

**Marcos Antônio  
Zibordi**

Universidade de São  
Paulo (USP)

ORCID iD [http://orcid.  
org/0000-0003-4818-  
2117](http://orcid.org/0000-0003-4818-2117)

Jornalista, professor e  
pesquisador. Pós-dou-  
torando na Escola de  
Comunicações e Artes  
(ECA) da Universidade  
de São Paulo (USP).

**Propostas textuais nos  
manuais de redação de  
duas agências  
alternativas de notícias**

**Textual proposals in the  
writing manuals of two  
alternative news agencies**

**Propuestas textuales en  
los manuales de redacción  
de dos agencias de  
noticias alternativas**

## RESUMO

Pretende-se discutir aquilo que os manuais de redação de duas agências alternativas de notícias, baseadas nas capitais São Paulo e Rio de Janeiro, atribuem como parâmetros de qualidade a seus textos jornalísticos. Contrapomos o Manual de Redação e Estilo da Agência de Notícias das Favelas (FERNANDES, 2018) e o Manual da Diversidade em Jornalismo (CUNHA, WEINGRILL, 2017), da Agência Énois. Tendo em vista o comprometimento ético, a racionalidade complexa e a capacidade de transformação estética de suas narrativas, conforme tríade proposta por Cremilda Medina (1991, 2003, 2008, 2010, 2014, 2016), concluímos que o manual da Énois é estilisticamente mais ousado, enquanto o outro é convencional, tanto do ponto de vista gramatical, quanto no apego ao dado quantitativo e racionalmente verificável.

**Palavras-chave:** Agência. Manual de redação. Jornalismo alternativo.

## ABSTRACT

We intend to discuss what the writing guides of two alternative news agencies, based in the capitals of São Paulo and Rio de Janeiro, attribute as quality parameters to their journalistic texts. We compared the Manual de Redação e Estilo from the Notícias das Favelas Agency (FERNANDES, 2018) and the Manual da Diversidade em Jornalismo (CUNHA, WEINGRILL, 2017), from the Énois Agency. Considering the ethical commitment, the complex rationality and the capacity for aesthetic transformation of their narratives, as proposed by Cremilda Medina (1991, 2003, 2008, 2010, 2014, 2016), we concluded that the Énois guide is stylistically bolder, while the other one is more conventional, both from a grammatical point of view, as in the approach to quantitative and rationally verifiable data.

**Keywords:** Agency. Manual. Alternative journalism.

## RESUMEN

Se pretende discutir lo que los manuales de redacción de dos agencias de noticias alternativas, con sede en las capitales de São Paulo y Rio de Janeiro, atribuyen como parámetros de calidad a sus textos periodísticos. Contrastamos el Manual de Redacción y Estilo de la Agencia de Noticias Favelas (FERNANDES, 2018) y el Manual de Diversidad en el Periodismo (CUNHA, WEINGRILL, 2017), de la Agencia Énois. Considerando el compromiso ético, la compleja racionalidad y la capacidad de transformación estética de sus narrativas, como propone Cremilda Medina (1991, 2003, 2008, 2010, 2014, 2016), concluimos que el manual Énois es estilísticamente más atrevido, mientras que el otro es convencional, tanto desde el punto de vista gramatical, como en el apego a datos cuantitativos y racionalmente verificables.

**Palavras-clave:** Agencia. Manual de escritura. Periodismo alternativo.

Submissão: 5-2-2021

Decisão editorial: 7-10-2021

## Introdução

O interesse deste artigo é apresentar e problematizar orientações textuais dos manuais de redação de duas agências de notícias: a Agência de Notícias das Favelas (ANF), com sede na capital fluminense e ativa desde 2001, e a Agência Énois (pronuncia-se “é nóis”, como na expressão oral), fundada em 2009 em São Paulo, capital.

Para a abordagem teórica, aplicaremos pressupostos de “ética”, “técnica” e “estética” conforme apresentados por Cremilda Medina. Essa tríade que identifica qualidades necessárias às narrativas jornalísticas contemporâneas pode ser rastreada na obra da autora em diversas referências, como nos anais do 1º Seminário Interdisciplinar promovido na Universidade de São Paulo, em 1991, nos quais lemos que “sonhar é preciso, porque temos potencialmente recursos para produzir sentidos em que ética, técnica e estética estejam a serviço de uma estratégia humanizadora do jornalismo” (MEDINA, 1991, p. 197). Cremilda Medina é a principal referência teórica, mas devemos pontuar que outros autores expressam posição semelhante, como Chaparro, que introduz seu livro *Pragmática do jornalismo* afirmando, em maiúsculo, que “Ética, Técnica e

Estética, formam a tríade solidária e inseparável da ação jornalística" (CHAPARRO, 1994, p. 13).

Ao longo do artigo, aplicaremos esses pressupostos conforme o desenvolvimento da análise. Preliminarmente, vale a explicação de que a preocupação ética é indispensável à atividade jornalística, não só ao texto, mas perpassa todo o processo de produção da informação, da pauta à publicação e, no contexto de sites e redes sociais, nos quais o público manifesta suas opiniões quanto ao material publicado, a preocupação ética pode se estender à necessidade de responder a questionamentos de quem lê e interage com as notícias.

Conforme o marco teórico adotado, do ponto de vista da competência técnica, o texto jornalístico deve transcender as regras gramaticais e outras exigências predominantes de escrita jornalística para produção de informações diárias, especialmente quando estamos tratando de duas agências de notícias cujo interesse é dialogar com populações periféricas. A noção de técnica deve extrapolar os códigos da chamada linguagem culta em benefício da eficácia na comunicação. Ao invés do apego normativo, é preciso promover a ampliação das exigências de escrita consagradas em manuais de redação.

Essa ampliação leva ao investimento estético, que é possível incorporar palavras e expressões em geral vetadas no texto noticioso, como o uso de gírias, e inclusive modificar estruturas comumente praticadas, como a pirâmide invertida, com sua clássica abertura em forma de lide, que responde questões previamente elencadas.

Importante ressaltar que os resultados esteticamente renovadores não atendem a anseios artísticos, mas visam aproximar a escrita jornalística dos contextos culturais do público, potencializando, ao menos em tese, a eficácia da transmissão de informações.

