



Coordenação de Iniciação Científica, Monitoria e Extensão

Curso de Direito

CIDADANIA MEDIATIZADA:

Relações possíveis entre Justiça e Meios de Comunicação

Daniel Barsi Lopes

Fortaleza - CE

2019

CIDADANIA MEDIATIZADA:
Relações possíveis entre Justiça e Meios de Comunicação

Daniel Barsi Lopes

Projeto de Iniciação
Científica do Curso de
Direito da Faculdade Ari
de Sá.

Fortaleza-CE

2019

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	4
2	JUSTIFICATIVA	6
3	OBJETIVOS	7
4	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8
5	METODOLOGIA	10
6	CRONOGRAMA	12
7	RECURSOS	13
	REFERÊNCIAS	13

RESUMO

Este projeto de iniciação científica tem a proposta de analisar como tem se construído e quais são os contornos da cidadania midiaticizada e como isso tem impactado nas instâncias jurídicas. O objetivo da pesquisa é avaliar jornais impressos, programas de televisão e páginas da internet que abrem espaço para dar visibilidade e legitimidade às demandas dos cidadãos – desde cobranças indevidas, por parte de empresas, até questões de infraestrutura pública não resolvidas pela prefeitura –, ressignificando as esferas jurídicas oficiais e os ordenamentos legais. Trata-se de uma pesquisa com caráter quantitativo e qualitativo, tendo em seu desenho metodológico a presença da análise de conteúdo e do discurso, que serão utilizadas como ferramentas para interpretar os dados coletados no mapeamento midiático. O conceito de cidadania assume um papel central na investigação, especialmente em suas relações com a mídia e a justiça, alicerçando as reflexões sobre que tipo de atuação cidadã é essa que os meios de comunicação se autorreferenciam como articuladores.

Palavras-chave: Cidadania. Mídia. Justiça.

1. INTRODUÇÃO

A sociedade global, ainda em fase de desenvolvimento, trouxe uma série de alterações e reformulações nas vidas dos sujeitos que dela participam. As relações de sociabilidade se reconfiguram; o desenvolvimento do capitalismo alicerça a segmentação social; as inovações tecnológicas são acompanhadas da precarização do trabalho e do desemprego. Ou seja, todos esses processos efetivados pela sociedade global contemporânea são “marcados pelo incremento não apenas das diferenças, mas também das desigualdades sociais e do mecanismo de seleção-exclusão social” (SOUSA SANTOS, 1994, p. 82).

O esgarçamento nas relações entre os indivíduos se faz sentir, também, através do rompimento dos laços de confiança e reciprocidade nas instituições socializadoras, tais como a família, a escola, a comunidade, etc., fazendo com que “sobre” muitos elementos para o Estado, que, também vítima de um processo de desgaste de suas instituições, não dá conta de abarcar, ocasionando o constante e assustador aumento de contingentes populacionais em situação de vulnerabilidade social (PAIS, 2001).

A partir das transformações – trazidas pelo advento da urbanização, da globalização e da midiaticização¹ – ocorridas nas formas dos indivíduos se relacionarem entre si e nas suas formas de interações com os meios de comunicação e com as instituições, a cidadania, o sentimento de ser cidadão,

¹ “Tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias de comunicação” (SODRÉ, 2002, p. 21).

de pertença a uma comunidade, antes praticados preponderantemente pelas relações “face-a-face”, pelas identidades locais, pelas interações territorializadas, e, principalmente, pela atuação do Estado, passam a ser, também, intercambiados pela mídia. E, cada vez mais, esses intercâmbios são sentidos de forma mais forte. Não podemos deixar de perceber em nossa sociedade contemporânea o fato de que o fenômeno da midiaticização parece afetar todas as práticas sociais existentes, passando a fazer parte de nossa cotidianidade, muitas vezes, segundo se observa em Mata (1999), atuando como mediação entre os sujeitos e as instituições.

Com a globalização e as inovações tecnológicas as instituições clássicas acabam perdendo parte de seu peso. Dá-se, então, segundo Carvalho (2002, p. 225), “a redução do papel central do Estado como fonte de direitos e como arena de participação”. Ainda segundo Mata (2000), percebemos, com o processo de midiaticização, uma significativa tendência de substituição das instituições oficiais – partidos, órgãos governamentais, instâncias judiciais – como o lugar para a representação cidadã, pelos meios massivos de comunicação.

