

## JORNALISMO, EVANGELIZAÇÃO E CIDADANIA EM RÁDIOS CATÓLICAS

Beatriz Trezzi Vieira<sup>1</sup>

### Resumo:

Este artigo, produzido como parte integrante de pesquisa de Mestrado atualmente em desenvolvimento, com foco no radiojornalismo em emissoras católicas de alcance nacional, busca apresentar um panorama da trajetória do pensamento da Igreja Católica sobre a comunicação, nela inserida também a atividade jornalística, bem como as diretrizes da instituição sobre sua missão de evangelizar. A reflexão desenvolvida inclui uma análise sobre o protagonismo do jornalismo em promover a cidadania, relacionando-o à atividade evangelizadora das rádios estudadas.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Radiojornalismo; Cidadania; Evangelização; Meios de Comunicação

### Introdução

O presente artigo, que é parte integrante da pesquisa de Mestrado atualmente em desenvolvimento, tem como foco o radiojornalismo produzido por duas emissoras católicas de alcance nacional, as rádios Aparecida AM, de Aparecida (SP), e Canção Nova AM, de Cachoeira Paulista (SP). Busca apresentar um panorama da trajetória do pensamento da Igreja Católica sobre a comunicação, nela inserida também a atividade jornalística, bem como as diretrizes da instituição sobre sua missão de evangelizar. Um olhar mais atento sobre essa realidade mostra que o debate em torno do conceito e das formas de evangelização sempre mobilizaram a instituição, sem que entretanto, se chegasse a um conceito final e estanque.

Ao se constatar a predominância dos meios de comunicação na sociedade atual como formadores de opinião e como criadores de hábitos de consumo, bem como o papel que o jornalismo desempenha em uma sociedade midiaticizada, é possível perceber a necessidade de uma instituição como a Igreja Católica utilizar-se desse meio e valer-se dessa atividade para propagar sua visão de mundo, seus valores e referenciais. Para tanto, a reflexão desenvolvida neste trabalho, inclui uma exposição sobre a evolução do conceito de cidadania do longo da História, bem como sobre o protagonismo do jornalismo em promovê-la.

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP.

Como atividades afins que buscam fortalecer o bem comum, os valores humanitários, informar e formar, mesmo que partindo de um referencial predefinido – como no caso do noticiário produzido em uma emissora católica –, jornalismo e evangelização podem ser agentes da promoção da cidadania e da democracia, desde que ancorados na ética, na responsabilidade social e pautados pelo interesse público.

### **Evangelização e comunicação na visão da Igreja Católica**

A Igreja Católica sempre acompanhou o universo da comunicação com grande interesse, seja adotando uma postura cautelosa e crítica, seja reconhecendo seu potencial como poderosa aliada na obra de evangelização e na atividade pastoral. Nesse processo, o conjunto de doutrinas, ensinamentos, orientações e diretrizes divulgados pelo Vaticano e pelo colegiado episcopal a ele subordinado demonstram um progressivo reconhecimento dos meios de comunicação como possíveis instrumentos da Igreja na divulgação de sua mensagem, de seus valores e de sua visão de mundo.

Em seus documentos oficiais, a Igreja Católica demonstra, ao longo da História, estar despertando para o potencial dos meios de comunicação, em especial os de massa, como importantes ferramentas na divulgação de seus valores referenciais, de suas teses e posições.

Ao entrar no campo da comunicação, a Igreja Católica teve e tem a evangelização como primeiro objetivo e, em seu esforço para ocupar esse espaço privilegiado, busca criar pontes de diálogo com a sociedade, conquistar e reconquistar fiéis, em especial ante o avanço de outras denominações religiosas.

