

## **Antes da Saideira – Livro-Reportagem Sobre a Bebida Alcoólica no Ambiente<sup>1</sup> Universitário**

Isabela COLLARES<sup>2</sup>  
Roberto NICOLATO<sup>3</sup>

Centro Universitário Uninter, Curitiba, PR

### **RESUMO**

O uso de drogas é um assunto que coloca em pauta as tantas controvérsias da sociedade moderna, haja vista a elaboração de discursos agressivos em “combate” às drogas ilegais, como maconha, cocaína, e crack e a grande complacência em relação às drogas legais, tais como álcool e tabaco. Esse diagnóstico fica mais evidente com os incentivos via propaganda em todos os meios de comunicações (BUCHER, 1992, 1995; BUCHER & OLIVEIRA, 1994, GIULIANOTTI, 1997; VELHO, 1993). Assim, o uso do álcool entre os estudantes universitários e a ausência parcial de programas de conscientização por parte da sociedade, formam o ponto inicial do presente projeto. É válido antecipar ao observador que o trabalho não almeja tomar o partido da restrição ao uso do álcool nem, tampouco, apoiar-se em políticas punitivas de resultados quase sempre duvidosos. A intenção é instigar o debate em relação ao uso de bebidas alcoólicas por aqueles que parecem estar no momento áureo de sua produtividade intelectual e artística. Assim, o livro-reportagem, por caracterizar uma maior profundidade quanto ao tema explorado, permite que abordagem seja feita de forma mais contundente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Álcool; debate; livro-reportagem; universitários.

O Brasil se destaca por permitir que ídolos populares da música e futebol protagonizem propagandas de bebidas. Diante desta realidade, se faz necessário o debate de conscientização sobre as formas de profilaxia para todas as faixas etárias, ao uso destas substâncias. Com a finalidade de contribuir para a discussão sobre tais formas de proteção, surgiu a ideia da criação de um livro-reportagem que aborde a questão do uso de álcool entre os estudantes inseridos no contexto acadêmico. Pela análise conceitual, o livro-

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

<sup>2</sup>Graduanda de Jornalismo do Centro Universitário Internacional – Uninter, e-mail: [isacollares@yahoo.com.br](mailto:isacollares@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Orientador Professor doutor do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Internacional Uninter. Curitiba, Paraná. E-mail: [nicolato77@gmail.com](mailto:nicolato77@gmail.com)

reportagem pode ser encarado como “o veículo de comunicação impressa que apresenta reportagens em grau de amplitude superior ao tratamento costumeiro nos meios de comunicação jornalística periódico. Por grau de amplitude superior, se entende maior ênfase ao tratamento do tema em foco nos aspectos extensivo e intensivo.” (LIMA, 2009, p.28). Desta forma, a produção de um livro-reportagem sobre a bebida no ambiente universitário pode contribuir para o interesse na divulgação de notícias que dizem respeito tanto à criação quanto a ausência de políticas públicas relacionadas ao consumo de etanol entre os estudantes do Ensino Superior. Note-se que, apesar de existir um acervo considerável de informações referentes aos prejuízos do álcool, a realidade parece apontar para uma escassez de ações de conscientização que esclareçam à população universitária sobre o poder destrutivo da bebida. A função particular do livro-reportagem é informar e orientar em profundidade a respeito de episódios factuais, acontecimentos, ideias e figuras humanas, de modo que apresente ao leitor um quadro apropriado para situá-lo diante de suas inúmeras realidades, mostrando o sentido e o significado do mundo contemporâneo (LIMA, 2009).