Temos assistido, na contemporaneidade, a emergência de programas de televisão que levam determinadas situações – antes resolvidas nas instâncias judiciais – para serem resolvidas diante da tela da TV, tais como “Patrulha do Consumidor”, ou jornais impressos e telejornais que, diante da ineficiência do Estado, abrem espaço para que leitores e telespectadores possam chamar a atenção para algum problema não solucionado pela prefeitura, por exemplo. Os telejornais locais utilizam comumente deste expediente, trazendo à tona o descaso dos poderes públicos com relação, especialmente, aos moradores de periferia. E não podemos deixar de apontar o sucesso que sites como o “Reclame Aqui²” adquiriram neste panorama. No senso comum é recorrente o discurso de que é mais eficiente fazer uma reclamação no referido site do que abrir uma queixa em algum órgão de defesa do consumidor, como DECON e PROCON, por exemplo.

Sendo assim, a ideia deste projeto é a de refletir sobre os contornos dessa cidadania midiaticizada, dessa busca por direitos, visibilidade, legitimidade e resolução de problemas que encontra nos meios de

² Apenas entre 23 e 24 de novembro de 2018 – quando foi feito um dia de promoções, o Black Friday – houve oito mil reclamações registradas no Reclame Aqui, contra 187 empresas. Comentários negativos publicados no site costumam aparecer no Google. Alguém pode encontrar a reclamação quando pesquisar sobre empresa no buscador, o que não será interessante para a reputação da organização, caso a situação tenha ficado mal resolvida.

Fonte: Meu Negócio

Disponível em: <https://meunegocio.uol.com.br/academia/e-commerce/5-licoes-que-voce-pode-aprender-com-casos-reais-do-reclameaqui.html#rmcl>

Acesso em: 28 jun. 2019

comunicação um espaço privilegiado de materialização. Como tem se dado essa aproximação entre a mídia e as esferas jurídicas? Os meios, efetivamente, tem trazido agilidade na proposição de encaminhamentos e soluções ou se trata mais de uma estratégia de marketing? Quais tipos de demandas mais surgem nesse contexto? Enfim, são muitos e instigantes os questionamentos que pairam sobre esse cenário e que gostaríamos de aprofundar.

2. JUSTIFICATIVA

As modificações ocorridas ao longo do século XX resultaram numa nova forma de relação entre os cidadãos, o Estado e as instituições representativas. Sem a identificação direta entre um indivíduo e um tipo de instituição, classe ou ideologia as décadas recentes presenciam o que tem sido chamado de crise da representação política. É neste contexto que se inscrevem as iniciativas da mídia em se tornar palco de visibilidade das demandas dos cidadãos e de seus sentimentos de justiça. Tal ação se torna ainda mais emblemática pela intensificação da participação da mídia na vida cotidiana dos cidadãos: ela é informação, trabalho, entretenimento, um modo de conhecer o mundo e se sentir parte dele e uma maneira de reclamar às administrações públicas demandas coletivas (BUCCI; KEHL, 2004).

Isso ocorre porque a mídia tem a capacidade de aproximar os acontecimentos, lugares e tempos de tal modo que o sujeito que os observa tem a sensação de experimentar individualmente e coletivamente todas as situações. Da mesma forma, o jornalismo, como parte do campo da comunicação, atua como modo de conhecimento da realidade, ao mesmo tempo, dá valor de autenticidade ao que por ele é visualizado (RODRIGUES, 2000).

É neste cenário de transformações e de atravessamentos midiáticos que o termo cidadania tem adquirido destaque nos últimos anos. Nunca se falou tanto no assunto, de uma forma tão diversificada, e por agentes tão distintos da sociedade. É a cidadania dos eleitores, do consumidor, dos sujeitos urbanos, dos migrantes, dos grupos minoritários, e, principalmente, a cidadania midiaticizada, a qual os meios de comunicação de massa se autorreferenciam como propagadores.

