



## **O ensino de jornalismo e as novas Tecnologias da Informação e da Comunicação: desafios para o século XXI<sup>1</sup>**

Luis Otávio DIAS<sup>2</sup>  
Rosa Maria Cardoso DALLA COSTA<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

### **RESUMO**

A formação do profissional jornalista tem recebido atenção de pesquisadores na área da comunicação social no Brasil e no exterior. Analisar os desafios do ensino do jornalismo no Paraná é um dos principais objetivos do projeto de pesquisa, em questão, do doutorado em Educação da Universidade Federal do Paraná, iniciado no último mês de abril. Este texto traz os primeiros apontamentos sobre o projeto que busca revelar um cenário ainda incerto sobre a formação desse um novo para o século XXI frente às Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, que exige um jornalista preparado para um mercado de trabalho multifacetado, voltado ao ambiente web de leitores digitais.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; comunicação; tecnologias; currículo; universidades.

### **1. INTRODUÇÃO**

A Comunicação está em constante transformação. Os canais de acesso à informação se multiplicaram e a rede mundial de computadores possibilitou que cada cidadão/espectador também seja um difusor de conteúdos e formador de opinião. O debate sobre as influências e consequências do uso de novos canais de comunicação na

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Jornalista, doutorando em Educação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e professor do curso de Comunicação Social: Jornalismo, do Centro Universitário Uninter – PR, email: [fototavio@yahoo.com.br](mailto:fototavio@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Orientadora Do trabalho. Jornalista, graduada em Comunicação Social pela UMESP (Universidade Metodista de São Paulo), Bacharel em Direito pela Unicuritiba (Centro Universitário Curitiba), Mestre em educação pela UFPR (Universidade Federal do Paraná), doutora em Ciência da Informação e da Comunicação pela Paris VII –(Université Vincennes- Saint Denis) e pós doutora em Ciências da Informação e da Comunicação pela Maison Des sciences de l’Homme (MSH Paris Nord). Professora do Departamento de Comunicação Social e dos Programas de Pós Graduação em Educação e em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, desde 1998. Diretora Cultural da Intercom – gestão 2009-2011 e 2012- 2014, email: [rmdcosta@uol.com.br](mailto:rmdcosta@uol.com.br)



internet faz parte do futuro do ensino de Jornalismo nas universidades. Estudos recentes mostram a necessidade de ampliar e aprofundar as pesquisas sobre o tema, em um cenário de grande oferta de vaga para cursos de graduação em jornalismo. A formação do profissional jornalista tem recebido atenção de pesquisadores na área da comunicação social no Brasil e no exterior. Analisar os desafios do ensino do jornalismo no Paraná é um dos principais objetivos do projeto de pesquisa, em questão, do doutorado em Educação da Universidade Federal do Paraná, iniciado no último mês de abril. Estendem-se a esse estudo acompanhar o e servir de apoio a projeto em curso criado por um convênio entre a Universidade Federal do Paraná e Universidade de Lyon II, sobre “Novas Práticas Jornalísticas”.

Torna-se relevante fazer uma reflexão sobre o uso de novas tecnologias no ensino de jornalismo, considerando as adaptações das práticas pedagógicas frente ao cenário que se apresenta; ao aluno, que traz consigo uma carga de conhecimento e interatividade acumulados; e os desafios do educador para suprir a demanda de uma sociedade da informação. Soma-se a essas indagações o amplo debate que se faz, nesse momento, entre professores de jornalismo em todo Brasil, sobre as novas diretrizes curriculares para o curso, aprovadas pelo Ministério da Educação, em setembro de 2013.

Todo esse processo faz parte de um desafio de análise empírica e epistemológica, de delimitação da área e de elementos constituintes desse sistema, que envolve a cultura escolar, a comunicação e a educação.