Ao jornalista, cabe a difusão dos trabalhos científicos ao grande público. Hoje, grande parte dos profissionais que divulgam as pesquisas científicas no Brasil provém das faculdades de Comunicação Social. Daí a responsabilidade do comunicador em procurar meios de cada vez mais ampliar seu repertório de informações especializadas investindo, por exemplo, na melhoria qualitativa e quantitativa de conteúdos científicos. Os profissionais do jornalismo devem atentar-se para a execução dos princípios básicos da atividade. Dentre eles estão às recomendações para que as notícias sejam compreensíveis e relevantes ao cidadão. Assim, há uma relação de reciprocidade entre a notícia e a sociedade. Nesta percepção, Franciscato e Neves (SOUSA, 2006, p. 56) defendem que a aproximação da sociedade com a realidade é a primeira meta a ser alcançada pelo jornalismo, complementando que: “é bom lembrar que a informação é direito inegável ao ser humano e elemento fundamental para a construção de uma nação”.

O casamento maior da ciência e do jornalismo se realiza quando a primeira, que busca conhecer a realidade por meio do entendimento da natureza das coisas, encontra no segundo fiel tradutor, isso é, o jornalismo que usa a informação científica para interpretar o conhecimento da realidade. (OLIVEIRA, 2005, p 43)

A disseminação da informação por meio de uma livro-reportagem pode, por exemplo, instigar o debate sobre a relação entre o apelo cultural e econômico no consumo de bebidas alcoólicas e os efeitos nocivos relacionados ao seu consumo excessivo. Quanto à comunicação, vale traçar um comparativo entre os argumentos favoráveis ao uso do álcool (visto em campanhas publicitárias e reportagens) e os argumentos desfavoráveis ao consumo (identificados em campanhas de conscientização e matérias jornalísticas).

As discussões a respeito do álcool e sua evolução para a dependência ainda se estabelecem na zona de superfície, já que as consequências dos goles frequentes só aparecem, na grande maioria dos casos, após alguns anos. A problemática do álcool aparece como um fenômeno social complexo, visto que nos bastidores dos diferentes usos e abusos no consumo, estão associados aspectos pessoais, familiares e educativos, assim como elementos econômicos, ideológicos, políticos e culturais.

O uso de bebida alcóolica, em comparação a outras substâncias psicoativas, apresenta certas singularidades que fazem com que os transtornos relacionados ao seu uso sejam consequência de fatores como o de ser uma droga lícita, culturalmente aceita e, em alguns episódios, de ter o seu uso problemático aceitável ou incentivado, como é o caso do jovem que toma o seu primeiro “porre”.

Para a realização do trabalho do livro-reportagem sobre o consumo de álcool entre os estudantes universitários, foi realizado um levantamento de diversas pesquisas e entrevistas relacionadas ao tema. Apesar das diferenças socioeconômicas e culturais entre os países, a Organização Mundial de Saúde (OMS) indica o álcool como a substância psicoativa mais consumida no mundo. No Brasil, o álcool também é a droga mais usada em todas as faixas etárias, com destaque entre os mais jovens: 46% dos adolescentes brasileiros entre 14 e 17 anos consomem bebidas alcoólicas. O dado é de um estudo da ONU, que mapeou a ingestão de álcool entre os jovens de nove países da América Latina. O resultado foi preocupante: o Brasil ficou atrás apenas da Colômbia, com 51,9%, e do Uruguai, com 50,1% (DINIZ, 2011). Segundo pesquisa realizada pela Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas (Senad, 2010) com 12.711 estudantes de universidades públicas e privadas do país, 60,5% dos jovens relataram ter consumido álcool nos últimos trinta dias.

O ambiente universitário é palco de muitas atividades extracurriculares, que vão desde grupos de estudo e iniciações científicas, até a participação em jogos e festas universitárias. Um estudo divulgado em junho de 2013 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostra que mais da metade (50,3%) dos jovens brasileiros

já tomou ao menos uma dose de bebida alcoólica - o que caracteriza a ingestão de uma lata de cerveja, uma taça de vinho ou uma dose de destilado, como cachaça ou uísque. Hoje, há uma infinidade de bebidas alcoólicas espalhadas ao redor do globo, fazendo do álcool a substância psicoativa mais popular do planeta. O Brasil detém o primeiro lugar do mundo no consumo de destilados de cachaça e é o quinto maior produtor de cerveja. Só a Ambev, produz 35 milhões de garrafas por dia.