Sendo assim, são importantes e necessárias as investigações que possam dar conta de compreender essa relação tão complexa e dinâmica que tem sido construída em torno da mídia e da noção de cidadania. Como ficam a questão da justiça e a atuação do Direito nesse cenário são aspectos relevantes,

que não podem ser negligenciados. As instâncias jurídicas têm uma processualidade própria, que, muitas vezes, não satisfazem às necessidades de uma sociedade dromológica (VIRILIO, 1996), que tem ânsia por respostas imediatas. Não são poucos os casos em que as mídias – e, mais especificamente nos dias de hoje, as redes sociais – culpam pessoas e instituições antes mesmo que os aparatos jurídicos cheguem a alguma conclusão. O risco de se condenar – antecipadamente – alguém inocente é grande e pode trazer consequências devastadoras.

Como tem se dado esse encontro entre o Direito e as TICs (Tecnologias da Informação e da Comunicação) é algo de extrema importância para a área, tanto que foi tema da mais recente Semana do Direito da Faculdade Ari de Sá. Tão relevante como refletir sobre a disseminação dos nudes e a invasão de privacidade ou a confusão que, muitas vezes, se estabelece entre liberdade de expressão e discurso de ódio é investigar o que acontece quando uma pendência entre um cidadão e uma marca, em vez de seguir os ritos jurídicos, materializa-se em um palco de um programa de televisão ou em uma página de internet. Saber que tipo de cidadania é essa que se tem fomentado junto aos meios de comunicação é importante para que se possa qualificar esse vínculo, mas sem prejuízo de nenhuma das partes envolvidas nessa simbiose.

3. OBJETIVOS

3.1 – Objetivo Geral

* Analisar como tem se construído e quais são os contornos da cidadania midiaticizada e como isso tem impactado nas instâncias jurídicas

3.2 – Objetivos Específicos

* Refletir criticamente sobre as relações entre cidadania, mídia e justiça

* Mapear os programas de televisão, jornais impressos e páginas da internet que abrem espaço para a visibilização de demandas dos cidadãos

* Analisar o perfil dos veículos de comunicação, o modo como a justiça é retratada nesses meios e os tipos de demandas publicizadas

* Avaliar os encaminhamentos ou soluções propostos pelos meios de comunicação

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O berço da cidadania está, principalmente, na Europa. Cortina (2005) nos fala da civilização grega e de seu legado acerca do termo, que nasceu com a cidadania ateniense nos séculos V e IV a.C. No entanto, a cidadania grega é vista quase como um mito, pois é exclusiva e não inclusiva. Dela não participavam as mulheres, as crianças e os estrangeiros. Assim, a principal marca da cidadania grega, que é “a participação direta nos assuntos públicos” (CORTINA, 2005, p. 39), é limitada, pois não considera todos os indivíduos como dignos de serem considerados cidadãos. No Império Romano a cidadania estaria mais vinculada à noção do Direito, ou seja, como um estatuto jurídico. Segundo Cortina (2005, p. 42), “o cidadão é agora [...] o que atua sobre a lei e espera a proteção da lei em qualquer parte do império: é o membro de uma comunidade que compartilha a lei”.

Além de sua raiz – grega e romana – a cidadania também se alimenta das revoluções francesa, inglesa e americana, ocorridas nos séculos XVII e XVIII, e do nascimento do capitalismo. O surgimento do Estado nacional moderno possibilita a projeção e configuração atual do conceito de cidadania, que passa a ser vinculado ao “Estado” e à “nação”.

A noção de cidadania tem passado por uma série de transformações. Estreitamente vinculada ao Direito, Vieira apresenta sua ideia central de cidadania como “direito a ter direitos” (1998, p. 22). Recupera noções de outros autores, como Marshall, para quem a “cidadania seria composta dos direitos civis e políticos [...] e dos direitos sociais” (1998, p. 22) e Turner, em estudo que apontaria a existência de categorias de cidadania e classificações, pelo que “haveria [...] uma cidadania conservadora – passiva e privada –, e uma outra revolucionária – ativa e pública”. A cidadania social – vinculada ao Estado do bem-estar – é acusada por Cortina (2005) de ser passiva. Para a autora, há necessidade de uma cidadania ativa, que também assuma, e não somente cobre responsabilidades.