O projeto de pesquisa busca fazer um levantamento da adequação dos cursos de jornalismo das universidades públicas e particulares do Paraná, tendo em vista seu comportamento diante dos novos modelos tecnológicos de comunicação. Nessa etapa inicial optou-se como metodologia realizar uma pesquisa documental sobre as matrizes curriculares dos cursos de jornalismo, para verificar se o projeto de ensino incorporou a comunicação digital como disciplina. Pretende-se também fazer uma análise comparativa entre as instituições, para alcançar uma amostra de como o ensino de jornalismo, no Paraná, está respondendo ao avanço tecnológico e às práticas da comunicação na internet.

Junta-se aos elementos desse projeto de pesquisa a relação das instituições públicas (estaduais e federais) e particulares paranaenses que oferecem cursos de graduação de Comunicação Social ou Jornalismo. Conforme consta na página na internet do Ministério da Educação (MEC), foram encontradas 10 nomenclaturas



diferentes para os cursos de Comunicação em 38 instituições de ensino superior relacionadas abaixo. A partir dessa coleta de dados, pretende-se fazer um recorte sobre esse grupo de cursos, delimitando apenas as graduações das universidades, para fazerem parte do campo da pesquisa.

### **Jornalismo**

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ - UNICESUMAR - UNICESUMAR  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DINÂMICA DAS CATARATAS - UDC  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DE CASCAVEL - FCSAC  
FACULDADE MARINGÁ - CESPAP  
FACULDADES OPET  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA - UEPG  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO OESTE - UNICENTRO  
UNIVERSIDADE POSITIVO - UP

### **Comunicação Social - Jornalismo**

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL - UNINTER  
FACULDADE ASSIS GURGACZ - FAG  
FACULDADE DO NORTE NOVO DE APUCARANA - FACNOPAR  
FACULDADES INTEGRADAS DO BRASIL - FACBRASIL  
UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ - UTP

### **Comunicação Social**

CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPOS DE ANDRADE - UNIANDRADE  
CENTRO UNIVERSITÁRIO CURITIBA - UNICURITIBA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE UNIÃO DA VITÓRIA - UNIUV  
CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL - UNINTER  
ESCOLA SUPERIOR DE ESTUDOS EMPRESARIAIS E INFORMÁTICA - ESEEI  
FACULDADE ALVORADA DE TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO DE MARINGÁ  
FACULDADE ALVORADA  
FACULDADE CAMPO REAL - CAMPO REAL  
FACULDADE CRISTO REI - FACCREI  
FACULDADE CURITIBANA - FAC  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DE CASCAVEL - FCSAC