Quanto à justificativa da abordagem proposta por este artigo, consideramos que, apesar da presença histórica, da importância para produção de informações em locais pouco ou nada cobertos pelos veículos de comunicação que são clientes das agências de notícias, e da continuidade e surgimento de novos empreendimentos do gênero, elas raramente são objeto de investigação científica. Menos ainda no que diz respeito ao texto, o principal produto comercializado por agências noticiosas, especificamente no que se refere à Agência de Notícias das Favelas (ANF) e Énois. Embora elas não figurem entre as iniciativas de comunicação dominantes, desenvolvem relevante trabalho em relação às periferias, algumas vezes suprindo as necessidades de os grandes veículos publicarem fatos ocorridos às margens dos grandes centros ou cujas pautas divergem de seus tradicionais enfoques jornalísticos.

Estudos nacionais e estrangeiros apontam e estranham a carência de abordagens sobre agências noticiosas. Introdução de coletânea brasileira relativa ao tema fala de um “estranho paradoxo, porque nunca vivemos, na escala da história das comunicações, um momento tão intenso no tráfego de afluência de notícias entre os continentes” (AGUIAR; ESPERIDIÃO; SILVA JR.,

2014, p. 8). Apesar da amplitude de abordagens, essa coletânea pouco trata de questões relativas à escrita. Limita-se a reiterar a necessidade de coesão textual e transmissão ágil das mensagens que, historicamente, “têm um impacto direto na formatação da linguagem jornalística” (SILVA JR., 2014, p. 71).

Exceto essa menção, as regras textuais, como as fixadas em manuais de redação e estilo, não são abordadas na coletânea temática nem quando um autor referencial, Boyd-Barrett, analisa a escrita de agências do ponto de vista das palavras-chave e dos buscadores de conteúdo. O texto também não é assunto do capítulo diretamente ligado à temática deste artigo, sobre as agências de notícias alternativas na web, no qual Aguiar (2017, p. 118) afirma que “existe uma carência de literatura específica sobre agências de notícias que construa um arcabouço conceitual adequado à realidade dos países periféricos”.

No caso brasileiro, nem a história de grandes empresas dá atenção a elas, como, por exemplo, na ampla biografia de Assis Chateaubriand, responsável pela implantação da primeira agência de notícias brasileira. Especificamente, em *Chatô – o rei do Brasil*, Fernando Morais (1994, p. 266) dedica somente um parágrafo à Meridional, tratando de passagem de sua fundação em 1931 – atualmente sediada em Brasília, a agência ainda está em atividade com o nome de D.A Press Multimídia, dispondo, segundo o site oficial, de 50 milhões de imagens, incluindo o acervo

dos Diários Associados, entre outros produtos jornalísticos comercializáveis.<sup>1</sup>

Ainda em relação a veículos de grande repercussão, Alberto Dines trata amplamente da reforma editorial do *Jornal do Brasil* em *O papel do jornal*, mas também dedica somente um parágrafo à relevante Agência JB, fundada em 1966, experiência pioneira atrelada à redação e com participação acionária significativa dos jornalistas, que detinham 49% das ações. Segundo Dines (2009, p. 131), a Agência JB foi um “sucesso jornalístico, tendo se transformado na grande e única agência brasileira e num êxito comercial”. O autor informa que o balanço de novembro de 1973 apontava saúde financeira, com “resultado positivo de US\$ 128 mil ao câmbio da época. No rol de seus clientes regulares encontravam-se todos os grandes jornais brasileiros fora do Rio e de São Paulo” (DINES, 2009, p. 131).

Em trabalho sobre a chamada “imprensa alternativa”, Bernardo Kucinski menciona, mas não discute, a Agência Coojornal, iniciativa do grupo publicador de jornal homônimo no Rio Grande do Sul. Kucinski (2003, p. 269) afirma que o empreendimento foi “a mais elaborada alternativa de propriedade para jornais dos anos de 1970”. A agência vendia material para veículos como *Veja*, *IstoÉ*, *Folha de S. Paulo* e *Jornal do Brasil*. Também não há referência à mesma agência no livro que reúne as principais reportagens do Coojornal (BONES; CENTENO; GUIMARAENS, 2011). Quanto à bibliografia teórica específica sobre a cooperativa de jornalistas, ela sequer descre-

---

<sup>1</sup> <https://www.dapress.com.br/ecommerce/>. Acesso em: 05 fev. 2021

ve os trabalhos da Agência Coojournal (GLORIA, 2019; GLORIA, 2018; GLORIA e STRELOW, 2017; PEREIRA, 2015). E, quando a mencionam, reiteram informações de Bernardo Kucinski em *Jornalistas e revolucionários* (2003), segundo as quais a cooperativa de jornalistas mantinha uma agência de notícias e de fotografias. E só. Já ELLWANGER (2011), em dissertação sobre a mesma iniciativa jornalística, dedica algumas linhas à estrutura da Agência Coojournal.

É também pequena a bibliografia relativa a agências menores, voltadas a causas sociais, exceção feita ao artigo relatando a implantação da Agência de Notícias da Aids em Moçambique (BONANNO; VASCONCELLOS, 2014), braço africano da iniciativa brasileira relatada em livro por sua fundadora (TARDELLI, 2013).

Entre as referências internacionais de interesse, o relatório do Observatório de Comunicação, de 2016, com o panorama europeu, trata dos desafios do jornalismo das agências de notícias nas redes sociais, discute o contexto de convergência, a necessidade de sustentação financeira, construção de marcas e ampliação de público, mas não diz nada sobre texto, o que é estranho em relatório voltado às redes sociais, em cujo ambiente a escrita compacta é requerida e potencializada enquanto estratégia fundamental, tanto no que diz respeito à estilística noticiosa, quanto às suas possibilidades de difusão (CARDOSO, 2016).

Por não serem pautadas, nem o seu texto, pretendemos neste artigo apresentar e discutir os manuais de redação de duas agências de



notícias nacionais fora do circuito dominado pelos grandes veículos, com interesse específico na correlação entre a escrita e as demandas democráticas contemporâneas como direitos humanos, sexualidades divergentes e o vocabulário de extração popular, além de verificarmos a sintonia com recursos textuais inovadores, a exemplo do uso de links no texto.

### **Agência de Notícias das Favelas (ANF)**

Até o ponto e a data em que esta pesquisa foi capaz de alcançar, podemos afirmar que, em relação à Agência de Notícias das Favelas (ANF), duas das principais referências são as obras escritas pelo seu fundador, o jornalista André Fernandes, uma relativa à história da ANF (2018), e o manual de redação (2015). Atualizamos as informações desses livros impressos com entrevista inédita realizada com Fernandes entre os dias 29 de abril e 17 de maio de 2020, com 12 questões respondidas por áudio via aplicativo WhatsApp, totalizando 47 minutos. Para este artigo, privilegamos as passagens que se referem ao texto noticioso, que será apresentado e discutido após a resumida contextualização da história, estrutura e funcionamento da ANF, conforme segue.