Uma interessante perspectiva para se tentar compreender a cidadania é perceber sua relação intrínseca com a identidade e com o sentimento de pertença. A identidade seria uma força motivadora para o exercício da cidadania. O sentimento de pertença, de se reconhecer como parte integrante de algum lugar, aumentaria o desejo de participação, e teria como consequência o aumento da civilidade. Cortina (2005, p. 73) entende que “quem não é tratado como cidadão não identifica a si mesmo como tal”.

A noção de cidadania, não por acaso, surge com a modernidade, quando se tenta quebrar privilégios relacionados à tradição ou à hereditariedade, garantindo “a existência de direitos políticos completos e iguais” (DEMANT, 2003, p. 343), assim como direitos civis, relativos aos indivíduos. O reconhecimento do indivíduo é a grande marca da modernidade. Segundo Wolton (2004, p. 58), “diante da emergência da ideia de ser livre e de estabelecer relações em todos os sentidos, a comunicação surge para expressar e reforçar a modernidade” e se manifesta como princípio da organização das relações sociais, tornando-se, ao mesmo tempo, uma característica e uma necessidade.

A preocupação com a visibilidade dos assuntos públicos na mídia decorre do entendimento de que a mídia aproxima da vida do indivíduo uma experiência que ele pode não ter vivenciado diretamente. Mas, por tomar conhecimento desta situação, e acompanhar seus desdobramentos, é como se tivesse experimentado. Sobre isso, Roger Silverstone (2002) nos faz pensar que a mídia participa da experiência.

Ao tratar da atualidade, os meios de comunicação agem como modo de conhecimento da realidade, pela aproximação que propiciam entre o sujeito, o grupo em que vive, seu tempo, seu espaço e os demais grupos e lugares. A mídia ocupa um lugar importante no processo de conhecimento do cotidiano. Cristina Ponte observa que “nas sociedades modernas, democráticas e capitalistas, [...] os media são instituições privilegiadas para a formação e o reforço de conhecimentos para além da experiência direta” (2005, p. 153).

Por entender a atividade dos meios de comunicação como pertencente ao emaranhado de construções acerca do que se vive, Traquina (2005) nos faz refletir que a mídia participa ativamente na definição e na construção do que nós temos acesso e, por consequência, na construção da realidade. O mundo também é o que se diz sobre o mundo, o que se acredita que ele seja, o que se postula que ele possa ser a partir de tais ações e o que se sonha sobre ele. Sodré (2002) diz que a mídia não faz simples cópia, ela é um novo “espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos” e tem um potencial de modificar a realidade vivida, na medida em que se hibridiza com outras formas de viver o real-histórico.

Daí é que se percebe uma mudança essencial na forma de viver o âmbito público criado pela cidadania moderna. A penetração da mídia na vida cotidiana, associada à crise das instituições tradicionais, provoca rupturas e mudanças quanto ao ideal de esfera pública como uma reunião de cidadãos privados, dotados de razão, discutindo temáticas coletivas. Mudam as formas de organização e participação, mas prossegue, como analisa Gomes (1998), a característica argumentativa da esfera pública – que necessita da vida democrática e do livre fluxo de informações para existir.

Orozco Gómez (2003, p. 11) questiona “cómo se está constituyendo el sujeto individual y colectivo como ciudadano de un país e del mundo cuando la mayor parte de su constitución está mediatizada por sus múltiples vínculos com médios y tecnologías de información?”. Nesse sentido, é preciso destacar que, mesmo com características específicas, mas com o semelhante sentido de tentar mudar para melhor o espaço público, iniciativas que pretendem dar visibilidade aos interesses imediatos dos cidadãos e suas demandas aparecem em diversas manifestações da mídia. Ao mesmo tempo, essas ações recorrem a outro tipo de fontes, que não as fontes oficiais ou de lideranças, mas buscam as experiências de pessoas comuns. Trata-se de dar crédito à informação recebida na rua, ou ao detalhe que se mostra visível na cidade, como uma rua danificada, uma região que alaga. Ou mesmo de levar legitimidade ao consumidor lesado, que, mesmo recebendo da marca um produto defeituoso, não consegue fazer a troca. A partir desta perspectiva constrói-se um espaço distinto, que procura salientar a demanda social, com o que o texto midiático acaba por dirigir-se a públicos distintos: os leitores, em geral, os membros da referida comunidade e, muito particularmente, às administrações públicas e às marcas.

