

O DISCURSO SAGRADO DO JORNALISMO

José de Arimathéia Cordeiro Custódio¹

RESUMO

Este trabalho é uma reflexão teórica sobre a apropriação do sagrado pelo discurso jornalístico, com propósitos de convencimento do público leitor. Atributos do discurso religioso são usados como estratégias persuasivas de argumentação pela imprensa, que age como mediadora e intérprete da realidade, gerando sentidos e construindo simulacros com aparência de verdade fundamental, graças à força imanente do sagrado. Trata-se de um jogo argumentativo que esconde um dogmatismo velado, não mais originário de uma instituição eclesial, mas de outra que reivindica ser “a voz do povo”, ou simplesmente a voz da verdade. A contradição parece maior ainda quando se trata do jornalismo científico voltado à informação do público leigo, uma vez que o discurso científico moderno se diz incompatível (até historicamente) com o religioso. Mas é justamente do mito e do sagrado que o jornalismo se vale para falar de ciência.

Palavras-chaves: discurso; argumentação; jornalismo; sagrado.

INTRODUÇÃO

Para SODRÉ (2000, p. 76), o discurso: “em semiologia e lingüística, é toda prática de linguagem, isto é, a linguagem encarada sob o ângulo de sua produção por grupos sociais diferenciados. Diz-se, por exemplo, ‘discurso médico’, ‘discurso informativo’, ‘discurso psicanalítico’ etc.”. Por analogia, e sem temores, podemos então falar em “discurso religioso” e “discurso jornalístico”. Neste trabalho, demonstramos justamente a área comum entre ambos. Mais que isso: como esse se apropriou daquele e de seus atributos a fim de atingir seus objetivos mais eficientemente.

Neste estudo, apresentamos alguma destas características do discurso religioso diretamente associadas às estratégias persuasivas da argumentação. Facilmente reconheceremos que o jornalismo utiliza estes mesmos artifícios lingüísticos.

¹ Jornalista e professor universitário, com Doutorado em Estudos da Linguagem (UEL).
jotacustodio@uol.com.br

FAÇA-SE A COMUNICAÇÃO!

BORNHEIM in AZEREDO (2001:14) diz que “a comunicação estava por tudo e que ela sempre tinha embasamento no próprio Deus, no mundo das essências divinas”. Esta idéia arcaica fez a transição entre a Idade Média teocêntrica e a Contemporânea (da vox populi vox Dei) passando pela sacralidade do rei – que nasceu na Antiguidade mas viu seu auge na Idade Moderna.

Expõe BORNHEIM: “... a figura do rei é como que assistida diretamente pela presença de Deus. O rei é sagrado e consagrado. Ele é a lei e a lei é de origem divina. Todo contrato da realeza pressupõe, portanto, a natureza divina da própria figura do rei”.

SODRÉ (2000) situa nossa sociedade num contexto de “cultura psi”, cuja comunicação generalizada – que implica contato e difusão maciça de informações idéias – é uma das principais características. Dada esta avalanche, é preciso que tais informações e idéias venham revestidas de fascínio e sugestão.

A mídia é, por definição e por excelência, o agente mais eficiente na mediatização da realidade. Ao “traduzi-la” em imagens e textos, gera simulacros e constrói o real, definindo inclusive as percepções dos indivíduos. Aquilo que inocentemente todos chamam de “meios de comunicação social” são, na verdade, segundo SODRÉ (2000, p. 8), “uma estrutura, uma forma de saturação informacional do meio ambiente na sociedade pós-moderna, gerida cada vez mais pela tecnologia eletrônica e pela organização tecnoburocrática”. Tanta mediação, para SIQUEIRA (1999, p. 52) “faz com que para o espectador as estratégias de enunciação não sejam claras”.

Esta é uma estrutura geradora de um “real”. Mas SODRÉ (2000, p. 9) adverte: “O sistema dos mass-media ou da informação de massa é hoje um lugar privilegiado da produção do real da moderna sociedade do Ocidente, a chamada sociedade ‘pós-industrial’ ou ‘pós-moderna’”.

A respeito da geração de simulacros, cabe lembrar, ainda, que o culto (religioso) a imagens é muito antigo, como já apontamos, e a noção de simulacro é moderna, pois tem suas bases em teorias do século XVI. Aqui, equivalemos o valor

sagrado as imagens e dos textos. Ao tomar o lugar da “verdade”, o simulacro (isto é, os enunciados lingüísticos) firma sua credibilidade através da argumentação.