Quanto ao perfil do fundador, André Fernandes nasceu filho da chamada classe média, participou de grêmio estudantil, ingressou na Marinha, mas optou por ser missionário em 1991. Realizou trabalhos sociais em favelas, como no morro Dona Marta, no Rio de Janeiro (RJ), em 1993 – foi ele quem intermediou a aproximação entre o repórter Caco Barcellos e o traficante conhecido como

Marcinho VP, da qual resultou o livro *Abusado – o dono do morro Dona Marta* (2003).

Em obra publicada em 2015, em que narra o surgimento da ANF – *Perseguindo um sonho: a história da fundação da primeira agência de notícias de favelas do mundo* – Fernandes lembra que durante a década de 1990 atendia, em média, dez telefonemas diários de jornalistas brasileiros e estrangeiros, que pediam contatos e pautas das favelas do Rio de Janeiro; então “essa rotina me fez pensar que deveria facilitar a vida desses profissionais, democratizando as informações que eu tinha” (FERNANDES, 2015, p. 55).

A ANF foi fundada em 2001, funcionando na internet, mas o primeiro ganho significativo de público ocorreu em 2006:

Conseguimos fazer um novo site, gerenciado em WordPress, o que possibilita milhares de pessoas se conectarem com suas senhas e publicarem matérias de qualquer lugar do mundo. Essa era a revolução que queríamos: uma ferramenta com a qual poderíamos ter um colaborador/correspondente em cada favela do mundo. Esse era o sonho que estava se tornando realidade (FERNANDES, 2018, p. 85).

No segundo semestre de 2020, quando este artigo estava sendo escrito, a ANF mantinha seu site na mesma linguagem de programação, WordPress; tinha perfis no Facebook, Instagram e Twitter, além de canal no YouTube. Durante a pandemia de coronavírus, o site subiu de 60 para 100 mil usuários únicos. Ainda no mesmo período, contava com 500 colaboradores. A maioria das colaborações, por ordem quantitativa decrescente, chega do Rio de Janeiro, Bahia, Paraná,

Paraíba e Minas Gerais. A ANF emprega cinco profissionais no Rio de Janeiro e dois em Salvador (BA), onde funciona sua segunda redação, instalada no bairro da Paz, desde 2019. São publicados, em média, oito novos textos por dia no site, conteúdo replicado nas redes sociais.

Entre as iniciativas que não podem deixar de ser mencionadas, e também como evidência da complexidade das organizações jornalísticas alternativas, a ANF publica o jornal impresso *A Voz da Favela*, com conteúdo inédito em relação aos canais virtuais e tiragem de 150 mil exemplares, divididos em igual quantidade entre Rio de Janeiro, Salvador e Recife (PE). Desde o começo de 2020, por causa da pandemia de coronavírus, a edição de Recife foi suspensa e a tiragem caiu para 100 mil exemplares. Peculiaridade dos novos arranjos econômicos, “o jornal não tem preço, mas valor”, conforme explica Fernandes em entrevista. Isso significa que os vendedores do *A Voz da Favela* não cobram preço fixo pelos exemplares impressos, o interessado é quem decide o preço a pagar. A renda auferida mantém cerca de dez vendedores recebendo, mensalmente, cerca de dois salários mínimos cada. Apesar da direção profissional, a ANF e seus produtos jornalísticos não são produzidos, na maioria das vezes, por jornalistas diplomados.

Segundo Góes (2014, p. 153), além do recorte temático específico e divergente da mídia dominante, os envolvidos no processo jornalístico “podem ser vistos como autores, editores, publicadores, disseminadores, organizadores, oferecendo estes papéis para uma multiplicidade de indi-

víduos e grupos, que podem ser cooperadores, comunicadores, ativistas, arquivistas, repórteres, leitores". E conclui: "É um novo jornalismo que pode transformar o processo de produção do jornalismo tradicional e sua base epistemológica".

Segundo a interpretação de Deuze e Witschge (2016), o enquadramento teórico da ANF pressupõe compreender e conceituar o jornalismo a partir das rotinas e práticas, não a partir de um modelo fixo e ideal de redações historicamente constituídas. Seria preciso observar as reais mudanças na profissão, como as relativas ao perfil dos jornalistas que empreendem e, ao mesmo tempo, não desconsiderar a decorrente precarização do trabalho, em uma atividade que "se faz tanto dentro quanto fora das organizações profissionais jornalísticas", provocando a emergência de uma "sociedade redacional" (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 9). Os autores ainda argumentam "que não tem que ser necessariamente um trabalhador assalariado de uma organização jornalística para fazer parte do sistema jornalístico" (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 10) e que, assim como a estruturação da ANF, "não se trata tanto de um lugar, mas de um processo que envolve rede de pessoas, tecnologias e espaços" (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 15).

### **O manual da ANF**

Apesar dessas diferenças significativas em relação ao modelo tradicional de empreendimento jornalístico, o *Manual de redação e estilo da Agência de Notícias das Favelas* (FERNANDES, 2015) é bastante ortodoxo, tanto do ponto de

vista da estrutura, quanto das propostas textuais. A orientação é para que se “evite a gíria, o jargão e o coloquialismo” (FERNANDES, 2015, p. 27). Esse evidente rechaço a expressões populares contradiz a proposta editorial e o vocabulário do público pretendido, especialmente quando o Manual afirma que “a ANF é entusiasta das favelas, de sua diversidade, de sua cultura e de seu povo, tema principal de seus textos” (FERNANDES, 2015, p. 7).

O Manual se resume a reproduzir orientações e procedimentos redacionais bastante comuns, como “as pessoas mencionadas no texto devem ser identificadas por nome e sobrenome” (FERNANDES, 2015, p. 18). Além de ligeiras definições jornalísticas, como as diferenças entre texto noticioso e opinativo, a maior parte é dedicada a listar 100 dicas “essenciais”, na linha de manuais de gramática. Entre a centena de orientações, a de número 16 reafirma os pruridos vocabulares:

Termos coloquiais ou de gíria deverão ser usados com extremo cuidado e apenas em casos muito especiais (nos diálogos, por exemplo), para não darem ao leitor a ideia de vulgaridade e principalmente para que não se tornam novos lugares-comuns. Como, por exemplo: a mil, barato, galera, detonar, deitar e rolar, flagrar, com a corda (ou a bola) toda, legal, grana, bacana, etc. (FERNANDES, 2015, p. 29).