Segundo o levantamento nacional sobre padrões de consumo de álcool na população brasileira, do ano de 2007, 52% da população faz uso de bebida alcoólica, deste total aproximadamente metade dos bebedores, 24% apresentam um padrão de consumo perigoso (acima de 5 doses para homens e 4 para mulheres) e 29% são bebedores pouco frequentes. Tal padrão de consumo além de mostrar o quão vulnerável à implicações sociais, psicológicas, orgânicas e econômicas encontra-se a população brasileira, nos oferece uma dimensão acerca da problemática do uso do álcool como uma questão de saúde pública.

De acordo com a definição do Ministério da Saúde (BRASIL, 1994, p. 13), o dependente de álcool deve receber o termo de “alcoologista” o qual é relativo a toda problemática da síndrome da dependência de álcool. Já o termo “bebedor moderado” é utilizado para as pessoas que usam a bebida alcoólica esporadicamente sem criar problemas para si nem para os outros. Enquanto que o termo “bebedor-problema” define a pessoa que não é dependente, mas ao consumir a bebida alcoólica, apresenta transtornos biopsicossociais com prejuízos para si e para os outros.

Já o termo “síndrome de abstinência” é dado aos dependentes que apresentam os sintomas assinalados no Manual Diagnóstico de Transtornos Mentais, da Associação Norte Americana de Psiquiatria-DSM IV (1995, p. 114). Tais sintomas são: taquicardia, sudorese intensa, tremores, insônia, náuseas e vômitos, alucinações, ilusões, táteis e auditivas, agitação psicomotora, ansiedade e convulsões. O manual DSM IV anteriormente referido define o alcoolismo como “dependência de álcool”, atribuindo-lhe o código 303.9, incluindo os problemas psicossomáticos decorrentes do uso crônico do álcool.

A fase de transição para a universidade tem sido vista como um período de maior vulnerabilidade no que diz respeito ao consumo de álcool e outras drogas. O consumo excessivo de álcool é um padrão recorrente entre universitários (Ham e Hope, 2003; Park e Grant, 2005). Na literatura, as razões para o ponto de partida do consumo de álcool pelos jovens universitários vão desde a aceitação social do consumo, a falta de controle legal, passando por influências relacionadas a aspectos emocionais, culturais e aos padrões de

consumo estabelecidos pelo seu ambiente. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), entende-se por juventude a etapa de vida compreendida dos 15 aos 24 anos de idade.

Para Bettiol e Barbieri (1997), o contato com o álcool, especificamente na fase universitária, se deve ao fato dessa substância ser mais aceita que as demais. A fase de transição da infância para a vida adulta, observada pelo prisma da realidade contemporânea, pode ser observada pela “busca do prazer a todo custo”. O consumo de álcool parece se encaixar bem nesse propósito, numa fase da vida encarada pelos jovens como um período de transição e desafios constantes na busca de espaços nessa nova etapa de maturidade. (Kehl, 2004).

Um obstáculo que se impõe na avaliação do abuso de álcool entre universitários é a falta de parâmetros que definam operacionalmente o consumo de álcool de risco. Em muitos casos, somente medidas de quantidade e frequência do consumo de bebida não são suficientes para determinar o status do problema do uso de álcool entre universitários. Por exemplo, alguns bebedores frequentes podem reportar baixos índices de problemas decorrentes do abuso de álcool, enquanto alguns bebedores ocasionais ou moderados podem apresentar índices elevados de problemas relacionados ao beber. Dessa forma, as medidas de quantidade e frequência podem ser úteis para avaliar o padrão de risco quando aliadas à avaliação das consequências negativas associadas ao uso de álcool (Ham e Hope, 2003). Estudos direcionados a população universitária têm destacado um padrão de consumo de risco amplamente encontrado entre universitários, o chamado beber se embriagando ou binge drinking (Peuker, Fogaça e Bizarro, 2006; Wagner e Andrade, 2008).