FACULDADE DE PATO BRANCO - FADEP

FACULDADE DO NORTE NOVO DE APUCARANA - FACNOPAR

FACULDADE DO NORTE PIONEIRO - FANORPI

FACULDADE FOZ DO IGUAÇU - FAFIG

FACULDADE MARINGÁ - CESPAP

FACULDADE METROPOLITANA DE MARINGÁ

FACULDADE PITÁGORAS DE LONDRINA

FACULDADE SANTA AMÉLIA - SECAL

FACULDADE SUL BRASIL - FASUL

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FOZ DO IGUAÇU - IESFI

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ - PUCPR

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA - UEL

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR

UNIVERSIDADE NORTE DO PARANÁ - UNOPAR

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ - UTP

### **Comunicação Social - Produção Editorial e Multimídia**

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL - UNINTER

### **Comunicação Social - Rádio e Televisão**

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ - UTP

### **Comunicação e Ilustração Digital**

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FOZ DO IGUAÇU - IESFI

### **Comunicação Empresarial**

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FOZ DO IGUAÇU - IESFI

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ - UTFPR

### **Comunicação e Mídias**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ - UEM

### **Comunicação Institucional**

CENTRO UNIVERSITÁRIO CLARETIANO - CEUCLAR



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ - UTFPR

### **Comunicação para Web**

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FOZ DO IGUAÇU – IESFI

## **2. O CURSO DE JORNALISMO NAS UNIVERSIDADES PARANAENSES**

O estado do Paraná tem quatro universidades públicas federais, a Universidade Federal do Paraná (UFPR), a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), a Universidade Latino-Americana (Unila) e a Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS); sete universidades públicas estaduais, a Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), a Universidade Estadual de Londrina (UEL), a Universidade Estadual de Maringá (UEM), a Universidade Estadual do Centro-oeste (Unicentro), a Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), a Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP), a Universidade Estadual do Paraná (Unespar), pelo menos cinco grandes universidades privadas<sup>4</sup>, além de diversas faculdades isoladas e alguns centros universitários. Essa grande oferta de vagas para o curso de graduação na área é uma das mudanças ocorridas a partir da década de 1990, quando o aumento da oferta de vagas nos cursos de graduação em Comunicação Social, ocorrido trouxe consequências significativas para o mercado profissional da área em todo o Brasil e ganha contornos peculiares nas suas diversas regiões e estados. Nesta pesquisa, serão considerados apenas os cursos de jornalismo oferecidos pelas universidades, sejam elas públicas federais ou estaduais ou privadas.

O estado do Paraná foi um dos mais afetados pela explosão do número de vagas ocorrida no final dos anos de 1990 e início da primeira década do século XXI. Houve um aumento de cerca de 200% na oferta de vagas nos cursos superiores de Comunicação Social do Estado do Paraná. Tamanho aumento de oferta em tão curto espaço de tempo provocou uma série de implicações, tais como: a busca de professores de jornalismo e a migração de muitos profissionais para o ensino superior, a diferença de qualidade do ensino oferecido nas instituições públicas e privadas; a

---

<sup>4</sup> Em Curitiba estão situadas a Universidade Positivo (Unicamp); Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), a Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). No interior do estado tem ainda: a Unopar (Universidade do Norte do Paraná), a Unipar (Universidade Paranaense, situada em Cascavel) .



profissionalização do setor em todo o estado, inclusive nas cidades pequenas e do interior e mudanças no mercado de trabalho da área, ocorridas por circunstâncias que vão além da formação desses profissionais.

Passado os primeiros dez anos dessa, que pode ser chamada de explosão de cursos de comunicação, o Paraná tem hoje um cenário mais estabilizado no que diz respeito aos cursos de graduação em Comunicação Social, em especial, na habilitação jornalismo. Vários cursos abertos no final da década de 90 foram fechados por falta de novas matrículas, sendo mantidos principalmente os oferecidos nas instituições públicas estaduais e na UFPR, com número mais reduzido de vagas oferecido anualmente. Um dado novo é a criação a partir do ano 2000 de cursos de pós-graduação, *strictu sensu*. O primeiro deles, na Universidade Tuiuti do Paraná, no ano 2000, que atualmente tem também o primeiro doutorado na área da comunicação no estado, e a partir de 2010, os Mestrado em Comunicação na UFPR, na UEL e na UEPG, este último, especificamente em jornalismo.

### **3. REDE EM EXPANSÃO**

A 13ª edição da pesquisa “F/Radar - Panorama do Brasil na Internet” realizada pela F/Nazca & Saatchi em parceria com o Instituto Datafolha, divulgada em outubro de 2013, mostrou que o Brasil é um país de 84 milhões de brasileiros na internet, considerados os usuários acima de 12 anos. A pesquisa fez um levantamento da evolução da penetração da internet entre os brasileiros e o crescente uso internet móvel entre seus usuários. Sobre esse último item, já somos 43 milhões de brasileiros acessando a internet por aparelhos móveis. Traz ainda que o celular é uma porta de entrada para a rede, já que 41 milhões de pessoas acessam a internet pelo telefone, sendo que deste total, 3,8 milhões entraram na internet por causa do aparelho.