À opção pelo vocabulário gramaticalmente referendado, cabe a crítica ao reforço daquilo que Marcos Bagno classifica como “preconceito linguístico”. Segundo ele, precisamos ensinar o “uso real, vivo e verdadeiro da língua portuguesa do Brasil” (BAGNO, 2003, p. 34). A norma culta

seria mais um instrumento de divisão social, entre os pretensamente conhecedores e os presumivelmente ignorantes. O linguista afirma que a gramática tradicional “inspira a prática de ensino, que por sua vez provoca o surgimento da indústria do livro didático, cujos autores – fechando o círculo – recorrem à gramática tradicional como fonte de concepções e teorias sobre a língua” (BAGNO, 2003, p. 73).

Entre os contrapontos ao apego gramatical, Bagno lembra que muitos erros são somente ortográficos, e nem sempre prejudicam a compreensão, além do mito de que a língua falada no Brasil – língua brasileira, e não portuguesa – teria uma pretensa unidade. Qualquer nativo que ouviu a fala de um conterrâneo de outros estados da federação é capaz de perceber a variedade linguística nacional, enquanto na escola e em determinados manuais de redação encontramos a norma única, excludente de outras estratégias de linguagem não-oficiais, não-normativas, e que provavelmente compõem a maioria do vocabulário nacional, ou, pelo menos, do público real e potencial da ANF.

Essa compreensão – para Bagno, colonizada e assentada na falsa ideia de uma nação de mestiços incapazes de constituir sua língua pura – redundava em outros mitos, como o de que não saberíamos “português”, presumivelmente de difícil apreensão. Daí justificam-se afirmações preconceituosas de que pessoas sem instrução formal não sabem se comunicar corretamente.

Esse posicionamento quanto ao vocabulário e à sintaxe da língua portuguesa culta é dife-

rente, como veremos, da estratégia textual da outra agência de notícias que abordaremos, a Énois, alinhada aos mesmos princípios sociais. Por enquanto, é preciso notar, surpreendentemente, que, se não encontramos liberdade linguística e estilística no Manual da ANF, é no livro sobre a história da Agência que podemos ler uma única passagem de caráter epistemológico relacionada à maneira de incorporar e usar o idioma nacional. Ao comentar o termo “comunidade”, o mesmo André Fernandes – autor do Manual e da longa narrativa sobre a trajetória da ANF – afirma o seguinte:

Existe uma vida comunitária na favela, mas favela é favela! Favela só deixa de ser favela quando tudo o que é inerente à cidadania de quem vive no bairro de Ipanema é exatamente igual ao cidadão de Vigário Geral ou do Vidigal. Comunidade é um termo utilizado ultimamente, principalmente pela grande mídia e pelas elites, creio eu, com o propósito de esconder justamente as desigualdades sociais desses lugares pobres, que ainda estão muito longe de serem, de fato, comunidades no sentido que se tenta apresentar (FERNANDES, 2018, p. 57).

Ainda quanto à escrita do texto noticioso, além dos termos escolhidos e rechaçados, é importante notar outro desdobramento em ambientes virtuais: eles requerem a inserção de links em palavras e expressões, uma característica inerente à internet e sua ausência pode ser apontada como uma falha. No site da Agência de Notícias das Favelas, há links comerciais e para redes sociais, mas eles inexistem nas notícias, uma funcionalidade que o Wordpress facilita e

poderia ser melhor explorada, tanto remetendo a conteúdos informativos, como as matérias mais lidas, ou mesmo direcionando a outras fontes, mesmo oficiais. André Fernandes, em entrevista, admite que “falta essa compreensão dos nossos colaboradores” (FERNANDES, 2020). A mão de obra que edita e publica os textos também não é suficiente para inserir links. Contudo, essa falta é verificável também na chamada grande imprensa (NASCIMENTO; PÔRTO JR., 2016).

Johnson afirma que “o link é a primeira nova forma significativa de pontuação a emergir em séculos, mas é só um sinal do que está por vir. O hipertexto, de fato, sugere toda uma nova gramática de possibilidades, uma nova maneira de escrever e narrar” (JOHNSON, 2001, p. 84). O autor lamenta a baixa ou inepta utilização dos links, pois “esperava-se que o hipertexto revolucionasse nosso modo de narrar histórias, mas o que ele acabou por transformar foram as nossas frases”, concluindo que, nos textos noticiosos da internet, “predominam os francamente lineares” (JOHNSON, 2001, p. 94).

Assim, se considerarmos a tríade relativa à qualidade da narrativa jornalística, proposta que perpassa toda a obra de Cremilda Medina (1991, 2003, 2008, 2010, 2014, 2016), o texto da ANF, apesar de “eticamente comprometido”, carece de “racionalidade complexa”, conforme demonstramos na ausência de links, assim como as notícias, do ponto de vista da escrita, não chegam a ser “esteticamente renovadoras”, pelo menos quanto ao acento gramatical e ao rechaço às expressões populares.



## **Análise de uma reportagem da ANF**

Para evidenciar a tendência à escrita jornalística amparada em parâmetros convencionais – sempre em comparação com o marco teórico aqui adotado –, analisemos uma reportagem da Agência de Notícias das Favelas (ANF) publicada em 30 de novembro de 2020. Intitulada “Projeto Poetização e a sensibilidade ao mundo a partir das palavras”, a pauta teria possibilidade de extrapolar cerceamentos repetidos por manuais de redação jornalística. Afinal, aborda um projeto social baseado em poesia e voltado à população periférica, além de ter sido publicada na editoria de assuntos culturais e artísticos, que, não raro, mesmo na chamada grande imprensa, permite alguma margem de liberdade criativa ao texto.

Consideremos o primeiro parágrafo da reportagem da ANF:

Segundo o artigo 205 da Constituição Federal de 1988, a educação é um direito de todo cidadão brasileiro, sendo dever do Estado e da família o seu cumprimento. Entretanto, de acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua Educação, divulgada em julho deste ano, a taxa de analfabetos ainda representa 6,6% nos números nacionais, cerca de 11 milhões de pessoas. Este número é maior do que o pretendido pelo Plano Nacional de Educação (PNE), Lei 13.005/2014 em 2015, onde a meta era de 6,5% de analfabetos. Em 2024, essa taxa deverá chegar a zero.

