensa. **Caros Amigos Especial**, São Paulo, n. 18, p.30, set. 2003a.

ARBEX JR. Uma outra comunicação é possível (e necessária). In: MORAES, Denis de (Org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003b.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem**: discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 9.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo on-line**: dos sites noticiosos aos portais locais. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2001, Campo Grande. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-on-line.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2003.

BEZERRA, Richele. **Texto na WEB: guia do webjornalismo**. Disponível em:<<http://www.guiawebjornalista.com.br.html>>. Acesso em: 10 mar. 2003.

CAMAROTTI, Fernando Evangelista. **A santa Fé do latifundiário**. Caros Amigos. São Paulo, v.6, n. 67, out. 2002.

ERBOLATO, Mário. **Notícia, matéria prima do jornalismo**. In: ERBOLATO, Mário. Técnicas de codificação do jornalismo. São Paulo: Ática, 1991.

ESTADO de São Paulo. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>> acesso em ago. 2003.

ESTADO de Minas. Disponível em: <<http://www.estaminas.com.br/em>> acesso em ago. 2003.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **O jornalismo ma era da sociedade em rede**: máxima informação e ilusão da realidade. In: HOHLFELDT, Antônio; BARBOSA, Marialva. **Jornalismo no século XXI : a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

FRANÇA, Vera. **Do telégrafo à rede**. In: PRADO, José Luiz Aidar (Org.). **Crítica das práticas midiáticas**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

GABINETE do Deputado Estadual Frei Sérgio. Informação sobre a Fazenda Southall, em São Gabriel. Disponível em: <http://www.midiaindependente.org/pt/blue//2003/08/260946.shtml>> acesso em: 13 ago. 2003.

GOHN, Maria da Glória. Mst e mídia. Caderno do CEAS, São Paulo, n.179, p. 11-29, jan./fev. 1999.

GUIMARÃES, César. **Algumas notas sobre a interlocução entre a análise do discurso e a teoria da comunicação**. In: MARI, Hugo (Org.). **Fundamentos e dimensões da análise do discurso**. Belo Horizonte: Carol Borges, 1999.

HEIDEGGER, Martin. **A questão da técnica**. IN: **Ensaios e conferências**. Paris: Gallimard, 1980.

- JARDIM, José Maria; FONSECA, Maria Odila. A informação como campo interdisciplinar. Disponível em < [http:// www.uff.br/neinfo/artigoinfo.html](http://www.uff.br/neinfo/artigoinfo.html)> Acesso em 03 out.2003.
- KOCH, Ingedore Villaça. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1999.
- KOCH, Ingedore Villaça. **O texto e a construção dos sentidos**. São Paulo: Contexto, 2000a.
- KOCH, Ingedore Villaça. **A inter-ação pela linguagem**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2000b.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1999.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2001.
- LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 1999.
- LÈVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- LÈVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1999.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas (SP): Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.
- MANSUR, Alexandre; AZEVEDO, Solange; MENDONÇA, Ricardo. **Uma bala no peito**. Época, São Paulo, n. 271, p. 36-40, jul. 2003.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Imprensa e capitalismo**. São Paulo: Kairós, 1984.
- MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica**: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MENDONÇA, Maria Luisa. Relatório revela crimes do latifúndio: Brasil de fato. Brasil de Fato, São Paulo, São Paulo, n. 23, p. 6, ago. 2003.
- MIELNICZUK, Luciana e PALACIOS, Marcos. Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual. Disponível em < [http:// www.facom.ifba.br/jol/doc/programa.palacios.jornalismodigital2003](http://www.facom.ifba.br/jol/doc/programa.palacios.jornalismodigital2003)> Acesso em: 10 jun. 2003.
- ORLANDI, Eni Paulicelli. **Discurso e leitura**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2000.
- PONTO de mutação. Direção: Bernt Capra. Atores: Liv Ullmann, Sam Waterston e John Heard. Estados Unidos: Europa Filmes, 1990. 1 fita de vídeo (126 min)
- QUADROS, Cláudia Irene de. **Uma breve visão histórica do jornalismo on-line**. In: HOHLFELDT, Antônio; BARBOSA, Marialva. **Jornalismo no século XXI : a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

RICH, Carole. Redação jornalística para a Web. Disponível em < <http://www.comunica.unisinos.br/~meira/disciplinas>> . Acesso em: 10 ago.2003

ROMÃO, Lucília Maria de Souza. **O discursodo conflito materializado** : a ferida aberta da nação. Ribeirão Preto, SP : FFCLRP, USP, 2001.

SARDINHA, Tony Berber. **A linguagem da grande imprensa**. Disponível em: <<http://lael.pucsp.br/~tony/cursos/grandeimprensa>>. Acesso em: 20 set. 2003

SOARES, Ismar de Oliveira. **Sociedade da informação ou da comunicação**. São Paulo: Cidade Nova, 1996.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro : Mauad, 1966.

STEDILE, João Pedro. Caros amigos, Caros amigos, ano VII, nº 77, p. 12, ago.2003.

STEDILE, João Pedro. Latifúndio: o pecado brasileiro. Disponível em < <http://brasil.indymedia.org/pt/blue>> Acesso em: 18.09.2003.