Esse cenário comprova que o ambiente virtual é um campo amplamente aberto a pesquisas, estudos e a uma compreensão mais profunda do que de fato todas essas mudanças em curso – sejam elas tecnológicas ou de comportamento - possam significar. *Facebook* e o *Twitter*, por exemplo, se tornaram canais oficiais de informação e divulgação para diferentes gêneros de veículos da comunicação, transitando em todos os setores da sociedade. No Brasil, há 41,2 milhões de usuários do *Twitter*, conforme dados de junho de 2012 da consultoria francesa SemioCast. É o 2º país com mais 'tweeters', atrás dos Estados Unidos, com 141,8 milhões de usuários. Uma outra



pesquisa do site Royal Pingdom<sup>5</sup>, de 2010, colocou o Brasil em quinto lugar entre os países com mais números de internautas, com 72 milhões de usuários. O Brasil ficou atrás da China, Estados Unidos, Japão e Índia. Comparando o número de população e usuários, quase um terço dos brasileiros acessa a rede, considerando a população do país de 196,6 milhões de habitantes<sup>6</sup>. No mesmo levantamento, a França ficou em 9º lugar, com 44,6 milhões de internautas. Neste caso, a porcentagem de franceses que acessam a internet é de 68 % frente aos aproximadamente 65,4 milhões de habitantes<sup>7</sup>. A Royal Pingdom traz que, no mesmo período, a Europa concentrou 475, 1 milhões de usuários da internet e a América Latina e Caribe tinham 204,7 milhões. Junta-se a essa realidade a multiplicação de *blogs*, *sites*, *podcasts*, *fanpages*, entre outros instrumentos de divulgação.

#### 4. OS DESAFIOS DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Pesquisas sobre as mudanças que a internet trouxe para a comunicação e, conseqüentemente, para o ensino de jornalismo estão interferindo no ambiente acadêmico de forma consistente, tamanha a relevância do desafio que se apresenta ao professor, de formar jornalistas preparados para uma nova rotina de trabalho.

Eugênio Bucci<sup>8</sup> diz que é preciso dar ênfase na formação profissional como meio de enfrentar a nova realidade do mercado de comunicação, de que as velhas nomenclaturas (jornalismo impresso, radiofônico, televisivo) perdem sentido diante da nova realidade digital. (COSTA, 2008).

Estudiosos confirmam que os leitores estão mais atentos e ativos. A interatividade, ponto de convergência entre a imprensa tradicional e a internet, permite que as pessoas opinem sobre tudo o que acontece. As novas mídias estão presentes em todas as áreas de atuação, na televisão, no rádio, no jornal impresso. O ambiente web agrega o vídeo, o áudio, o texto, a foto, em uma única plataforma.

As reflexões sobre o tema buscam responder o papel dos meios de comunicação, o desempenho da imprensa e a formação do jornalista na era digital. Para traçar um perfil dessas perspectivas propõe-se uma revisão de literatura com Castells, Lévy e

---

<sup>5</sup> Disponível em <http://royal.pingdom.com/2011/01/12/internet-2010-in-numbers/>. Acessado em 3 de agosto de 2013.

<sup>6</sup> Fonte Banco Mundial (2011)

<sup>7</sup> Censo de 2010 do *Institut National de la Statistique et des Études Économiques* da França. Instituto Nacional de Estatística e Estudos Econômicos, em tradução literal para o português.

<sup>8</sup> Jornalista, doutor em Ciências da Comunicação e artes da Universidade de São Paulo (USP).



Meyer). Compreender o processo de desenvolvimento da sociedade da informação e sociedade do conhecimento, onde os meios de comunicação tem papel preponderante, conduz à elaboração da proposta.

O processo histórico da mídia esta presente em Briggs e Burke, “mostrando a importância do passado em relação ao presente, trazendo a história para o interior dos estudos de mídia, e a mídia para o interior da história.” (Briggs, Burke, p. 11, 2004).

Pensar o ensino de jornalismo no campo da educação e da comunicação provoca um impacto sobre os saberes da cultura escolar, uma vez que frente aos desafios está a mudança de metodologia.