Em que pese o fato de a informação principal sobre o local, o nome e a intenção do projeto reportado não aparecerem no lide, tendo sido indicados no título e no subtítulo, é clara a

intenção de identificar e respaldar os índices de analfabetismo com previsões jurídicas e estatísticas oficiais. Trata-se de uma opção pelo rigor informativo, tornando o texto burocrático. Até mesmo um manual de redação convencional, como o da *Folha de S. Paulo*, reprova o estilo relatorial da escrita noticiosa, ao afirmar que “a mera transcrição dos dados de tabelas, relatórios estatísticos, documentos técnicos e ofícios judiciais”, fontes nas quais as reportagens com frequência se baseiam, “pode resultar num texto claro, preciso, sintético e objetivo – mas também aborrecido e difícil de ler” (FOLHA DE S. PAULO, 2018, p. 124).

Nesse sentido, apesar de ser eticamente comprometido, conforme um dos parâmetros teóricos defendidos por Cremilda Medina, ou seja, embora expresse preocupação com a necessidade de acesso à poesia como estratégia de combate ao analfabetismo, o parágrafo citado não é racionalmente complexo, pois elenca dados, acumulando referências e dificultando a assimilação de quem lê, redundando em outro problema: a construção textual é estritamente quantitativa, enquanto poderia, qualitativamente, tentar, ao menos, destrinchar o acúmulo de informações. Isso evitaria, por exemplo, passagem passível de confusão, que indica duas datas em sequência, 2014 e 2015, especificamente na passagem “este número é maior do que o pretendido pelo Plano Nacional de Educação (PNE), Lei 13.005/2014 em 2015”. Em relação ao uso de informações quantitativas, o manual da ANF se limita a orientar que

“os números de uma a dez devem ser escritos por extenso. O resto é grafado em algarismo” (FERNANDES, 2015, p. 17).

Ainda no que diz respeito ao parágrafo citado, outras intervenções estilísticas possíveis seriam a eliminação do ano de promulgação da Constituição, 1988; a passagem “o seu cumprimento”; a já referida menção à data e ao número da lei; e a supressão da última oração, pois pretende indicar previsão a ser alcançada, podendo não se confirmar, enquanto, da maneira como foi redigida, pode ser interpretada como um fato que será inevitavelmente consolidado em 2024. Ou seja, mesmo atendendo ao apego ético, a falta de racionalidade complexa e de elaboração estilística prejudica a intenção informativa.

Ao detectar as marcas epistemológicas positivistas no jornalismo, Cremilda Medina (2008, p. 25) cita “a busca obsessiva pela precisão dos dados como valor de mercado; a fuga das abstrações; a delimitação de fatos determinados”. Segundo a teórica, essas posturas “pavimentam as técnicas de trabalho com o duro cimento da busca objetiva da verdade” – daí sua crítica às restrições da racionalidade de raiz cartesiana e positivista, pois “em cada nova situação que ultrapassa os limites consagrados da razão, por mais que ouçam aqueles que se interrogam e não apenas os que afirmam com precisão e clareza, os jornalistas apresentam um déficit de entendimento da trama complexa do presente” (MEDINA, 2008, p. 61).

Fiel à prioridade do dado verificável, a matéria da ANF continua informando que, em relação

à quantidade de analfabetos no Brasil, “de acordo com o Pnad, o estado do Rio de Janeiro possui cerca de 2,1% deste índice nacional”. O texto diz ainda que o Projeto Poetização foi contemplado pela Lei Aldir Blanc; que a autora da iniciativa nasceu em Belo Horizonte e foi criada no Rio de Janeiro; que ganhou menção honrosa em 2015, pela Editora Kuzuá; além de citar premiação pelo extinto Ministério da Cultura, em 2018. Além disso, ficamos sabendo que o livro *Travessia Perene*, lançado em 2019, conta o processo de transição da vida da autora. Contudo, não há nenhuma reprodução de poema ou trecho do livro Hannah Cavalcanti, nem das oficinas que ministrou, apesar do desejo de transformar os resultados poéticos em uma coletânea. Enfim, fica claro que o objetivo do texto sobre um projeto de alfabetização e empoderamento por meio da poesia pretendeu somente informar, e mesmo assim com restrições: a poesia propriamente dita não teve espaço, seja transcrita, ou em sentido metafórico. Não houve liberdade estilística.

### **Énois – Agência de jornalismo**

Utilizando como marca e vetor de atuação a expressão “por um jornalismo diverso e representativo”, a Énois, que completou uma década em 2019, nunca funcionou somente como agência, apesar de se apresentar assim em quase toda sua trajetória – em 2020, a agência e a escola de jornalismo, partes do mesmo empreendimento privado de acesso gratuito, foram reconfiguradas, dando início a uma nova fase, chamada “Residência da Énois”. Ela congrega oito ex-alu-

nas e ex-alunos que atuarão na prática, como laboratório real de jornalismo, no gerenciamento, captação, administração, produção de conteúdo, entre outros trabalhos necessários ao funcionamento da Énois.

Segundo informações oficiais e públicas<sup>2</sup>, as ações de pouco mais de uma década de iniciativa jornalística e pedagógica apresentam resultados significativos: mais de 500 jovens das periferias, sobretudo paulistanas, passaram pela Escola de Jornalismo, os quais receberam bolsas de auxílio financeiro; e mais de quatro mil foram formados via internet, moradores de todo o Brasil. Voltada ao público jovem, na faixa escolar do ensino médio, Énois produz conteúdo veiculado por parceiros relevantes como UOL TAB, *The Intercept Brasil*, *The Guardian*, Nexo e BBC. Até o segundo semestre de 2020, a Énois informava ter mais de 80 reportagens publicadas por esses canais.

Do ponto de vista internacional, em 2014 o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) apontou a Énois como uma das start-ups inovadoras da América Latina. No ano seguinte, a Edge Foundation alavancou o projeto e a agência também venceu o prêmio Empreendedor Sustentável. Em 2016, constatou-se que cerca de 70% dos jovens que passaram pela formação presencial da Énois cursavam faculdade por meio do Programa Universidade para Todos (PROUNI), metade trabalhando em jornalismo ou em áreas afins. Contabilizaram-se também projetos próprios, de atuação local, em coletivos.

---

<sup>2</sup> <https://enoisconteudo.com.br/> Acesso em: 05 fev. 2021.