O conceito de evangelização, entretanto, não é estanque. Em um estudo sobre o radiojornalismo na Rádio Aparecida, seu então diretor, o padre redentorista César Moreira (1994) define o termo evangelização de quatro diferentes maneiras. Em primeiro lugar, ela pode ser entendida como “o anúncio da Boa Notícia de Jesus”, que prega a caridade, o amor fraternal e a igualdade dos homens perante Deus. Uma segunda definição mostra que evangelizar também é “realizar a Boa Notícia de Jesus e do seu projeto histórico”, que consiste na fraternidade das pessoas pela filiação divina e se expressa numa comunidade que se constrói a partir da conversão e da renúncia aos bens materiais. Um terceiro conceito compreende a evangelização como a ação pela qual a Igreja anuncia a “Boa Nova do Evangelho”, por meio do testemunho, propondo “adesão de coração e conversão de vida”.

Um quarto conceito afirma que evangelização é o processo de “converter para o Evangelho, destacando os valores humanos, propondo os valores cristãos-evangélicos, chamando o interlocutor a aderir a uma comunidade de fé na qual se evangelize continuamente e se faça evangelizar”.

Essa síntese está baseada no documento *Evangelii Nuntiandi*, divulgado pelo papa Paulo VI em 1975, após o sínodo realizado em Roma sobre o tema *A Evangelização no Mundo Contemporâneo*. O documento reunia tudo o que se tinha de reflexões sobre o tema até então e lançava novas reflexões frente aos desafios do mundo moderno. Nele, o papa

**8o. Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero**

<http://www.casperlibero.edu.br> | [interprogramas@casperlibero.edu.br](mailto:interprogramas@casperlibero.edu.br)

destacava a importância dos meios de comunicação como uma “versão moderna do púlpito”, exortando os seus agentes a utilizá-los na propagação de sua mensagem. Entretanto, ao abordar a ligação do Evangelho com a promoção humana, o papa Paulo VI alerta: “A Igreja não admite circunscrever sua missão apenas ao campo religioso, como se se desinteressasse dos problemas temporais da humanidade”.

A compreensão sobre a utilização dos meios de comunicação na evangelização seria abordada em profundidade posteriormente na encíclica *Redemptoris Missio* (1990), na qual o papa João Paulo II refere-se aos meios de comunicação como “o aerópago dos tempos modernos”, já que esses alcançaram tamanha importância que são para muitos “o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais”. Fazendo uma analogia com a pregação do apóstolo Paulo no aerópago de Atenas, o papa defende que se deve proclamar o Evangelho usando uma linguagem adaptada e compreensível a cada contexto e cultura e defendendo que a Igreja integre sua forma de comunicar à nova cultura midiática: “Não é suficiente, portanto, usá-los [os meios de comunicação] para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta nova cultura”.

Desde 1967, quando foi instituída a celebração do Dia Mundial das Comunicações Sociais no calendário da Igreja Católica, os sumos pontífices publicam no dia 24 de janeiro, Dia de São Francisco de Sales, padroeiro dos jornalistas, uma mensagem que diz respeito a um tema relativo à comunicação. A intenção não é outra senão a de lançar uma reflexão sobre algum aspecto dos ensinamentos da Igreja sob esse aspecto. Em 1974, na mensagem intitulada *As Comunicações Sociais e a Evangelização no Mundo Contemporâneo*, Paulo VI lembrou que “a evangelização é parte constitutiva da missão da Igreja” e que esta deve esforçar-se para cumpri-la por todos os caminhos e por todos os meios dos quais pode usufruir, não apenas na vida litúrgica, procurando “aprofundar os conceitos de dignidade da pessoa humana, de justiça e de fraternidade universal”. O papa João Paulo II abordou o tema da evangelização pela comunicação também na mensagem *As Comunicações Sociais a Serviço da Liberdade Responsável do Homem* (1981):

É preciso que se intensifique a ação direta na formação de uma consciência “crítica”, que incida sobre as atitudes e os comportamentos não somente dos católicos ou dos irmãos cristãos – defensores, por convicção ou por missão, da liberdade e da dignidade da pessoa humana –, mas de todos os homens e mulheres, adultos e jovens, para que saibamos verdadeiramente “ver, julgar e agir” como pessoas livres e responsáveis, também (...) na produção e nas escolhas que digam respeito aos meios de comunicação social. (DARIVA, 2003: 345)

Em 1987, o tema escolhido pelo pontífice foi *Comunicações Sociais e Promoção da Justiça e da Paz*, no qual afirma que “a informação é o caminho da sensibilização, da verificação, do controle da realidade dos fatos nos caminhos da paz”. Em 1997, João Paulo II elegeu o tema *Comunicar o Evangelho de Cristo: Caminho, Verdade e Vida*, em que convida a Igreja a refletir acerca do lugar que a mensagem cristã pode ocupar nos meios de

comunicação e, aos profissionais de comunicação, sobre como os temas e valores religiosos podem “enriquecer” a mídia e aos que a sua produção alcança.

