



**CANAL DA IMPRENSA:**  
**Revista eletrônica de crítica de mídia do curso de Jornalismo do Centro**  
**Universitário Adventista de São Paulo (Unasp)<sup>1</sup>**

Jefferson Sérgio PARADELLO<sup>2</sup>  
Raphael Augusto Vaz dos SANTOS<sup>3</sup>  
Cristiane Campo Velasco da FONSECA<sup>4</sup>  
Suellen Elise TIMM<sup>5</sup>  
Allan Macedo de NOVAES<sup>6</sup>

Centro Universitário Adventista de São Paulo, Engenheiro Coelho, SP

## **Resumo**

Este trabalho apresenta a edição número 85 da revista eletrônica de crítica de mídia *Canal da Imprensa*, que na ocasião discutiu a atuação da mídia nacional durante a corrida presidencial norte-americana no ano de 2008. Para tal foram analisados jornais, revistas e sítios com o intuito de verificar o posicionamento desses veículos de comunicação em relação ao tema. Além disso, ainda explora outros pontos englobados na esfera americana e que pesam na hora de escolher um candidato. Para tanto, o trabalho descreve o funcionamento da revista, sua filosofia, finalidade e objetivos com as edições que publica na Internet desde o ano de 2002.

**Palavras-chave:** crítica de mídia; eleições norte-americanas; estados unidos; jornalismo político; mídia;

## **APRESENTAÇÃO**

*Canal da Imprensa* é a revista eletrônica de crítica de mídia do curso de Comunicação Social do Unasp - Centro Universitário Adventista de São Paulo, campus Engenheiro Coelho. De natureza temática e com periodicidade quinzenal, a revista é um espaço reservado aos alunos de Comunicação Social, contando, inclusive, com a supervisão de professores e colaboração de profissionais da imprensa.

A revista *Canal da Imprensa* está sob coordenação do professor Allan Novaes, tendo como editores-assistentes os alunos Raphael Vaz e Suellen Timm, do quinto período de Jornalismo. A jornalista Andréia Moura atua como ombudsman da revista, supervisionando a produção dos articulistas e repórteres.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornalismo digital.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo do Unasp, email: jeffersonparadello@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo do Unasp, email: raphaun@yahoo.com.br.

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo do Unasp, email: cristianeluscher@yahoo.com.br.

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo do Unasp, email: suellenelise@hotmail.com.

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do Unasp, email: allan.novaes@unasp.edu.br.



A revista eletrônica *Canal da Imprensa* foi idealizada pelo professor Ruben Dargã Holdorf e concebida pelos alunos do segundo ano de Comunicação do Unasp, em meados de 2001. Após um ano em experimentação, em 21 de agosto de 2002 seu primeiro número conquistou as páginas da internet.

Em 2005, o *Canal* modernizou seu espaço visual e redefiniu sua proposta editorial. Sob a liderança do *Observatório da Imprensa*, *Monitor de Mídia* e *SOS Imprensa*, o *Canal* participou da criação da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoi) e agora colabora com os projetos da rede.

## **OBJETIVOS**

A linha editorial do veículo orienta os articulistas a analisar e criticar o papel da mídia brasileira e internacional. Suas abordagens não permitem o proselitismo religioso nem a propaganda política.

Em sua análise da mídia, *Canal da Imprensa* assume o compromisso de lutar pelos direitos de expressão e consciência, assegurados pela Constituição Brasileira de 1988, sem esquecer-se, contudo, da responsabilidade social e ética que deve reger a produção jornalística e editorial dos meios de comunicação.

O *Canal da Imprensa* acredita que a mídia deve prestar contas à sociedade de tudo aquilo que divulga, veicula ou publica, e que por esse motivo o conteúdo desta revista eletrônica serve como um observatório que 1) critica o conteúdo e a produção jornalística da mídia no Brasil e no exterior; 2) aponta investidas abusivas ou desrespeitosas da mídia sobre a opinião pública e a manutenção da cidadania; 3) analisa tendências dos meios de comunicação em sua função informativa, comercial e ideológica, sem esquivar-se de identificar suas causas e até antecipar possíveis efeitos sobre a sociedade.