Para BACCEGA (2000, p. 52), os discursos, na verdade, materializam as visões de mundo das diferentes classes sociais e seus interesses. É a “formação ideológica” de que fala FIORIN (2003, p. 32), para quem “as visões de mundo não se desvinculam da linguagem”. “A realidade exprime-se pelos discursos”, sentencia.

CITELLI (2002, p. 32) defende que existe uma superposição de signos colocados como expressões de uma verdade que se fazem passar por “toda a verdade” e constituem assim um discurso perigosamente persuasivo. E conclui: “Isso nos leva a deduzir que o discurso persuasivo é sempre expressão de um discurso institucional”. A mídia, o jornalismo em si já é uma instituição, que agora fala por si mesma.

Assumindo um discurso persuasivo *religioso*, o jornalismo reveste seus textos de um dogmatismo velado, no qual subjaz, num nível ainda mais sutil – mas não menos ideológico ou efetivo – um discurso autoritário. E para CITELLI (2002, p. 39), o discurso autoritário é o terreno mais fértil para a dominação pela palavra. O autor também mobiliza o discurso religioso ao tratar do autoritário, quando afirma que “... irrompe a voz da ‘autoridade’ sobre o assunto, aquele que irá ditar verdades como num ritual entre a glória e a catequese”. E adiante de novo: “A persuasão ganhou a força de mito. Afinal, a propaganda é ou não é a alma do negócio?” (idem, p. 40). Ele não se esquece, porém, de citar expressamente o aspecto dogmático, encontrado no discurso religioso (idem, p. 48-49).

CITELLI (2002, p. 40-41) propõe um esquema de elementos encontrados no discurso autoritário, como a distância entre enunciador e enunciatário; modalização; tensão (*eu* impositivo) e transparência (a mensagem é mais categoricamente afirmada, reduzindo a polissemia). O autor não inclui em sua lista de exemplos discutidos o discurso jornalístico, embora o faça com o publicitário (que também é parte do que se entende por *mídia*) e o religioso. Em todo caso, a lista de CITELLI não pode ser tomada, naturalmente, como exaustiva. Assim, acrescentamos sem pudores o discurso jornalístico. Encontramos referência em ALMEIDA (2004, p. 61), que descreve características do discurso autoritário presente no científico: “A instauração do automatismo, apontada por Bachelard, mesmo que com ou sem a

presença do formalismo, é, sem dúvida, um dos fatores determinantes no estabelecimento do estatuto do discurso autoritário”.

Vale, porém, ressaltar alguns aspectos do discurso religioso salientados por CITELLI (2002, p. 48). Para ele, “uma das formações discursivas mais explicitamente persuasivas é a religiosa”. Porém, em outra obra (2002a), inclui expressamente o discurso jornalístico em seu estudo de textos argumentativos. Ali, ele fala em “convencer ou persuadir através do arranjo dos diversos recursos oferecidos pela língua” (p. 7), classificando a linguagem como forma de ação e situando os textos argumentativos como a modalidade na qual a persuasão se exerce com maior vigor.

O autor argumenta que existe - e o Jornalismo trabalha nesta direção - um esforço para a produção de sentidos em função de determinados desejos humanos. Ele exemplifica com a Torre de Babel, que mesmo antes de começar a se concretizar já existia como projeto (como linguagem). Mas, segundo CITELLI (2002a, p. 13), Deus não permite a constituição desse novo sentido e mistura as línguas, condenando os “buscadores prematuros da glória” ao longo e penoso percurso de procura de outros sentidos.

FIORIN (2002, p. 10) discorre tão bem sobre os mistérios lingüísticos do episódio da Torre de Babel - e outros ligados à linguagem na Bíblia - que faria Tucídides chorar de novo. Conta-se que o antigo historiador chorou pela primeira vez ouvindo Heródoto.

Subjacente à descrição, está a idéia de que a linguagem é sinônimo de ordem; e ordem é uma prerrogativa do poder instalado. Assim FIORIN expõe:

Todas as sociedades têm uma narrativa mítica para explicar a origem da linguagem e a diversidade das línguas. Esse mito, no que concerne às civilizações que poderíamos chamar de judaico-cristãs, está na Bíblia. Há quatro episódios nas Escrituras que tratam da questão da linguagem: encontram-se no Antigo Testamento os relatos da criação, do dilúvio universal e da torre de Babel, e no Novo, o do milagre de Pentecostes.