João Paulo II faz menção específica ao jornalismo e seu dever de defender a liberdade, a justiça e a verdade na mensagem *Os Meios de Comunicação a Serviço da Paz Autêntica, à Luz da Pazem in Terris*, de 2003, afirmando: “Os jornalistas e, de modo particular, os comentaristas têm o grave dever de seguir as instâncias da sua consciência moral e de resistir às pressões de ‘adaptar’ a verdade para satisfazer as exigências da riqueza ou do poder político”. No documento, o papa defende o ponto de vista de que “somente se tiverem acesso livre às informações verdadeiras e suficientes, é que as pessoas poderão procurar o bem comum e considerar as autoridades públicas responsáveis”, conclamando os meios de comunicação a servir às verdadeiras necessidades e interesses da sociedade.

Na América Latina, o estudo da evangelização ganhou destaque e dimensão com a II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano, realizada em Puebla, México, em 1979, constituindo a primeira síntese do pensamento da Igreja latino-americana sobre a questão. O tema da conferência foi *A Evangelização no presente e no futuro da América Latina*, levando os bispos a refletirem sobre uma visão global de evangelização, incluindo nessa reflexão o emprego dos meios de comunicação como agentes da comunhão e de participação, assim como sua inter-relação com a realidade sociocultural e econômica regional. Para Puebla:

“evangelizar significa anunciar Jesus Cristo e sua Boa Notícia onde a realidade vigente traduz exatamente o contrário. Isso quer dizer chegar a atingir e modificar pela força do Evangelho os critérios de juízo, os valores que contam os centros de interesses, as linhas de pensamento, as fontes inspiradoras e os modelos de vida de comunidade que se apresentam em contraste com a Palavra de Deus”. (PUNTEL; GOMES, 1985: 12)

Para o estudioso Nereu Teixeira (apud MOREIRA, 1994: 31), o documento de Puebla – fortemente influenciado pela Teologia da Libertação que se desenvolvia na América Latina – conclui que são elementos integrantes da evangelização: a promoção humana em seus aspectos de desenvolvimento e libertação, a conduta social cristã, a promoção da justiça, a educação do homem, a ação de serviço e como elemento indispensável para evangelizar, o autor aponta o “dever da denúncia”, esta última entendida como a análise crítica de todo o processo comunicativo, denunciando o controle, monopólio e a manipulação dos meios. O citado documento afirma ainda: “A Igreja, no uso dos meios próprios, deve ser cada dia mais a voz dos desamparados, apesar dos riscos que isto implica”. De onde conclui-se, segundo o autor, que a partir do documento de Puebla, evangelizar e comunicar exigem posições “claras e ousadas”.

Os documentos divulgados após as conferências de Santo Domingo, República Dominicana (1992) e Aparecida, São Paulo (2007), aprofundam a necessidade do impulso evangelizador utilizando os meios de comunicação no continente e buscam estabelecer as diretrizes de uma pastoral da comunicação face à realidade regional e às potencialidades trazidas pelos avanços tecnológicos.

No Brasil, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), estabeleceu as bases que devem nortear a ação da Igreja Católica na área de comunicação, em especial na ação evangelizadora, em paralelo às diretrizes do Vaticano e às discussões da Conferência Episcopal Latino-Americana (Celam). A religiosa paulina Noemi Dariva (2003) relata em publicação que reúne os principais textos da Igreja Católica acerca da comunicação social, que, ante o problema da diminuição em larga escala de católicos praticantes, levando alguns a acreditarem que este fato se dê em função da opção da Igreja por temas sociais e posições críticas entre as décadas de 1960 e 1980, algumas lideranças católicas entenderam ser necessário voltar-se para o mundo das comunicações, adaptando para o campo da evangelização conceitos e procedimentos próprios do mundo do mercado publicitário.