## **JUSTIFICATIVA**

A democratização informativa inesperada, anárquica e irresponsável que acompanha o *boom* jornalístico da internet, torna urgente o mínimo de garantia de legitimidade e qualidade das notícias (BERTRAND, 2002, p.16). A solução para o descontrole da qualidade informativa, que promete seguir a expansão e diversificação da internet, vai além de medidas ou critérios estabelecidos por instituições públicas, empresas de comunicação ou órgãos representantes da classe jornalística: o combate à proliferação de práticas jornalísticas antiéticas cabe, primariamente, à formação universitária. É no ensino de jornalismo que a construção de uma práxis ética, competente e crítica deve se firmar.



Para BERTRAND (1999, p. 155), as escolas de Jornalismo são soluções, em longo prazo, para a maioria dos problemas concernentes a qualidade dos serviços prestados pela mídia. Não é à toa que a formação universitária, enquanto educação contínua, encaixa-se na classificação denominada *Media Accountability System* ou MAS (Ibid, p. 155), cuja tradução pode ser “sistemas de responsabilização da mídia”. Os MAS são quaisquer “meios de melhorar os serviços de mídia ao público” (Ibid, p. 35) – é através deles que a mídia consegue “descobrir, corrigir, explicar seus erros e equívocos, desculpando-se por eles” (Ibid, p.35).

A universidade, portanto, é o espaço que fornece “cultura geral”, “conhecimentos específicos num setor” e uma “consciência deontológica<sup>5</sup>” (1999, p. 155) aos futuros jornalistas. Conquanto a experiência profissional proporcione eficazmente o conhecimento geral e, mais especificamente, o domínio do conhecimento técnico, o pensamento deontológico e ético é fruto de uma formação universitária – BERTRAND defende que uma das razões para essa assertiva é o fato da academia sofrer menos a arbitrariedade do Estado ou as típicas imposições do mercado (Ibid, p. 174).

Para cumprir seu papel na construção de uma consciência socialmente responsável, deontológica e crítica dos universitários, parece não ser suficiente que as escolas de Jornalismo apóiem-se apenas na promoção de eventos de cunho teórico-reflexivo, como palestras, seminários, debates ou mesmo disciplinas sobre ética e responsabilidade social da mídia. Tais medidas são necessárias, mas não de todo suficientes. Ao universitário é necessária, juntamente com o insumo teórico, uma iniciação prática no mundo da responsabilidade social da mídia. É preciso que, além de debates e discussões sobre as implicações morais e éticas da profissão, os cursos de Jornalismo familiarizem o universitário com os sistemas de responsabilização da mídia que eles entrarão em contato no mercado de trabalho e os ensinem os fundamentos de uma crítica responsável da mídia.

O grande desafio das escolas de Jornalismo e de seus professores é agregar uma dimensão ética ao aprendizado técnico do ofício, adaptando boa parte da lógica dos “sistemas de responsabilização da mídia” descritos por Bertrand à realidade acadêmica, como uma espécie de controle de qualidade da produção universitária de agências *júnior* de notícias, jornais-laboratório, telejornais e radiojornais universitários, sites de crítica de mídia ou mesmo de pesquisas e análises de caráter científico sobre a imprensa.

---

<sup>5</sup> A deontologia, no que se refere a mídia, é “um conjunto de princípios e de regras, estabelecidos pela profissão, de preferência em colaboração com os usuários, a fim de responder melhor às necessidades dos diversos grupos da população” (BERTRAND, 1999, p. 22).

E é nesse contexto que a relevância e necessidade de um projeto acadêmico da natureza do *Canal da Imprensa* se firmam. Por meio da prática de crítica de mídia universitária o estudante de Jornalismo terá condições de refletir sobre os produtos do mercado e sobre sua própria prática, formando assim uma consciência ética e deontológica mais responsável.

## MÉTODOS E TÉCNICAS

A produção do *Canal da Imprensa* é composta, em sua maioria, por textos opinativos que são resultados da análise da atuação de veículos de comunicação. Os objetos de estudo variam de acordo com o tema. Para verificar as informações descritas pelo objeto e interpretá-las de acordo com a visão crítica do articulista, são utilizadas desde a análise de conteúdo à análise de discurso. No entanto, a estratégia mais frequente é o simples exercício do gênero opinativo. Cada edição é composta, também, por uma reportagem jornalística, que aprofunda o tema e procura apresentar uma visão imparcial em relação ao mesmo. Para isso são consultadas fontes que possam falar sobre o assunto. O objetivo é equilibrar a discussão e oferecer a visão de ambos os lados.