As línguas e a linguagem inscrevem-se num espaço real, num tempo histórico e são faladas por seres situados nesse espaço e nesse tempo. No entanto suas origens dão-se num tempo mítico, num mundo desaparecido e os protagonistas de seu aparecimento são os heróis fundadores.

Para FIORIN (idem, p. 11), a passagem do caos à ordem se faz por meio de um ato de linguagem: “É esta que dá sentido ao mundo. O poder criador da divindade é exercido pela linguagem, que tem, no mito, um poder ilocucional, já que nela e por ela se ordena o mundo: (...) Ao mesmo tempo que faz as coisas, Deus denomina-as. (...) dar nome é criar”. E adiante completa: “uma coisa só existe na medida em que tem um nome, ou seja, em que entra no universo da linguagem” (idem, p. 12), assim como “colocar o homem na História é enunciá-lo” (idem, p. 14).

SIQUEIRA (1999, p. 20) observa que a temática da ciência e mídia levanta uma série de questionamentos, como “a construção do imaginário sobre ciência; o mito e a imagem do cientista; a representação da ciência como fábula, com ‘moral da história’ e a mescla de variedades e informação”. Um simulacro, resume a autora, mediante a habilidade da mídia de mediatizar a ciência para sua audiência, promovendo – sobretudo a televisão, enfoque principal da autora, mas válido para outros veículos de comunicação – um “reencantamento do mundo” (como diria Maffesoli) e abrindo espaço “para o elemento não-racional, mítico, que neste fim de século abrangeria até a ciência” (1999, p. 22). Até porque, a própria autora admite, cada visão de ciência está relacionada a critérios e valores.

Há uma aparente contradição entre mito e ciência. Desde a Modernidade, parece haver um enorme esforço em separar um da outra. O que justamente afirmamos é que a Modernidade não logrou o êxito pretendido, nem mesmo nos discursos presumivelmente mais racionais ou objetivos, como o jornalístico. Ou mais: o jornalismo científico. SIQUEIRA (1999, p. 137) afirma:

... a ciência se pretende objetiva – não neutra, como já foi discutido -, todavia, sua veiculação pela TV recorre a mitos e ritos – que são ordem do fantasioso, do metafórico, não têm nexo aparente, são ilógicos. Mas o mito da ciência não é uma narrativa linear, com início, meio e fim. Ele é construído por fragmentos que são utilizados, às vezes, em separado, em cada matéria ou nota que vai ao ar. O mito é esse rearranjar permanente, mas sem fugir da essência que é mantida sempre a mesma.

Para BORNHEIM in AZEREDO (2001, p. 16), a Modernidade não significou uma ruptura tão acentuada assim entre mito e ciência:

Newton, por exemplo, julgava que, quando fazia Física, de fato estava fazendo Teologia. Porque a Lei da gravitação universal é simplesmente a expressão da linguagem do próprio Deus ou daquela linguagem que o próprio Deus imprimiu no seio da Natureza. E cabe ao cientista fazer essa Teologia. Pôr à mostra aquilo que a Lei da Natureza ou a linguagem de Deus é, através da formulação dessa lei. Isso vale para as Artes, vale para a Ciência.

Uma ciência que tem essa espiritualidade em sua gênese não se desvincula do sagrado tão facilmente.

Entre os vários aspectos pelos quais esse mito citado por SIQUEIRA se manifesta, está o já mencionado “encantamento”. Ao apresentar as soluções dos problemas buscadas pelo homem, “quase magicamente”, a ciência – segundo a autora – mostra seu lado glamouroso. Mas é mais do que isso: ela faz um discurso salvacionista e messiânico. Ao contrário, é função do mito pretender uma solução para uma contradição – não da ciência ou da mídia.

ROSSI (2002, p. 13) concorda que o discurso messiânico tem longa tradição de transformação através da História e assinala como ponto crucial – como nós, o tempo todo - a passagem da medievalidade para a Idade Moderna, ou segundo ele, “a cultura moderna, que provoca um deslocamento do messianismo religioso para a fé na capacidade da razão/ciência construir o paraíso a partir do capitalismo”.