Em 1989, a CNBB promoveu uma Campanha da Fraternidade sobre o tema Comunicação para a Verdade e a Paz, elegendo a pastoral da comunicação como uma das prioridades da ação da Igreja no País, estabelecendo que nos anos seguintes fossem criadas pastorais específicas para a comunicação em cada uma das paróquias do Brasil. Em 1990, no documento Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil, a Igreja Católica reconhecia que já não se apresentava diante do povo como a instituição-mestra na orientação dos valores formadores da consciência moral nacional. Outros interlocutores, entre eles os meios de comunicação social, eram reconhecidos como sérios competidores.

Por meio da coleção Documentos da CNBB, publicados pela editora Paulinas, os bispos brasileiros têm demonstrado sua constante preocupação em fazer com que os meios de comunicação sejam valorizados e usados para a evangelização. O mais recente deles, o de número 59, intitula-se Igreja e Comunicação Rumo ao Novo Milênio – Conclusões e Compromissos e foi lançado após a 35ª Assembleia Geral da CNBB, em Indaiatuba (SP), no mês de abril de 1997. No documento, os bispos orientam a ação da pastoral da comunicação nas dioceses e paróquias e apresentam orientações sobre o relacionamento da Igreja e os meios de comunicação brasileiros e a internet.

### **O jornalismo como agente promotor da cidadania**

Discorrer sobre o papel social do jornalismo e sua atuação como agente de promoção da cidadania remete necessariamente a diversos autores que estudaram essa atividade. Em seu estudo clássico *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, cuja primeira edição foi lançada em 1960, Luiz Beltrão lança luzes sobre o papel e a natureza do jornalismo, dando ênfase à ética e responsabilidade social intrínsecos em sua prática. Segundo a definição do autor, jornalismo é “a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, para promover o bem comum” (BELTRÃO, 2003:67).

Ao refletir sobre o jornalismo como instrumento de cidadania, o jornalista Ênio Moraes Júnior (2005) utiliza diversos autores para concluir: “O jornalismo tem servido como um dos alicerces para a consolidação dos direitos humanos, da democracia e da cidadania” (MORAES, 2005: 32). Fazendo menção a estudiosos como Hannah Arendt (1987), Bill

Kovach e Tom Rosenstiel (2004), Manuel Carlos Chaparro (1994), João Somma Neto (2002), Adélia Barroso Fernandes (2002), Robert Park (1966) e Nelson Traquina (2003) defende que:

A função da imprensa é agendar as discussões de relevância social e de interesse público. Cabe a ela informar, mediar, transmitir a informação para que os acontecimentos sejam captados pelo público da notícia, o homem comum. Uma imprensa ética e socialmente responsável é aquela que age em nome do bem comum, respeitando e resguardando os direitos humanos e a democracia. Filiando-se intencionalmente, portanto, à cidadania. (MORAES, 2005: 35)

Visto sob o ângulo da cidadania, jornalismo é o agendamento de temas socialmente relevantes em que o trabalho do emissor está pautado intencionalmente da difusão da notícia “correta e plena” (Chaparro, 1994) capaz de conduzir o receptor a uma ação (Arendt, 1987) em nome da conquista e da preservação dos seus direitos civis, políticos e sociais (Marshall, 1967). (MORAES, 2005: 39)

Para Victor Gentilli (1995), que analisou em sua dissertação de mestrado a difusão da informação como um direito de cidadania, o jornalismo pode vir a ser um instrumento para a “ampliação da cidadania no Brasil, país que consolidou direitos políticos plenos e amplos, mas enfrenta graves dificuldades para a consolidação dos direitos sociais”. (GENTILLI, 1995:14)