Participam do *Canal da Imprensa* cerca de 30 pessoas, entre professores-orientadores, um ombudsman e alunos do segundo e terceiro anos majoritariamente que fazem às vezes de articulistas, repórteres, editores, revisores e webmasters. A produção do site obedece a uma série de passos cuja rotina inicia-se com reuniões de pauta, culminando na publicação da edição da quinzena e finalizando em uma reunião de avaliação sobre a edição publicada, com direito a análise dos comentários do ombudsman, que analisa a produção discente. Os passos estão detalhados a seguir.

**1. Reunião de Pauta:** No início de cada semestre são realizadas reuniões de pauta do *Canal* na qual estão presentes os alunos e editores do veículo. Nessas reuniões são propostos os temas jornalísticos que serão analisados no *Canal* e definida a agenda do ano. Normalmente os temas são previamente pautados pelos editores. Devido ao fato de o *Canal* ser atualizado quinzenalmente, as reuniões também acontecem na mesma periodicidade, e sempre na própria redação do *Canal*.

**2. Redação de Pautas:** Após a reunião de pauta, os editores-assistentes redigem as pautas de acordo com o tema e a editoria. Para isso, é realizada uma leitura prévia em jornais e revistas sobre o tema e assuntos relacionados para que a pauta não fique superficial. A pauta normalmente contém algumas sugestões de leitura, sugestões de abordagem, uma pequena explicação do tema da edição, a informação da editoria e por fim



uma descrição das informações que o texto do articulista deve conter. A data e horário de entrega também são especificados. As pautas são enviadas para os articulistas via e-mail. Eles também recebem uma cópia impressa, geralmente nas quintas ou sextas-feiras.

**3. Produção dos textos:** Após a entrega das pautas os articulistas ficam livres para redigir os textos no ambiente em que lhes for mais viável. Geralmente, para isso dedicam até quinze dias de trabalho. A produção está dividida de acordo com as editorias presentes no site.

A *Reportagem* é apurada na redação do veículo, já que a maior parte das entrevistas é realizada por telefone, e também porque esse trabalho raramente é individual. Esta é a capa de cada edição do *Canal*. Nas demais editorias o número de textos varia de acordo com a necessidade e o tema.

*Além dos Fatos:* abordam aspectos mais abstratos do tema e que vão além da notícia em si, aspectos relacionados ao tema. Isso exige mais pesquisa e aprofundamento. Sendo assim, quem escreve nesta editoria são os articulistas mais experientes.

*Impresso em Foco, De olho na tela e Rádioescuta:* analisam os diversos veículos de comunicação impressos, televisivos e radiofônicos, respectivamente. Para tanto, os articulistas utilizam os periódicos da biblioteca do Unasp ou mesmo a senha para o acervo online. As duas últimas editorias entram periodicamente de acordo com a necessidade. Os alunos de nível intermediário que escrevem para a editoria.

*Jogo Aberto:* entrevista grandes nomes relacionados ao tema. O trabalho é realizado por um ou dois alunos de nível intermediário. O número de entrevistas também varia de uma à três por edição. Junto ao arquivo com a entrevista em formato “ping-pong” o articulista envia uma foto e um breve currículo do entrevistado para a chamada no index.

*Canal Cult:* é dividido em *Identidade* – biografia crítica de alguma personalidade no assunto –, resenhas de filmes e livros. A editoria também inclui resenhas de acordo com a edição. Os textos são redigidos por alunos iniciantes no veículo, já que exige menos preparo em relação às demais editorias. Os filmes ou livros são disponibilizados pelo próprio *Canal* que possui um orçamento específico para a compra desses materiais.

*Olho vivo e Eventos:* é redigido por estudantes iniciantes. As notícias e eventos são retirados de diversos sites e são relacionadas ao jornalismo. O número de textos varia de acordo com a edição e com a quantidade de acontecimentos da semana.

*O que aconteceria se...:* é responsabilidade de um estudante experiente. Trata-se de uma crônica que supõe algum fato absurdo relacionado ao tema. Apresenta ironia e humor, e é escrito por articulistas específicos para a editoria. A forma da crônica é de livre escolha



de seu autor, já que o escritor recebe apenas o tema e um pequeno direcionamento em sua pauta.

*Acadêmica:* a pedido dos leitores, o *Canal* criou uma editoria onde os internautas e jornalistas podem publicar suas produções. Os textos, enviados por e-mail, são selecionados e revisados antes da publicação. A editoria entra em algumas edições porque depende da quantidade e qualidade dos trabalhos enviados.

