

# “As transformações do jornalismo empresarial da década de 80 aos nossos dias”

ELIZABETH SAAD CORRÊA  
(Universidade de São Paulo)

LUDWIG, Mônica Martinez. *As transformações do jornalismo empresarial da década de 80 aos nossos dias*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes-USP, 1994. 149 p.

A chamada década perdida parece que não se perdeu tanto assim na área do jornalismo empresarial e isso pode ser plenamente avaliado na dissertação de Mônica Martinez Ludwig. A autora apresenta um instigante retrospectiva que relaciona a evolução do jornalismo empresarial brasileiro ao longo dos anos 80 e o salto qualitativo que esse período trouxe para a realidade atual.

A relação jornalismo empresarial-ambiente é analisada por Ludwig sob os aspectos da evolução da tecnologia eletrônica; do conteúdo, forma e linguagem dos veículos empresariais; da evolução do

posicionamento (e conseqüente crescimento de importância) da área de jornalismo empresarial nas empresas; e de como o jornal empresarial passa a assumir o papel de agente de mudanças culturais para o seu público-alvo. Todas as transformações da década de 80 influenciaram cada um dos aspectos citados e possibilitaram a configuração de um novo perfil de jornalismo empresarial para a década de 90 e para o novo século.

A dissertação de Ludwig contribui de maneira significativa para uma melhor compreensão de um jornalismo empresarial integrado ao ambiente em que atua. Do ponto de vista de ambiente interno, a autora apresenta uma pesquisa qualitativa que retrata a evolução de conteúdo, formas e linguagens dos jornais internos de empresas, e detalha os jornais *Clã Goodyear*, e *Via Imprensa*, da Mendes Júnior. Do ponto de vista de integração com o ambiente global (interno e externo) das

empresas temos uma avaliação dos Planos de Comunicação Social da Rhodia e da Vasp, onde o jornalismo empresarial assume um amplo papel catalisador de opiniões, posturas e imagem para as empresas.

Como inovação e então, avanço para o conhecimento, Ludwig faz uma abordagem conclusiva sobre o que seria o jornalismo empresarial holístico, ou seja, sinérgico, integrado, envolvendo indivíduos, que trabalham num ambiente empresarial, que por sua vez atua e tem função num macro ambiente externo, e que por sua vez influencia indivíduos, empresas, áreas etc etc. Numa cadeia sem fim.

Nesse sentido são duas prin-

cipais propostas para o novo mundo de mudança de paradigmas: o surgimento de um novo profissional de jornalismo empresarial, com conhecimentos mais amplos para o ambiente e para o comportamento individual; e o surgimento de novas formas e linguagens de comunicação empresarial facilitadoras da sinergia - a multimídia e seus infinitos recursos.

Em resumo, a década de 80 preparou profissionais e conceitos de jornalismo empresarial para que atuassem nessa nova era, onde a comunicação passa a ser um veículo estratégico de múltiplas mãos. A dissertação de Mônica Ludwig reflete essa realidade.

## Rádios livres como exemplo de democratização nos meios de comunicação

SANDRA SUELI GARCIA DE SOUSA  
*(Instituto Metodista de Ensino Superior)*

MELLANI, Marisa. *Rádios livres. O outro lado da Voz do Brasil*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes-USP, 1995.

A presente resenha trata de um dos assuntos mais discutidos atu-

almente na esfera da comunicação social: a democratização dos meios de comunicação de massa. Para isso, tomamos como exemplo o fenômeno das Rádios Livres, que desde o início da radiodifusão tentam manter seu espaço. Situamos a discussão a partir da dissertação de