O autor argumenta que o jornalismo, como um “processo de reconstrução da realidade concreta”, é fundamental e indispensável para a vida do homem moderno “para que ele se localize no mundo (...), situe-se diante do conjunto de circunstâncias que o cerca, organize sua vida a partir do conhecimento (...), tome suas decisões e faça suas escolhas a respeito dos assuntos que lhe interessem”. (GENTILLI, 1995:199)

Para que cada homem possa participar das decisões que lhe interessem e/ou lhe digam respeito em condições de igualdade, é indispensável um sistema de comunicações que ofereça ao conjunto de cidadãos as informações básicas e as alternativas possíveis para que tais decisões sejam tomadas, conscientemente – na medida do possível –, com a possibilidade máxima de acesso à informação. (GENTILLI, 1995: 200)

Para Alzira Alves Abreu (2003), uma das peculiaridades do processo de democratização do Brasil, após o fim do regime militar, foi a ampliação do papel da mídia, que se tornou uma das mais importantes instituições coparticipantes na construção de nossa cidadania. Para a autora, a informação é um dos elementos fundamentais para que o indivíduo possa exercer plenamente seus direitos.

É a informação jornalística que, historicamente, tem sido uma das principais vias pelas quais o homem “conhece os fatos e opiniões” que o rodeiam e que permitem a ele

compreender a realidade. O jornalismo desempenha o papel de “fornecer aos cidadãos as informações necessárias para o desempenho das suas responsabilidades cívicas, tornando central o conceito de serviço público como parte da identidade jornalística” (TRAQUINA, 2004:50).

Kovach e Rosenstiel (2004: 31) defendem que a principal função do jornalismo é “fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar”.

“A imprensa nos ajuda a definir nossas comunidades, nos ajuda a criar uma linguagem e conhecimentos comuns com base na realidade. O jornalismo também ajuda a identificar os objetivos da comunidade, seus heróis e vilões. (...) A imprensa funciona como um guardião, tira as pessoas da letargia e oferece uma voz aos esquecidos.” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004:31)

### **Jornalismo e evangelização nas rádios católicas**

A despeito da complexidade do conceito de evangelização, Moreira (1994), após examinar o referencial teórico sobre o tema e relacionando-o à atividade jornalística, conclui que existe evangelização no jornalismo quando:

- 1) (...) se fomenta a fraternidade, se luta pela justiça, se promove o bem comum, se busca a mudança social (...).
- 2) o discurso (...) deixa de ser fechado, autoritário e passa a ser participativo, aberto. Não vale o slogan: “A felicidade está em ouvir e obedecer”. Antes, ela está em procurar, descobrir, participar, crer, transformar.
- 3) a própria notícia torna-se (...) capaz de levar à análise e à transformação; quando são apresentados ao ouvinte [especificamente referindo-se às emissoras de rádio] os seus antecedentes e as conseqüências, como meio de se perceber as repercussões comunitárias ou sociológicas do fato para a formação da consciência moral.
- 4) (...) inclui o compromisso de privilegiar a defesa e promoção dos direitos humanos e da liberdade, de dar voz aos marginalizados e às minorias, de promover e impulsionar o senso de cidadania, de abrir ao debate todos os temas que signifiquem desenvolvimento humano e cristão. Evangelizar para as emissora católicas é também assumir o que a Igreja assume em termos de opção e posturas.
- 5) (...) compreende, especificamente em rádio, todo o processo de converter a mentalidade do ouvinte para o Evangelho, destacando os valores humanos, propondo os valores cristãos-evangélicos, chamando o ouvinte a aderir a uma comunidade de fé na qual se evangelize continuamente e se faça evangelizador.

(MOREIRA, 1994: 33-34)

Para o autor, o ato de evangelizar inclui “a luta pela justiça, a construção da fraternidade, a promoção do bem comum, a busca de mudanças sociais”. Em relação a uma instituição como a Igreja Católica, que tem como missão também educar, transmitir valores segundo sua visão de mundo, o jornalismo “abre a possibilidade de um apostolado”, uma vez que “a leitura dos fatos pode ser feita a partir do seu referencial e segundo sua mensagem”(MOREIRA, 1994:27).