*Publicidade:* alguns alunos do curso de Publicidade e Propaganda do Unasp são convidados a escrever nesta coluna. A editoria entra no ar também de acordo com o tema, já que, devido ao *Canal* abordar temas jornalísticos, apenas alguns assuntos favorecem uma abordagem publicitária. Os articulistas de publicidade são escolhidos pelos editores ou recomendados pelos professores do curso.

**4. Entrega de textos e assessoria:** na data marcada, os alunos entregam os textos, que são analisados pelos editores e pelo professor-responsável. Nesse momento ocorre uma espécie de assessoria, na qual as correções ou solicitações de adendos ou alterações no texto são feitas, sempre tendo em vista a pauta estabelecida.

**5. Publicação do site:** a cada quinzena, o site entra no ar, às quintas-feiras, com o auxílio do aluno webmaster.

**6. Reunião de avaliação:** após a publicação, uma reunião de avaliação é feita para analisar a qualidade da edição publicada, conforme a análise feita pelo ombudsman. Nessa mesma reunião, faz-se também a sugestão de pautas para a edição seguinte e então o ciclo recomeça conforme o passo um, descrito acima.

Sob essa perspectiva, são feitas entre sete a dez edições por semestre. Em cada uma delas são selecionados textos a serem enviados para publicação no site *Observatório da Imprensa*, como requisição da Renoi, da qual o *Canal* faz parte, e ocorre a publicação de um dos textos no site *ParanáOnline*, do jornal *O Estado do Paraná*, veículo parceiro da instituição ao qual pertence o *Canal*.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

### Eleições EUA - Edição nº 85, 24 de abril de 2008

A ideia sobre o tema surgiu durante uma aula de Jornalismo Político, da qual participavam os editores-assistentes do *Canal da Imprensa*. O professor Vanderlei Dorneles, que ministrava a aula, fez uma análise de guerras, casos de sexualidade, religião, família, patriotismo e símbolos dos Estados Unidos. Como cumprimento parcial da matéria

foi sugerido que cada aluno realizasse uma reportagem sobre qualquer assunto relacionado à política norte-americana, já que estavam às vésperas das eleições presidenciais. Na classe foi realizada uma reunião de pauta em que foram divididos os textos e as duplas que ficariam responsáveis por eles. Com isso, os editores-assistentes pensaram na possibilidade de fazer uma edição do *Canal* voltada ao tema, já que os alunos que participavam da aula eram os mesmo que escreviam para o veículo. Para isso, alguns utilizaram seus próprios textos enquanto outros produziram novas obras, aproveitando o que aprenderam durante as aulas. Assim, a edição foi composta por diversas análises baseadas em pesquisas e naquilo que aprenderam em sala de aula, temas que englobavam a cultura norte-americana.

No editorial “Trilogia eleitoral”, o texto já aponta o desdobramento tanto dos candidatos quanto das eleições presidenciais. Neste momento importante para a história mundial, o tema não poderia ser dispensado pelos olhos críticos do jornalismo.

A reportagem “Eleições nos Estados Unidos causa reflexos no Brasil”, aborda o descaso do brasileiro com a política nacional. Enquanto outros países, principalmente os de primeiro mundo, se preocupam com as discussões no Senado, no Congresso e no gabinete do Presidente, no Brasil a situação não é nada semelhante. Entre entrevistas e dados, as questões são reforçadas, deixando claro que os brasileiros precisam dar mais atenção ao tema que define o rumo da nação.

“Republicanos ou Democratas – eis a questão” faz uma leitura daquilo que foi publicado pelo jornal *O Estado de S. Paulo* a respeito dos candidatos à presidência americana e suas chances de chegar ao poder. Ainda aponta o fato de o jornal não ter se posicionado em relação a nenhum partido político.

Depois de não mencionar assuntos relativos às eleições presidenciais durante seis meses, a revista *Veja* quebrou o jejum e já no mês de Janeiro de 2008 não perdeu tempo e começou a apostar na corrida presidencial daquele que é considerado o mais importante país do mundo. De acordo com a articulista, aos poucos e no decorrer de todo o ano, a revista vai mostrando seu posicionamento em relação aos candidatos. Assim, o que resta dizer é que “*Veja, é Obama.*”

E para concluir o ciclo de artigos ao redor da revista, o “Queridinho de *Veja*” deixa claro a preferência do periódico. E mais uma vez deu Obama.