É possível identificar a procura pelo álcool traduzida pela tentativa de responder a possíveis desgastes psicológicos e emocionais e, ao mesmo tempo, pela observação de fatores importantes como o valor de troca altamente lucrativo (relação custo do bem de consumo em relação ao que esse proporciona) e do potencial do produto, que oferece ao comprador a sensação de prazer relativamente rápida. O apelo marqueteiro também aparece como um ponto influenciador. As campanhas publicitárias de bebida alcoólica por vezes são protagonizadas por jovens, normalmente em ambientes festivos, animados, fazendo alusão situações de divertimento.

E se os fatores incentivadores ocupam boa parte dos argumentos favoráveis ao uso cabe, então, a preocupação em aumentar número das chamadas políticas de prevenção

como recurso essencial na tentativa esclarecer a classe universitária a respeito dos possíveis prejuízos ocasionados pelo consumo de bebida alcoólica. Análises sociais registram a necessidade contínua de campanhas de cunho preventivo, pois, pelo que se observa o número anual de bebedores é maior que o número de indivíduos tratados com sucesso.

De um ano para outro, pessoas das mais diversas profissões e categorias sociais se tornam alcóolatrás, sem que haja um grupo específico de risco na sociedade. Isso quer dizer que os alcóolatrás surgem de uma categoria de pessoas que não bebem ou bebem pouco. A necessidade da prevenção é também evidenciada pelo fato de que somente 20% dos alcóolatrás crônicos conseguem deixar o vício. Os restantes 80% acabam reincidindo na bebida. (FISHMAN, 1988, p.56)

Dessa forma, trabalhos de conscientização parecem assumir um caráter de suma importância para a sociedade. Daí a contribuição do Jornalismo como mediador de debates de cunho social, capaz de conduzir os estudantes a uma reflexão a respeito do consumo de bebida alcoólica por parte dos estudantes universitários. Por meio da contribuição do jornalismo, se é possível vencer o analfabetismo científico, o que inclui não só o público que receberá as informações, como os próprios jornalistas, por se tratar de discussões de um interesse que norteia o desenvolvimento humano e social. Ou seja, o jornalismo científico mostra-se capaz de promover a popularização de informações advindas das mais diversas áreas ligadas aos campos da psiquiatria, da ciência e da tecnologia.

Assim, além de ser identificado como um elo entre o senso comum e a comunidade científica, o Jornalismo contribui para a promoção da cidadania e da dignidade humana. Haja vista que a cultura científica de uma sociedade também faz parte do próprio exercício da democracia. Pesquisadores evidenciam que a divulgação dos trabalhos científicos tenha tido início com o próprio advento da imprensa no século XV, por meio de Johann Gutenberg (OLIVEIRA,2002). O início da imprensa teria permitido não só a divulgação de estudos na área da ciência como, também, o próprio surgimento do jornalismo científico.

Como sugere o jornalista e pesquisador Wilson da Costa Bueno, é importante identificar o conceito intrínseco da expressão “jornalismo científico” como forma de impedir possíveis confusões em relação a outros processos de difusão de informações relacionadas à Ciência. Assim, o termo o termo divulgação científica pode ser definida como ser definido como toda atividade de adaptação da linguagem na área da ciência para uma linguagem acessível a uma vasta audiência, com a intenção de levar a público a

explicação de métodos, aspectos técnicos e outras informações científicas que possam interessar a sociedade.

No que se refere a informações a respeito do uso de bebidas alcoólicas entre os estudantes universitários, o jornalismo científico apresentaria uma abertura para a divulgação dos trabalhos de profissionais ligados as áreas da psicologia e psiquiatria, a fim de disseminar e atualizar as informações referentes ao tema.

De acordo com Vogt (et al 2006), a comunicação pública tem um papel fundamental nas sociedades contemporâneas não só pela importância na formação dos cidadãos, mas também por uma necessidade da própria ciência. Hoje, muitas decisões importantes para o trabalho dos cientistas são tomadas com auxílio de pessoas de diversas áreas, e não apenas por especialistas ou pesquisadores.