Forquim (1993, p. 10) diz ser necessário reconhecer que “se toda educação é sempre educação de alguém por alguém, ela supõe, necessariamente, a comunicação, a transmissão, a aquisição de alguma coisa: conhecimento, competências, crenças, hábitos, valores, que constituem o que se chama de “conteúdo” da educação”.

Ao levar em consideração o sentido da palavra cultura, para inseri-la de forma hegemônica na escola, Lopes (1999, p. 64) explica a necessidade de delimitar as categorias cultura, saber e conhecimento, com o objetivo de compreender e legitimar as características do conhecimento escolar. Essa transmissão cultural é colocada por Forquim (1993, p. 9) como um dos problemas da educação e que esse dilema passa pelo conteúdo pedagógico e interpela a identidade dos professores, já que não há ensino sem o reconhecimento, por parte daqueles a quem o ensino é dirigido.

A internet colocou em evidência a liberdade de expressão das pessoas, o compartilhamento da informação, a comunicação instantânea, praticamente ao vivo, permitindo que o emissor se faça sempre presente. Wolton (2006) alerta para a necessidade de saber se comunicar, pois “hoje todo mundo quer comunicar e ter acesso às ferramentas mais performáticas; todo mundo quer experimentar essa busca do outro que a comunicação significa em primeiro plano.” (WOLTON, 2006, p. 12). De outro modo o autor chama a atenção sobre a liberdade que todos temos de nos expressar.

Todo mundo tem algo a dizer e o direito de se expressar. Mas expressar-se não basta para garantir a comunicação, pois deixa de lado a segunda condição da comunicação: saber se o outro está ouvindo e se está interessado no que digo...E se responder, isto é, se por sua vez se expressar, será que eu estou pronto para ouvi-lo? (WOLTON, 2006, p. 14)

Com as redes sociais, agentes políticos devem estar muito mais atendo à questão do *feedback*, pois seus seguidores, eleitores, que formam um grande banco de dados,



estão sempre aguardando um retorno sobre a comunicação que existe entre eles. Estamos tratando de emissor, mensagem e receptor, que, hoje, não fica apático ao que recebe, mas retorna com sua opinião, comentário, indagação. Somente a informação não é suficiente para se comunicar, na opinião de Wolton (2006). Para ele, a informação está ligada à mensagem, e informar é distribuir essa mensagem de forma livre.

Comunicar, portanto, não é apenas produzir informação e distribuí-la, é também estar atento às condições em que o receptor a recebe, aceita, recusa, remodela, em função de seu horizonte cultural, político e filosófico, e como responde a ela. A comunicação é sempre um processo mais complexo que a informação, pois se trata de um encontro com um retorno e, portanto, com um risco. Transmitir não é sinônimo de comunicar. (WOLTON, 2006, p. 16).

Geneviève Jacquinet-Delaunay<sup>9</sup>, estudiosa e pesquisadora francesa, especialista no uso de tecnologias na escola, tendo a televisão seu principal objeto de pesquisa, faz importante análise que contribui paralelamente ao projeto proposto.

Jacquinet-Delaunay (2008) sinaliza que as principais características das tecnologias de informação e comunicação são o acesso direto e rápido a uma grande quantidade de dados; a mistura e manipulação de novas possibilidades de articulação; a simulação de situações do mundo real mediante mundos virtuais ou realidades virtuais; e a interatividade. “A interatividade atenua a separação clássica entre a postura do autor e aquela do leitor, e o utilizador pode ser sucessivamente emissor e receptor, aquele que produz e que reage.” (JACQUINOT–DELAUNAY, 2008, p. 274).

As pesquisas sobre o uso educativo dos meios também recebem a contribuição de Dalla Costa (2008), ao apresentar relatos de estudos na escola com foco nas relações entre educação e comunicação.