De olho na BBC Brasil, Priscila Baracho constatou que a disputa entre Democratas e Republicanos se torna cada vez mais política. Os candidatos freqüentam desde bares a lanchonetes com o objetivo de conquistar eleitores. Mas segundo a articulista, isto não importa. O importante é saber quem fará suas refeições na Casa Branca.

No artigo intitulado Casa Branca – 2008, o articulista Matheus Siqueira faz uma análise de um blog que tem por endereço o mesmo título dado ao texto. O veículo é uma produção nacional, independente e comandado por um jornalista brasileiro que resolveu cobrir as eleições norte-americanas. De acordo com Siqueira, os méritos da iniciativa são positivos. A cobertura foi além daquilo que os grandes jornais publicaram em suas páginas, partindo para uma análise mais profunda.

Em “dois gumes”, Raphael Vaz aponta os discursos de *Veja* e *Carta Capital* de uma ótica estrategista. É fato que os Estados Unidos estiveram envolvidos em guerras, seja lutando ou financiando as mesmas. No entanto, o artigo mostra o paralelo do tema com as eleições norte-americanas, devido ao peso que ele tem para a população na hora de definir o candidato que governará o país durante os próximos anos.

No quesito religião, o artigo “o ópio dos americanos” expressa o que esse assunto significa para essa nação. A crença dos futuros dirigentes é uma questão que pesa para que estes garantam seu lugar na presidência norte-americana. A análise também aborda a visão religiosa de Obama e de Hillary Clinton.

No entanto, quando se discute sexualidade, Bill Clinton e Monica Lewinski são os personagens principais da trama. Porém, em “Muito além de Mônica Lewinski”, é feito um raio-X em relação aos políticos que já participaram de escândalos sexuais no continente. O texto descreve como isso afetou o pensamento de um povo conservador, que preza pelos valores morais.

A tentativa de um candidato passar por cima do outro na disputa presidencial é explorado em “Política do espetáculo.” Na época, Hillary e Obama eram apenas pré-candidatos, mas já mostravam que tinham alguns truques debaixo das mangas para alcançar o *ranking* do poder.

Complementando o mesmo pensamento, no artigo “Política do espetáculo” as atitudes dos candidatos são vistas da mesma forma que no teatro: uma encenação. Mas se pretendem conquistar eleitores, eles precisam se posicionar em relação a diversos temas e tornar essa novela cada vez mais real.

A escolha do candidato requer muita análise. E os americanos estão de olho não só no que pensam, mas também no que fazem os candidatos. “Perigosa indecisão” navega pelos discursos e pelas trocas de elogios entre os três candidatos à presidência: Obama, Hillary e McCain. O artigo descreve a posição de alguns veículos norte-americanos em relação ao assunto e um pouquinho da história política da ex-primeira dama.



Com experiência em políticas públicas, estudos legislativos, sociologia ambiental, reforma do estado, sociologia do desenvolvimento, federalismo, relações intergovernamentais e cultura política, a entrevista para esta edição foi concedida pelo professor Valeriano Costa, doutor em Sociologia pela USP. Ele discutiu, entre outras coisas, a importância da política norte-americana para o planeta, a imigração e se os candidatos estariam preparados para resolver os problemas do país, dentre eles a crise financeira mundial.

O filme sugerido nesta edição foi o intitulado “Mera coincidência”, em que o presidente dos Estados Unidos se envolve em um escândalo sexual, em que teria abusado de uma escoteira que visitava a Casa Branca. Em pleno período de eleições, o presidente, que esperava se reeleger, vê que tudo pode vir por água abaixo se a bomba estourar. Antes que isso aconteça, com a ajuda de Stanley Motss, um produtor de cinema, cria uma guerra fictícia, mas que é capaz de enganar até mesmo a mídia.

“Detonando a notícia” é um livro que completa a edição. Destaca o motivo pelo qual os americanos estão deixando os jornais impressos e os noticiários de TV de lado. Para a imprensa, tudo está bem em relação ao seu trabalho. Para o leitor, não. Mas este último mostra seu desgosto apenas boicotando o consumo da notícia. No entanto, o autor do livro, James Fallows, busca explicar onde o jornalismo tem errado para que o desinteresse pela informação não continue crescendo.