A ciência tenta reencantar o ser humano – via meios de comunicação – justamente porque já o desencantou: o homem já começa a perceber que ela não tem todas as soluções. Ou, nas palavras da autora (idem, p. 138), uma vida “melhor” não pode ser buscada apenas no plano da razão, daí outras formas de interpretação, como a espiritual, têm que ser abordadas. HOUTART (2003, p. 136-7) fala do “mundo desencantado a reencantar” e situa essa vida melhor, mais espiritualizada, como uma aspiração contemporânea, com um exemplo: “O Festival Internacional de Música Sagrada de Fez, no Marrocos, em 2001, tinha por tema: ‘Dar alma à globalização’”. Só falta agora alguém querer canonizar Marshall MacLuhan.

É por isso que SIQUEIRA (1999, p. 11) abre seu livro com um pensamento de Tolstoi: “A ciência carece de sentido, dado que não tem resposta para as únicas questões que nos interessam, ou seja, o que devemos fazer e como devemos viver”. Na mesma direção vai FIORIN (2002, p. 10), ao afirmar que o mito: “vive porque

responde à angústia do desconhecido, do inexplicável; dá sentido àquilo que não tem sentido. Enquanto a ciência não puder explicar a origem das coisas e o seu sentido, haverá lugar para o pensamento mítico”. E acrescenta VALLE (1998, p. 178): “A função mais nobre e primeira da religião continua sendo, como já se insinuou acima, a de criar sentido”.

E eles não são os únicos com esta perspectiva. JUNG (1999, p. 50-51) defende veementemente a prevalência do dogma sobre a ciência enquanto fonte eficaz de respostas satisfatórias à inquietação do espírito humano:

Em minha opinião e sob o ponto de vista da verdade psicológica, qualquer teoria científica, por mais sutil que seja tem, em si mesma, menos valor do que o dogma religioso, e isto pelo simples motivo de que uma teoria é forçosa e exclusivamente racional, ao passo que o dogma exprime, por meio de sua imagem, uma totalidade irracional. (...) Uma teoria científica logo é superada por outra, ao passo que o dogma perdura por longos séculos.

Para JUNG (idem, 51), o dogma é uma expressão da alma muito mais completa do que a teoria científica. Ele apresenta suas razões:

... esta última só é formulada pela consciência. Além disso, através de seus conceitos abstratos, uma teoria mal consegue exprimir o que é vivo, enquanto o dogma, utilizando-se da forma dramática do pecado, da penitência, do sacrifício e da redenção, logra exprimir adequadamente o processo vivo do inconsciente.

Para VALLE (1998, p. 104), a religião é funcional neste sentido, justamente porque traz três importantes respostas a aspirações humanas. Primeiro, satisfaz o desejo de entender o universo e a vida como uma realidade dotada de sentido. Dá ao mundo e à História uma ordem interna. Em segundo lugar, gera uma certa possibilidade de controlar ou pelo menos predizer o futuro. E em terceiro, é um conceito positivo em si, à medida que reforça sentimentos de auto-estima, da relação com o divino e com os outros indivíduos.

A ciência, assim como a mídia, aparece no contexto da forma, o que privilegia os significantes (sensíveis, perceptíveis). Mas seu significado é esvaziado, tornado

efêmero e extremamente fungível em virtude dos infinitos signos que a indústria cultural produz (idem, 138). Só que para esta indústria, a audiência é mera consumidora em potencial e, com isso, a ciência também se transforma em mercadoria de vitrine (ou de anúncio), fetichizando-se completamente. E, citando VENTURA (in AZEREDO, 2001, p. 47), “a medida do jornalismo hoje é a indústria”. Adiante, ele mesmo acrescenta: “Fazendo um trocadilho, eu diria que a verdade no jornalismo é uma mentira” (idem, p. 48).

Igualmente muito interessante é o estudo de CONTRERA (1996) acerca do mito na mídia, o qual tem como foco a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. O discurso religioso mobilizado pelo jornalístico integra estes conteúdos arcaicos, em parte por meio dos artifícios lingüísticos, e em maior parte pelos conteúdos em si. A autora ilustra: “... certos conteúdos da mídia, embora apresentados como a última novidade, no fundo não passam de uma reciclagem infundável de textos arcaicos” (CONTRERA, 1996, p. 12).