De uma maneira geral, a grande questão que se coloca é a de analisar como a escola (professores e alunos) está lidando com a presença hegemônica dos meios de comunicação de massa na sociedade brasileira e de que maneira essa presença se manifesta nas suas práticas cotidianas e interfere ou não no processo de ensino e aprendizagem. (DALLA COSTA, 2008, p. 110).

---

<sup>9</sup> Professora emérita em Ciências da Educação, especialista em Mídia, Educação e Formação; e ex-vice-presidente da Universidade Paris VIII, titular da Cátedra da Unesco de Formação a Distância e chefe de redação da Revista *Média Morphoses*, editada pelo Instituto Nacional do Audiovisual e por A. Colin.



Podem-se transferir para o ambiente universitário comprovações sobre a pesquisa em comunicação em fases anteriores do ensino. Há um consenso entre pesquisadores e estudiosos de que a o ambiente escolar se tornou um campo vasto para a pesquisa em comunicação, aberta a novas possibilidades de investigação, experimentações e de mediações.

É um local em que também se permitem aproximações com outras disciplinas, abrindo canal para o avanço de novas epistemologias e manifestações culturais distintas. Esses apontamentos ficam evidentes quando se propõe a pesquisar modelos de práticas pedagógicas com novas tecnologias de informação e comunicação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente texto deixa perspectivas em aberto sobre a pesquisa que se propõe desenvolver nos próximos quatro anos no doutorado em Educação da UFPR. No entanto, delineia um cenário de incertezas sobre a formação do profissional jornalista para os próximos anos, pensando como as universidades públicas e privadas do Paraná, com cursos de jornalismo, preparam seus os alunos para enfrentarem um mercado que exige um profissional multifacetado frente às Novas Tecnologias da Informação e Comunicação.

Neste contexto, a atual pesquisa reflete as ponderações da expressão “jornalista digital” discutida por Ferrari (2006) exige a formação de um profissional multimídia, que acompanha a audiência da usa matéria em tempo real, além da necessidade de especialização acadêmica na área para ensinar alunos a escrever textos para novas mídias.

## REFERÊNCIAS

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Tradução Maria Carmelita Pádua Dias; revisão técnica Paulo Vaz. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999 . (A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, v.1).

COSTA, Carlos. **Novas Tecnologias e o ensino de Jornalismo**. *Líbero* – Ano XI – nº 22 – Dez. 2008. Disponível em:  
<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/6079/5544>.



Acessado em 23 de agosto de 2013.

DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso. **Estudos de recepção: uma metodologia de análise dos meios de comunicação e a cultura escolar**. In: SCHMIDT, Maria Auxiliadora; GARCIA, Tânia Maria F. Braga; HORN, Geraldo Balduino. **Diálogos e Perspectivas de investigação**. Ijuí: Unijuí, 2008, p.95-119.

F/Radar - Panorama do Brasil na Internet. Disponível em:  
<http://www.fnazca.com.br/index.php/2013/12/20/fradar-13%C2%AA-edicao/>  
Acessado em 24 de março de 2014.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4ª ed. São Paulo: Contexto, 2012

FORQUIN, Jean-Claude. **Escola e Cultura: as bases sociais e epistemológicas do conhecimento escolar**. Trad. Guacira Lopes Louro. Porto Alegre, RS: Artes Médicas, 1993.

JACQUINOT, Geneviève. **La escuela frente a las pantallas**. 2ª ed. (tradução de Marta Marin) Buenos Aires: Aique Grupo Editor, 1985.

JACQUINOT-DELAUNAY, Geneviève. **Novas Tecnologias, novas competências**. (Tradução de Rosa Maria Cardoso Dalla Costa) In: Revista Educar, n.31, jan-jun/2008. Curitiba: Editora UFPR, p.267-284.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOPES, Alice R.C. **Conhecimento Escolar: ciência e cotidiano**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1999, p. 33 a 101.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer? : como salvar o jornalismo na era da informação**. (tradutora Patrícia De Cia) - São Paulo: Contexto – 2007.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.