O Olho vivo traz as principais notícias referentes ao jornalismo naquele período.

Na sessão Eventos encontram-se as programações relacionadas ao tema.

Já na enquete, a questão levantada é quem dos três candidatos beneficiaria o Brasil se assumisse o poder.

Na sessão Canal Cult, um raio-X descreve a trajetória do ex-presidente norte-americano Ronald Reagan, que foi um importante personagem na política norte-americana.

O que aconteceria se... fecha a edição com uma hipótese: e se Bush desse um golpe de estado? No decorrer do processo, o presidente conhece a cultura brasileira, acusa Obama de ter ligação com Bin Laden, lê Marx e Engels, dentre outras coisas.

## **IMPRESSÕES**

Os resultados em relação ao assunto foram satisfatórios. Recebemos e-mails de leitores comentando sua apreciação pela edição. A ombudsman foi uma das apreciadoras do tema. Além dos alunos da faculdade, dois brasileiros que na época moravam na Itália comentaram que a abordagem foi muito positiva e, em especial, três textos, que segundo



eles eram os mais polêmicos. Outro brasileiro que estava nos Estados Unidos também comentou a edição por e-mail. Com o tema, os acessos internacionais aumentaram.

## **REFERÊNCIAS**

BERTRAND, Claude-Jean. **O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2002.

\_\_\_\_\_. **A deontologia das mídias**. 2.<sup>a</sup> ed. Bauru, SP: Edusc, 1999.

**CANAL DA IMPRENSA**. Disponível em: <http://www.canaldaimprensa.com.br>. Acesso em: 27/09/06.



## Anexo 1: Capa de edição número 85.

ABI TV ABI O Parcial

home | 24 de abril de 2008, 85ª edição - ANO 7 Atualizações quinzenais às quintas-feiras

**canal da imprensa**  
informação também é responsabilidade

Revista Eletrônica do Curso de Jornalismo do Unasp | ISSN 1980-2994

QUEM SOMOS EXPEDIENTE EDIÇÕES ANTERIORES FALE CONOSCO CARTAS BUSCA  OK

**REPORTAGEM**  
**Eleições EUA**

Tomate neles! Essa expressão poderia ser o brado da nação que desabafa diante das tramóias da classe política. Como confiar num governante diante de tantos escândalos? A política abordada na mídia é movida ao trivial: CPLs, falcatruas, desvios... Com tantas notícias relacionadas ao descaso dos governantes pelas necessidades do povo, a resposta se faz com igualdade: desinteresse da população pelos fatos políticos.

[leia mais](#)

**ALÉM DOS FATOS**  
Dois gumes

**ALÉM DOS FATOS**  
O ópio dos americanos

**ALÉM DOS FATOS**  
Muito além de Monica Lewinsky

**ALÉM DOS FATOS**  
Perigosa indecisão

**ALÉM DOS FATOS**

<b>GUERRA</b> <b>Dois gumes</b> Raphael Vaz	<b>RELIGIÃO</b> <b>O ópio dos americanos</b> Suellen Timm	<b>IMORALIDADE SEXUAL</b> <b>Muito além de Monica Lewinsky</b> Rogério Cardoso
<b>SHOWMÍCIO</b> <b>Política do espetáculo</b> Patrícia Matter	<b>PANORAMA</b> <b>Quebre a perna, presidente!</b> Anita Leite e Priscilla Stehling	<b>CORRIDA DEMOCRATA</b> <b>Perigosa indecisão</b> Cristiane Lüscher

**DIRETO DA REDAÇÃO**

“No entanto, surge uma questão: por que ter o perfil completo de todos os candidatos é tão importante? A moral é muito importante para a política norte-americana e, por isso, é importante para a nossa edição também. Vamos explorar o que fica por trás da bandeira branca, vermelha e azul!”

[leia mais](#)

**IMPRESSO EM FOCO**

<b>ESTADÃO</b> <b>Republicanos ou democratas - eis a questão</b> Rubia Gomes	<b>VEJA</b> <b>“Veja”, é Obama!</b> Rosemeire Braga	<b>VEJA</b> <b>Queridinho da Veja</b> Moabe Giudice
--	---	---

**JOGO ABERTO**

**WEB EM QUESTÃO**

**NEWSLETTER**

Cadastre seu e-mail e receba as últimas informações do

(Link: <http://www.canaldaimprensa.com.br>)