A fusão da Agência e da Escola de Jornalismo, no final do primeiro semestre de 2020, partiu do entendimento de que seria preciso pensar e construir a diversidade além do ensino e da produção de conteúdo. Outras áreas fundamentais, geralmente negligenciadas pelas escolas de formação superior, passaram a ser fomentadas, como gestão financeira e de pessoas. Para isso, foram escolhidos ex-participantes dos cursos que, durante um ano, conduzirão a Énois através da “residência” referida.

Há outras iniciativas mencionáveis, como o projeto “Menina Pode Tudo”, de 2016, responsável por mais de 50 reportagens combatendo o machismo e a violência entre jovens na periferia, reunindo meninas de cinco capitais; e o documentário *Cara do Mundo, Cara de Sampa*, sobre adolescentes imigrantes e refugiados em São Paulo, lançado em 2017 pela TV Futura. Essas ações contextualizam o trabalho da Énois para que possamos abordar o manual de redação e seu resultado prático em reportagem veiculada em 2020 pelo UOL TAB, referente aos “grauzeiros” – pessoas que se dedicam à habilidade de empinar motocicletas, ou “dar um grau”, segundo o vocabulário desses malabaristas motorizados.

### **O manual da Énois**

Publicado em 2017, o *Manual da diversidade em jornalismo* (CUNHA; WEINGRILL, 2017) pretende chamar a atenção para a pluralidade e diversidade de perspectivas na produção de informações. Ele foi produzido colaborativamente por profissionais do centro e das periferias a partir de

debates visando ocupar a imprensa tradicional com pautas afetas aos interesses de mulheres, pretos e pardos, pobres e moradores dos arredores das cidades. Resultante dessas discussões, o Manual foi editado pela Escola de Jornalismo da Énois. As orientações são abertas, ou seja, pretendem ser compartilhadas e aprimoradas por sugestões e comentários de interessados. Na página virtual em que o material está disponível, há endereço de e-mail para envio de propostas. Trata-se de um manual em construção.

Contendo indicações de posturas ilustradas com exemplos reais de diversos veículos da imprensa brasileira, dos tradicionais às iniciativas recentes, o *Manual da diversidade em jornalismo* está organizado em sete tópicos. Começa abordando representatividade e agenda pública no intuito de incentivar a diversidade de pautas. Para isso, propõe a formação de equipes integradas por pessoas portadoras de diferentes vivências e visões, o que deve gerar diversidade na cobertura e no público atingido, considerando, na maioria das vezes, a possibilidade de publicação em veículos estabelecidos, que poderiam alcançar novas leitoras e leitores.

Em conexão com essa proposta, o diálogo possível com a sociedade, em seus diferentes grupos, contribui para ampliar temas e abordagens, como também tem potencial para angariar apoio financeiro. Por isso, a ideia de um “leitor médio”, abstração generalizante e redutora, é alterada pela necessidade de encontrar setores com expressão e demandas específicas. E, como desdobramento, a escolha de um perfil

padronizado de profissional – branco, masculino, oriundo da classe média e de cursos tradicionais, públicos e privados, com habilidades pretensamente indispensáveis, como dominar a língua inglesa – deve ser substituída, segundo o Manual, pela seleção que alcance diferentes classes sociais, raças e experiências de vida, o que enriqueceria a produção jornalística e seu alcance. Entende-se que a diversificação de pautas, abordagens e públicos passa, necessariamente, pela diversidade de quem produz informação e – tão importante quanto – de quem ocupa cargos de chefia. Essas iniciativas de ampliação devem ainda alcançar as fontes, ou seja, a escolha dos entrevistados e dos materiais de referência mencionáveis nas reportagens. Além da diversidade, outro objetivo buscado é a empatia: uma quantidade maior de pessoas pode se reconhecer na cobertura ampliada, dos temas pautados à imagem das fotos publicadas, e dos próprios jornalistas.

No capítulo dedicado ao texto e à “linguagem responsável e acessível”, é defendido o respeito aos termos e maneiras de falar dos entrevistados, evitando estereótipos como a expressão “carente” para se referir a moradores das periferias, assim como não se deve usar “homossexualismo” – segundo o manual “o sufixo ‘ismo’ é utilizado para categorizar doenças. O uso correto é homossexualidade” (CUNHA; WEINGRILL, 2017, p. 30).

O Manual repele posturas tidas como “higienistas” na escrita, como modificar palavras, frases e orações, procedimento típico em discurs-



sos diretos que, entre aspas, mudam a elocução característica de quem fala. Segundo depoimento do jornalista Juca Guimarães ao capítulo sobre texto, “a linguagem periférica, cheia de gírias e expressões típicas, é rica e dinâmica e, por isso, merece seu espaço” (CUNHA; WEINGRILL, 2017, p. 30).

Com o mesmo cuidado contra preconceitos que podem ser reforçados pela escrita jornalística, expressões popularmente consagradas, como “mulata”, devem ser evitadas, independente de quem as profere. “Acompanhar as discussões que são travadas por movimentos sociais que defendem causas específicas são uma forma de garantir o uso correto da linguagem” (CUNHA; WEINGRILL, 2017, p. 30), orientação complementada com o seguinte comentário: “Da mesma forma que invasão tem sentido diferente de ocupação e suspeito tem sentido diferente de criminoso”, é comum jornais “usarem essas palavras porque possuem, por trás, intenções de significado específicas” (CUNHA; WEINGRILL, 2017, p. 31).

### **Análise de uma reportagem da Énois**

Discutamos um texto publicado pela Énois no UOL TAB em janeiro de 2020. A reportagem lança um olhar favorável em relação ao preconceito com que são vistos os motociclistas em São Paulo, elogiando quem empina bicicletas e motocicletas, manobra cujo nome é “dar um grau”, proibida pelo Código Brasileiro de Trânsito. O título do texto indica o viés positivado: “Grau-terapia”. Começa assim:

Basta andar por alguns minutos pelos bairros de algumas periferias de São Paulo para ver entregadores de gás, motoboys e entregadores de aplicativo “chamando no grau”. O grau (andar apenas sobre a roda traseira da bicicleta ou da moto) é febre nas periferias há muito tempo e já faz parte do lazer da galera. É como ir ao baile funk ou para o jogo de futebol na várzea ver o time da sua quebrada jogar (MOURA, 2020).