A autora se vale da Astrologia para, brilhantemente, demonstrar a ocorrência de tais mitos arcaicos. A diferença deste trabalho é que estamos com o foco no discurso religioso judaico-cristão e nosso objeto é o texto jornalístico científico. Mas, num nível mais profundo, como diriam os Greimasianos, convergimo-nos para a mesma oposição semântica de sagrado/profano. O que CONTRERA defende – e partilhamos deste ponto de vista – é que existe uma “ingênua crença no progresso” transformada em objeto de culto e adoração, ou seja – nas palavras dela - projeções futuras que delimitam a incerteza por meio de ritualizações (idem).

Na obra de CONTRERA, é discutida a lenda que deu origem a todas as lendas; o mito do renascimento, criado quando um homem primitivo - num tempo que nem pode ser datado – observou o ciclo de vida de uma planta. Associou-o ao clima, que por sua vez também é cíclico, assim como as estrelas do céu podiam fornecer uma referência segura de trânsito no tempo.

É este ritmo cíclico que a autora verifica na mídia – não apenas no jornalismo, mas também nas telenovelas, nas coleções encartadas em jornais de domingo e na mixagem de músicas de uma emissora FM.

Mas nada mais cíclico que o jornal diário, segundo CONTRERA. Para ela, a própria leitura do jornal (que por etimologia quer dizer “diário”) é um rito que repete o

mito primordial. Diz ela: “Esse sentido ritual, implícito na leitura matinal do jornal, se dá por um processo de re-atualização do mundo que também re-inventa esse mundo, atribuindo-lhe um caráter mítico” (idem, p. 56).

SIQUEIRA (1999, p. 71) faz afirmação semelhante, porém se refere à televisão: “A repetição dos procedimentos de veiculação, uma das características da televisão, faz analogia com os rituais. E o ritual reforça o mito”. A ciência absolutamente não escapa à regra: “... a ciência, à medida que se torna mais complexa, se distancia dos homens e dá margem a explicações míticas” (idem, p. 72). Terreno fértil para a apropriação do discurso religioso, que sobrevive ao tempo: “Símbolos, mitos e rituais são elementos que se perpetuam de geração para geração” (idem, p. 74). Mas SIQUEIRA vai ainda mais longe, atualizando o conceito: “A redundância está presente em toda narrativa de consumo contemporâneo. (...) O ritual também é repetitivo” (idem, p. 102).

Para a autora, a questão central da ciência como mito nos meios de comunicação passa pela retomada do místico como explicação em várias instâncias, o que explicaria em parte o aumento de vendas de títulos esotéricos e a proliferação de seitas evangélicas e apocalípticas. Passa pelo “reencantamento do mundo” de Maffesoli, em oposição ao “desencantamento do mundo” descrito por Max Weber (1999, p. 80). MAFFESOLI (1995, p. 76) assim expõe seu pensamento: “... a ênfase posta nas noções como as de magia, encanto, visão, aparição, que caracterizavam o estilo contemporâneo, e que são causa e efeito, na vida diária, dessa ‘relição’, que não cessa de espantar os observadores sociais”. SIQUEIRA (1999, p. 84) diz que “os meios de comunicação de massa refletem esse reencantamento, seja na programação de entretenimento, seja na de informação”.

MAFFESOLI (1995, p. 83), tecendo uma crítica à televisão, fala – obviamente mobilizando o discurso religioso - dos transe coletivos provocados pelo meio de comunicação, numa atualização de rituais arcaicos:

... a televisão deixa ver essas efervescências a uma multidão beata que delas se alimenta. Segundo uma liturgia bem azeitada, os ‘jornais’ analisam os acontecimentos e, no intervalo, os jogos de prenda, as novelas, os espetáculos de variedades, os ‘shows da vida’, as reportagens sobre os grandes acontecimentos esportivos, ‘culturais’, políticos e mundanos mostram os diversos delírios característicos da época.

Tanto MAFFESOLI (1995, p. 115) quanto SIQUEIRA (1999, p. 86) observam que a ritualização dos meios de comunicação e sua programação atualizam o mito, ao mesmo tempo em que este se auto-justifica simplesmente porque já é conhecido e realiza com competência a ligação entre o “arcaico” e o novo.