A interação entre a ciência e os variados tipos de público é hoje, então, uma exigência social, e não somente um filantrópico desejo de democratizar o conhecimento, nem somente deve-se ao efeito da importância da tecnologia em nossas vidas (VOGT et al, 2006, p.88-89.)

Até os 18 anos, os jovens apresentam imaturidade orgânica que impede a completa metabolização do álcool, limiar de idade que alguns países, como os Estados Unidos e o Canadá, definiram aos 21 anos, por cientificamente ter sido considerada melhor para a saúde. No sexo feminino, este problema é ainda mais grave, já que, além de uma menor capacidade de metabolização a nível hepático, o organismo apresenta menor concentração de água (10 a 15%) e menor superfície corporal. Assim, para ambos os grupos, por regra, a mesma quantidade de álcool produz uma ação mais significativa, quer psicotrópica, quer patogénica, quando comparada com a verificada nos homens (Ministério da Saúde, 2000; 2009).

O consumo inadequado de etanol provoca consequências nefastas ao sistema fisiológico, provocando também sintomas de desmotivação e desinteresse face à vida e à definição de objetivos futuros. A problemática do consumo de bebidas alcólicas na população estudantil é uma questão de preocupação educacional. Numerosos fatores podem influenciar o modo como os jovens se aproximam do álcool. A entrada num curso superior, sem o debate e a reflexão propostas por ações de conscientização, pode constituir-se de um importante fator para o início das atividades de lazer regadas a bebidas alcólicas e/ou outras drogas. Por conseguinte, pretendeu-se avaliar, no processo de escrita do livro-

reportagem, o padrão de consumo de álcool no meio universitário, identificando possíveis mudanças nos consumos decorrentes do ingresso e permanência no Ensino Superior.

Os jovens têm à disposição uma variedade significativa de bebidas alcoólicas que poderão ser adquiridas facilmente e a um preço acessível a todas as camadas sociais. Os padrões de consumo pós-moderno constituem uma importância extrema ao valor “simbólico” das bebidas alcoólicas.

Daí a importância do jornalismo científico, que permite a decodificação da linguagem utilizada em artigos e comentários que envolvem a ciência. Investir no conhecimento claro e de fácil entendimento é conseguir que os fatos científicos favoreçam o desenvolvimento social como um todo. Assim, as informações e novidades no segmento da psiquiatria em relação ao consumo de bebidas alcoólicas entre os jovens, podem chegar ao público de tal forma a proporcionar que os dados sejam utilizados convenientemente.

O auge do jornalismo científico no Brasil aconteceu na década de 1980, por meio de revistas como *Ciência Hoje* e *Ciência Ilustrada*. Já na década de 1990, foram criadas as revistas *Globo Ciência* e *Superinteressante*. Além das revistas, surgiram programas televisivos como o *Globo Ciência* (TV Globo) e a *Estação Ciência* (extinta TV Manchete). Os noticiários diários também já divulgavam com maior frequência matérias relacionadas à *Ciência, Tecnologia e Inovação*.

Como explica Oliveira (2005) esse desenvolvimento do jornalismo científico deve-se, em grande parte, a eventos que tiveram notável repercussão internacional, entre eles a passagem do cometa Halley (1986), as viagens espaciais, e as questões ambientais. Às vezes, o avanço científico é tão espetacular que se torna notícia obrigatória, e o jornal não pode deixar de registrá-la. Porém, como nem só de avanços espetaculares se faz a ciência e, com frequência o trabalho do pesquisador costuma passar ignorado e incompreendido.

O progresso da ciência depende de que o público compreenda, pois dele saem seus representantes encarregados de fazer as leis e traçar as políticas, inclusive a científica. Dessa forma, o trabalho de pesquisa do jornalista junto com os profissionais da área da saúde, tais como psiquiatras e assistentes sociais, são fundamentais para a elaboração de debates mais consistentes na relação ao consumo de álcool pelos jovens universitários. Cabe ao jornalista, a difusão ao grande público, pois a pesquisa e o trabalho científico que se dirigem à produção do conhecimento - função primária do cientista - exigem dedicação

exclusiva e abrangente, ainda que muitos cientistas possam colaborar ativamente, enviando publicações aos jornais e demais órgãos de difusão comunicativa.