Nesse primeiro parágrafo, fica evidente o atendimento aos requisitos históricos do lide jornalístico, respondendo ao “como”, “onde”, “quem”, o “quê”, com o incremento do contexto histórico-social na referência ao funk e ao futebol, incorporando sem pruridos o vocabulário relacionado ao assunto. Eis, na prática, a demonstração da possibilidade de renovação estética sem abandonar princípios ontológicos da reportagem. Conforme Cremilda Medina (2010, p. 152-153), “a razão analítica amplia o desempenho técnico impelida pela experiência sensível do contato, da ida a campo e do fato de estar afeito ao acontecer humano”, completando que “a ética solidária lubrifica a técnica, que se expressa numa ação original, a da autoria da assinatura coletiva”.

Na citação, temos, implícitos, dois requisitos básicos para a construção de tal autoria: a polifonia e a polissemia, expressadas na reportagem por meio da variação linguística, na abertura do narrador às potencialidades de ampliação de significado das palavras e expressões. Ele utiliza, sem amarras gramaticais e sem exotizar, vocábulos como “fluxos”, “rolês”, “motocas”, “magrela”, além de ditados dos praticantes, como “acima

de mim só Deus e a roda da frente". Não são citações deslocadas, pois constituem organicamente o texto.

Aos finais de semana rolam encontros de amigos, os fluxos do grau, onde geralmente os motoqueiros ocupam ruas sem saída ou pouco movimentadas, onde não há o risco de trombar com a Polícia Militar. Um desses rolês é o Quintal do Grau, um lugar quase secreto que existe há quase um ano, localizado na Favela da Coca, em Diadema. A poucos metros do local, já é possível escutar o barulho de escapamento estalando e de placa raspando no chão. O Quintal é formado por duas ruas de asfalto sem saída e com uma única entrada. Ali, mais de vinte motos andam de um lado para o outro, dando grau em alta velocidade, enquanto outros motocas e crianças observam o fluxo (MOURA, 2020).

A reportagem segue arrolando dados estatísticos, menciona previsões legais relativas ao trânsito, problematiza leis. É multicausal, conjuga o racional complexo à renovação estética na "arte de tecer o presente", conforme afirma Medina sobre o

aprofundamento do contexto (ou das forças que atuam sobre o factual), a humanização do fato jornalístico (tratamento de perfis, histórias de vida ou protagonismo), as raízes histórias do acontecimento atual e os diagnósticos e prognósticos de fontes especializadas (MEDINA, 2003, p. 126-127).

Essa discussão textual está inevitavelmente ligada ao ato de reportar. As chances de captar as palavras ainda fora do dicionário são imensamente maiores na rua. E a expressividade dos protagonistas anônimos, para não ser somente

citação jornalística entre aspas, requer vivência do repórter, contextualização. É assim que ele torna a enunciação alheia esteticamente renovadora no texto informacional, quando aparece organicamente engendrada na narrativa cujo narrador está afeto ao outro como fonte jornalística e linguística. É isso que a reportagem da Énois demonstra – que reportar é também captar, como informação relevante, a fala alheia cuja potência conotativa ainda é maior que a denotativa, o que deixará de ocorrer quando a palavra ou expressão for incorporada gramaticalmente.

Em obra posterior à ampliação significativa da internet no Brasil, ao discutir o “ato presencial”, Cremilda Medina reitera a crítica ao histórico problema da reportagem que não vai a campo, agravada pelas redes virtuais presumivelmente facilitadoras de contatos: “Desde que a expansão da internet permitiu a produção e a divulgação da notícia em rede, o jornalismo vem renunciando a uma das suas mais nobres funções: dar testemunho dos fatos estando presente de corpo e alma lá onde os fatos acontecem” (MEDINA, 2016, p. 249).

### **Arremates possíveis**

Ao contrário das regras do *Manual de redação e estilo da Agência de Notícias das Favelas* (FERNANDES, 2018), estritamente gramatical, o *Manual da diversidade em Jornalismo* (CUNHA; WEINGRILL, 2017) da Énois valoriza a consciência crítica almejando uma escrita livre de automatismos, atenta às mudanças que as demandas sociais impõem ao vocabulário. Retomando a tria-

de constitutiva da narrativa jornalística, sempre conforme proposto teoricamente por Cremilda Medina, esses manuais compartilham do comprometimento ético em diferentes graus, diferem na racionalidade complexa e, sobretudo, na renovação estética, ou, nas palavras da pesquisadora, confluem e se diferenciam no “rigor informativo racional, conjugado à intuição criativa e à consciência ética” (MEDINA, 2014, p. 121).

Eticamente, do ponto de vista textual, consideramos que os dois manuais expressam o compromisso com seus públicos, porém há diferenças determinantes. Quanto às orientações para a escrita da Agência de Notícias das Favelas, a pauta ligada à periferia, que vem sendo inevitavelmente coberta nas últimas duas décadas, manifesta empenho ético ao tratar de temas afetos às comunidades reportadas e atingidas, com viés que defende seus problemas e questões urgentes, mas, ao privilegiar a correção gramatical, promovem distanciamento vocabular em relação ao público preferencial, ou pelo menos parte dele. Isso, no entanto, não derrui a proposta editorial, a começar pelo fato de que a cobertura eticamente comprometida não se esgota no texto, apesar de que, com ele, poderia se aproximar ainda mais das abordagens, leitoras e leitores visados. Nesse sentido, o *Manual da diversidade em Jornalismo* da Énois avança não só ao pautar, mas ao narrar a partir da expressividade popular, incorporando “o símbolo estimulante da produção cultural eticamente solidária, tecnicamente competente e esteticamente criativa” (MEDINA, 2014, p. 92).

Quando consideramos a competência racional complexamente orientada, as diferenças entre os dois manuais são maiores. Conforme Morin (2005, p. 176), o paradigma da complexidade, uma “motivação para pensar”, não aspira a completude, ou seja, não pretende chegar a um denominador final que se traduziria, neste caso, em receituário relativo ao texto jornalístico; a postura complexa “luta, não contra a incompletude, mas contra a mutilação”. Queremos com isso argumentar que a escrita jornalística, cujo vocabulário evita a expressão popular, está subsidiada por um modo de pensar cuja racionalidade é cartesiana, pois hierarquiza e divide aquilo que deve ser incorporado e excluído do texto.