O jornal diário, contudo, não remete apenas ao mito primordial do eterno renascimento. Por natureza, ele atravessa o reino de Cronos, o tempo, e até de Pã, à medida em que o meio de comunicação segmenta, fragmenta, acelera e apresenta de forma simultânea e efêmera a realidade ao leitor. Ou seja, um caos. Ao transitar do caos à ordem e de volta ao caos, todos os dias, o jornal reedita também o mito de Sísifo. Finalmente, aparece como um emissário de Hades, ou Plutão, deus dos mortos (CONTRERA, 1996:66):

O jornal, ao pautar o nascimento do dia, noticia-o por meio de catástrofes da sociedade, de uma escatologia do cotidiano. Desse modo, noticiando a morte, esvazia a vida de vida e vivifica-se a si mesmo como materialidade e meio que se torna um fim. Enquanto o jornal noticia as várias faces da morte, nasce ele mesmo.

SERVA (1997, p. 121-2) argumenta no mesmo sentido:

Rigorosamente, a imprensa nesse momento procura se comportar como os deuses: diante do caos primordial, ela organiza! Aos editores, com aos deuses, nada é caótico, tudo faz parte de um plano anterior, todos os fatos cabem, portanto, em um enredo pré-traçado, são páginas de um romance cujo enredo nós, leitores, desconhecemos, mas os autores, como os próprios deuses, conhecem ou podem explicar. É assim que se comportam os jornalistas, ou os jornais, já que o rito ultrapassa a ação de cada um de seus autores.

O autor, porém - ato contínuo – alerta que os fatos são organizados “conforme um plano maior” que não é no caso, uma criação, mas uma reprodução, ou melhor ainda, uma representação dos fatos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na Contemporaneidade, o sagrado pode ser encontrado em lugares talvez improváveis para os menos atentos. Mas mesmo estes nunca deixam de intuir o sagrado, por isso parecem reconhecê-lo mesmo nos mais diferentes contextos. O jornalismo, herdeiro de uma tradição histórica que liga o sagrado à linguagem escrita, e munido de técnicas de argumentação, apropriou-se da força do sagrado, incorporando-o e usando-o até mesmo quando fala de ciência – em princípio, e historicamente, o campo diametralmente oposto ao sagrado, pelo menos na mentalidade moderna.

Nada mais do que artifícios de linguagem. Há uma franca utilização do discurso religioso no texto jornalístico, que em teoria deveria ser isento de tais marcas, especialmente no jornalismo científico. Ocorre, porém, que na equação formada por elementos como linguagem escrita, sagrado e ciência, existe ainda um fator importante, só trazido à luz pela análise atenta: são as relações de poder.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria José P. M. de. **Discursos da ciência e da escola: ideologia e leituras possíveis**. Campinas: Mercado das Letras, 2004.

AZEREDO, José Carlos de (org.). **Letras & Comunicação: uma parceria no ensino de língua portuguesa**. Petrópolis: Vozes, 2001.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e discurso: história e literatura**. São Paulo: Ática, 2000.

BORNHEIM, Gerd. *A comunicação como problema* in AZEREDO, José Carlos de (org.). **Letras & comunicação: uma parceria no ensino de língua portuguesa**. Petrópolis: Vozes, 2001.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. São Paulo: Ática, 2002.

_____. **O texto argumentativo**. São Paulo: Scipione, 2002a.

CONTRERA, Malena Segura. **O mito na mídia:** a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. São Paulo: Annablume, 1996.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação:** as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 2002.

_____. **Linguagem e ideologia.** São Paulo: Ática, 2003.

JUNG, Carl Gustav. **Psicologia e religião.** Petrópolis: Vozes, 1999.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo.** Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

ROSSI, Luiz Alexandre S.. **Messianismo e modernidade:** repensando o messianismo a partir das vítimas. São Paulo: Paulus, 2002.

SERVA, Leão Pinto. **Babel: a mídia antes do dilúvio e nos últimos tempos.** São Paulo: Mandarim, 1997.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo.** São Paulo: Annablume, 1999.

SODRÉ, Muniz. **Televisão e psicanálise.** São Paulo: Ática, 2000.

VALLE, Edenio. **Psicologia e experiência religiosa.** São Paulo: Loyola, 1998.

VENTURA, Zuenir. *Jornalismo e literatura: alianças e diálogos* in AZEREDO, José Carlos de (org.). **Letras & comunicação:** uma parceria no ensino de língua portuguesa. Petrópolis: Vozes, 2001.