Entra aí uma discussão ética. Em tese, o jornalista – e o veículo para o qual trabalha – deveria colocar-se numa posição neutra e publicar tudo o que mereça ser notícia, deixando ao público a tarefa de tirar suas próprias conclusões. Ocorre que é praticamente impossível transmitir fatos sem que de alguma forma apareça a “medida” do emissor, argumenta Moreira (1994:27).

Especificamente sobre a pretensa objetividade que o jornalismo deve apresentar, muitos estudos já concluíram que ela é um ideal a ser buscado, mas de difícil alcance, já que “um fato só é um fato em algum universo de discurso” (PARK, 1996: 178). Para Lage (1979: 107;111), “as nomeações preferenciais, os critérios de seleção de fatos e sua ordenação (...) estão previamente produzidos dentro de um código cultural” e “a imparcialidade e a objetividade são máscaras eventuais que mal ocultam a presença humana, o engajamento e a participação”.

Helena Corazza (2004), ex-presidente da Rede Católica de Rádio e atualmente presidente da Signis Brasil, entidade criada em 2010 que reúne instituições e profissionais de comunicação católicos, defende que as emissoras católicas são meios de comunicação inseridos no mundo e na sociedade e, por isso, devem estar abertas às necessidades e problemas do homem contemporâneo. Uma dessas necessidades é a da informação. Se essas rádios estão no espaço público, precisam, na opinião da autora, informar a população, promovendo um jornalismo cidadão. “Nessa perspectiva, a evangelização assume um caráter democrático e participativo e não de discurso proselitista e autoritário, ainda que com posições claras (CORAZZA, 2004:275)”. E o jornalismo, assim, pode ser um instrumento para alcançar esse fim.

### **Referências**

ABREU, Alzira Alves de. Jornalismo Cidadão. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, n. 31, 25-40, 2003.

Disponível em:

<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/indez.php/reh/article/view/2185/1324>. Acesso em: dia mês. ano.

CARVALHO, José Murilo de. Cidadania: tipos e percursos. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, n. 18, 1996.

Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv/revista/arq/199.pdf>. Acesso em: dia mês. ano.

CORAZZA, Helena. O Lugar da Religião no Rádio. In: BARBOSA, André; BENETON, Rosana. Rádio:

**8o. Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero**

**<http://www.casperlibero.edu.br> | [interprogramas@casperlibero.edu.br](mailto:interprogramas@casperlibero.edu.br)**

- Sintonia do Futuro. São Paulo: Paulinas, 2004.
- CNBB DOCUMENTOS. Igreja e Comunicação Rumo ao Novo Milênio – CNBB, nº 59. São Paulo: Paulinas, 2005.
- CNBB ESTUDOS. A Comunicação na Vida e Missão da Igreja no Brasil – CNBB, nº 101. São Paulo: Paulinas, 2010.
- COVRE, Maria de Lourders Manzini. O que é Cidadania. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- DARIVA, Noemi (org.). Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.
- GENTILLI, Victor. Democracia de Massas: Cidadania e Informação. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Os Elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- LAGE, Nilson. Ideologia e técnica da notícia. Florianópolis: Insular & EDUFSC, 2001.
- MORAES JÚNIOR, Ênio. O ensino do interesse público na formação dos jornalistas: elementos para a construção de uma pedagogia. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- \_\_\_\_\_. A formação cidadã do jornalista no Brasil: um estudo de caso da formação do jornalista da USP. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- MOREIRA, Antônio César. Jornalismo e Evangelização: estudo sobre o “Jornal dos Jornais” da Rádio Aparecida entre 1987-1990. 1995. Monografia (Pós-graduação Lato Sensu). Serviço à Pastoral da Comunicação, São Paulo: 1995.
- PARK, Robert E. A Notícia como Forma de Conhecimento. In: STEINBERG, Charles (Org.). Meios de Comunicação de Massa. São Paulo, Cultrix: 1996.
- PUNTEL, Joana. A Igreja e a Democratização da Comunicação. São Paulo, Paulinas, 1994.
- \_\_\_\_\_. Comunicação: Diálogo dos Saberes na Cultura Midiática. São Paulo, Paulinas: 2010.
- TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.