Conforme Descartes recomendou, seria preciso “dividir cada uma das dificuldades que examinasse em tantas parcelas quanto fosse possível e necessário para melhor resolvê-las” (DESCARTES, 2001, p.23). Aqui, “dificuldade” é uma circunstância relativa, que distingue e caracteriza a racionalidade de fundo dos dois manuais analisados: para a Agência de Notícias das Favelas, as palavras populares constituem problema para o texto informativo; para a Énois, a barreira está na normatividade gramatical. Em última instância, conforme Cremida Medina, estamos diante da diferença entre os paradigmas positivistas, herdados do cartesianismo, e posturas afetas às narrativas da contemporaneidade, que confluem ou fazem avançar a atividade científica e jornalística (MEDINA, 2008).

Quando o texto jornalístico aposta na extrapolação do modelo narrativo, sobretudo a partir

da ampliação do seu vocabulário comum, pode estar atraindo e criando leitoras e leitores, pois superar a previsibilidade da escrita da reportagem, ou o “horizonte de expectativas” do gênero, na expressão de Jauss (1994, p. 26), não implica em exclusão ou extermínio de tipos textuais precedentes; é, antes, processo ininterrupto e fundamental à sobrevivência do próprio gênero. De um ponto de vista complexo, não se trata de afrontar, desafiar, ou se sobrepor à escrita da reportagem convencional, mas de processo que redefine os tipos textuais.

## Referências

AGUIAR, P. Agências de notícias do Sul: resultados preliminares de um levantamento. **Anais Eletrônicos do Congresso Epistemologias do Sul**. v. 1, n. 1, 2017, p. 117-124.

AGUIAR, P.; ESPERIDIÃO, M. C.; SILVA JR., J. A. (Orgs.). **Agências de notícias: perspectivas contemporâneas**. Recife: EDUFPE, 2014.

BAGNO, M. **Preconceito linguístico: o que é, como se faz**. São Paulo: Loyola, 2003.

BARCELLOS, C. **Abusado: o dono do morro Dona Marta**. Rio de Janeiro: Record: 2003.

BONANNO, L. P.; VASCONCELLOS, M. P. Transcendendo Fronteiras e Criando Notícias: A Agência de Notícias da Sida em Moçambique. **Saúde & Transformação Social**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 73-80, 2014.

BONES, E.; CENTENO, A.; GUIMARAENS, R. **Coojornal: um jornal de jornalistas sob o regime militar**. Porto Alegre: Libretos, 2011.

CARDOSO, G. et al. **O jornalismo e as agências de notícias: o desafio das redes sociais**. Relatório Obercom, 2016.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

CUNHA, S.; WEINGRILL, N. **Manual da diversidade em jornalismo**. São Paulo: Escola de Jornalismo da Énois, 2017.

DESCARTES, R. **Discurso do método**. Tradução: Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

DEUZE, M.; WITSCHGE, T. O que o jornalismo está se tornando. **Parágrafo**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 07-21, 2016.

DINES, A. **O papel do jornal: e a profissão de jornalista**. São Paulo: Summus, 2009.

ELLWANGER, R. **A experiência da Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre (Coojornal) como alternativa de organização da categoria profissional**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional), Universidade de Santa Cruz do Sul – Unisc, Santa Cruz do Sul, 2011.

FERNANDES, A. **Perseguindo um sonho: a história da fundação da primeira agência de notícias de favela do mundo**. Rio de Janeiro: ANF Produções, 2018.

FERNANDES, A. **Manual de redação e estilo da ANF: Agência de Notícias das Favelas**. Rio de Janeiro: ANF Produções, 2015.

FERNANDES, A. **Entrevista concedida ao autor**. [S. l.] . 29 abr. / 17 maio 2020.

FOLHA DE S. PAULO. **Manual da redação**. São Paulo: Publifolha, 2018.

GLÓRIA, R. S. **O jornalismo alternativo à luz do circuito das comunicações: uma história cultural do Coojornal (1975-1983)**, publicação da Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, 2019.

GLÓRIA, R. S. O racha das eleições de 1978 da Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre: diferentes visões em conflito. **Anais do 7º Encontro Regional Sul de História da Mídia**, Santa Maria: Universidade federal de Santa Maria, 2018.

GLORIA, R. S.; STRELOW, A. Coojornal como objeto de pesquisa: mapeamento dos estudos realizados sobre o jornal. **Anais do 11º Encontro Nacional de História da Mídia**, São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2017.



GÓES, L. T. As rotinas de produção das agências de notícias alternativas na web. In: AGUIAR, P.; ESPERIDIÃO, M. C.; SILVA JR., J. A. (Orgs.). **Agências de notícias: perspectivas contemporâneas**. Recife: EDUFPE, 2014, p. 143-161.

JAUSS, H. R. **A história da literatura como provocação à teoria literária**. São Paulo: Ática, 1994.

JOHNSON, S. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: EDUSP, 2003.

MEDINA, C. **Anais do 1º Seminário Transdisciplinar: a crise dos paradigmas**. São Paulo: ECA/USP, 1991.

MEDINA, C. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. São Paulo: Summus, 2003.

MEDINA, C. **Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo: Summus, 2008.

MEDINA, C. O criador da assinatura coletiva. In: MEDINA, C. (Org.). **Liberdade de expressão, direito à informação nas sociedades latino-americanas**. Série Novo Pacto da Ciência 11. São Paulo: Fundação Memorial da América Latina, 2010, p. 145-155.

MEDINA, C. **Atravessagem: reflexos e reflexões na memória de repórter**. São Paulo: Summus, 2014.

MEDINA, C. **Ato presencial: mistério e transformação**. São Paulo: Casa da Serra, 2016.

MORAIS, F. **Chatô: o rei do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. Tradução: Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. Ed. revista e modificada pelo autor. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

MOURA, R. **Grauterapia**. São Paulo: UOL TAB, Énois, 22 jan. 2020.

NASCIMENTO, W. G.; PÔRTO JR., F. G. R. Webjornalismo e hipertextualidade: uma análise da narrativa e dos links do portal *O Globo*. In MARTINS, E.; PALACIOS, M. (Orgs.). **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo – volume 2**. Portugal: Labcom, 2016, p. 431-452.

PEREIRA, A. Coojornal, um novo olhar sobre uma história conhecida. **Anais do 10º Encontro Nacional de História da Mídia**. Porto Alegre, 2015.

SILVA JR, J. A. Estruturação histórica das agências de notícias. In: AGUIAR, P.; ESPERIDIÃO, M. C.; SILVA JR., J. A. (Orgs.). **Agências de notícias: perspectivas contemporâneas**. Recife: EDUFPE, 2014, p. 45-55.

TARDELLI, R. **O valor da vida: 10 anos da agência AIDS**. São Paulo: Senac, 2013.