Atualmente, a maioria dos profissionais que divulgam ciência no Brasil provém das faculdades de Comunicação Social. Por essa razão, faz-se urgente o aprimoramento da formação do jornalista científico no âmbito universitário, tendo em vista que a sociedade lhe exige, cada vez mais, um alto nível de profissionalização. Há uma necessidade ostensiva de sistematizar, aumentar e melhorar qualitativa e quantitativamente o volume e os conteúdos da informação especializada que chega ao público. O acontecimento científico forma parte do patrimônio universal da cultura, que o jornalista deve enriquecer mediante a transmissão das notícias científicas em toda a amplitude que o termo científico sugere.

## REFERÊNCIAS

BRASIL, **II Levantamento domiciliar sobre o uso de drogas psicotrópicas no Brasil: estudo envolvendo as 108 maiores cidades do país** : 2005 – E.A Carilini (supervisão), São Paulo: CEBRID Centro Brasileiro de Informação sobre Drogas Psicotrópicas: UNIFESP – Universidade Federal de São Paulo

BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Contexto, 2006

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo científico: revisando o conceito**. In: VITOR, Cilene; CALDAS, Graça; BORTOLIERO, Simone. **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009. p. 1-15

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 1997.

BUCHER, R. E OLIVEIRA, S. R. M. O discurso do “combate às drogas” e suas ideologias. *Revista de Saúde Pública*. 28(2):137-145. 1994.

DINIZ, J. **Adolescentes brasileiros bebem demais**. Disponível em: <[www.alcoolismo.com.br](http://www.alcoolismo.com.br)>. Acesso em: 25 ago. 2011.

DSM IV. **Critérios Diagnósticos do DSM IV: referência rápida**. Tradução: Dayse Batista. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995, p.p. 112-114.

FISHMAN, R. **O abuso do álcool**. In: Claret. O que você deve saber sobre alcoolismo. São Paulo: Ed. Martin Claret, 2002.

FISHMAN, R. **Tudo sobre drogas**. São Paulo: Ed. Nova Cultural, 1988.

KEHL, Maria Rita. A juventude como sintoma da cultura. In: NOVAES, R.; VANNUCHI, P. (Org.). **Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 5ª edição. Rio de Janeiro - São Paulo: Record, 2005.

LIMA, E. P. **O que é livro-reportagem**. São Paulo: Brasiliense, 1993. \_\_\_\_\_. Páginas ampliadas – o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Manole, 2009.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 2. ed São Paulo: SENAC, 2001.

MARLATT, G. A., & Gordon, J. G. (1988). **Prevenção da recaída: Estratégias de manutenção no tratamento de comportamentos aditivos** (D. Batista & P. Knapp, trads.). Porto Alegre, RS: Artes Médicas. (Originalmente publicado em 1985. Título original: Relapse prevention: Maintenance in the treatment of addictive behaviors)

MUZA, G.M.; BETTIOL, H.; MUCCILLO, G.; BARBIERI, M.A. **Consumo de substâncias psicoativas por adolescentes escolares de Ribeirão preto, SP** (Brasil). II - Distribuição do Consumo por classes sociais. Rev Saúde Publ

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. OMS. **Alcohol and injury in emergency departments**: summary of the report from the WHO collaborative study on alcohol and injuries. Geneve, Switzerland: World Health Organization; 2007.

OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo Científico**. Editora Contexto. 2005.

RIBEIRO, Ana Paulo Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

SOUSA, Cidoval Morais de et al. **Jornalismo Científico e Educação para as Ciências**. Taubaté-SP: Cabral Editora e Livraria Univesritária, 2006.

THIOLLENT, M. **Pesquisa-ação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1997.

VOGT, CARLOS. et al. SAPO (Science Authomatic Press Observer): construindo um barômetro da ciência e tecnologia na mídia. In: Carlos Vogt. (Org.). Cultura Científica: desafios. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2006. p. 80-130.

WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.