A aproximação da cidadania, da comunicação de massa e do consumo tem, entre outros fins, de reconhecer estes novos cenários de constituição do público e mostrar que para se viver em sociedade democrática é indispensável admitir que o mercado de opiniões cidadãos inclui tanta variedade e ressonância quanto o mercado da moda, do entretenimento. Lembrar que nós cidadãos também somos consumidores leva a descobrir na diversificação dos gostos uma das bases estéticas que justificam a concepção democrática da cidadania (CANCLINI, 1997, p. 34).

4. METODOLOGIA

Definir a metodologia para um projeto de iniciação científica é sempre algo delicado, pois envolve um devir – a pesquisa – quem tem uma dinâmica muito plural. A investigação científica costuma se construir enquanto vai sendo delineada, solicitando do pesquisador a sensibilidade para, a todo momento, rever suas estratégias, percebendo nelas os erros e os acertos, e fazer os devidos ajustes. É nesse sentido que vamos ao encontro da proposição de Maldonado (2004, p. 7), quando este autor nos faz refletir que não se trata um método de uma receita de bolo.

No existen métodos ‘listos’ para una inmediata aplicación, toda problemática exige construcciones y combinaciones metódicas que dependen de la realidad, del proceso o del fenómeno que vamos a investigar; por consiguiente los métodos devem ser contruidos y articulados de acuerdo com cada pesquisa.

Se cada autor deve ser seu próprio metodólogo (MILLS, 1975), faz-se importante, então, que se construa uma metodologia que melhor se adapte aos interesses e às necessidades da problemática de pesquisa, atendendo aos requerimentos do problema-objeto. A escolha do método deve vir a partir das solicitações do problema de pesquisa e não ser simplesmente o resultado de um “dogma epistemológico” (MILLS, 1975, p. 84). Mas é necessário, claro, ter uma “rota” a ser seguida antes de o processo ser iniciado, sob pena de nos perdermos diante de tantas possibilidades.

Sendo assim, este projeto traz a proposta de uma investigação de caráter quantitativo e qualitativo, com viés exploratório, e dividida em três etapas. Na primeira o objetivo será o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica, ou pesquisa da pesquisa, conforme nos fala Bonin (2006). Na verdade, a pesquisa bibliográfica, obviamente, acompanhará todo o processo de desenvolvimento da investigação, mas terá um papel preponderante nesta primeira fase, cujo intuito principal será o de aproximar-se das bibliografias a respeito da seara jurídica, buscando ampliar e aprofundar o referencial teórico. Em um segundo momento a ideia é começar o trabalho de campo, que, inicialmente, terá uma perspectiva quantitativa, materializada através de um mapeamento de jornais impressos, programas de TV e páginas na internet nos quais se localizem esse tipo de situação em que cidadãos comuns levam suas demandas aos holofotes midiáticos. O objetivo – que será desenvolvido a partir da criação de categorias – será classificar esses casos através do que interessa ao projeto pesquisar. Acreditamos que, para esta etapa, a análise de conteúdo (BARDIN, 2011) apresenta-se como um método apropriado e eficaz, por nos auxiliar nessas categorizações. Na terceira fase da investigação, dando sequência ao trabalho de campo, o objetivo será realizar um recorte no corpus (com critérios ainda a serem definidos, de acordo com o andamento e as descobertas feitas na primeira fase do trabalho de campo) para que se possa empreender uma pesquisa com caráter qualitativo, a partir do qual será possível deter-se mais cuidadosamente sobre o objeto da investigação. Confiamos que ter a análise do discurso (FOUCAULT, 2014) como método possa nos ajudar nesta empreitada.

O desenvolvimento da pesquisa será feito coletivamente, a partir de um trabalho elaborado através de várias mãos. Professor orientador e alunos envolvidos no projeto estarão reunidos pelo interesse em torno da temática e pela vontade de produzir Ciência no âmbito da iniciação científica. É preciso que se observe a quantidade de alunos com desejo de participar do projeto para que possamos tomar algumas decisões referentes aos contornos do grupo, especialmente no que diz respeito aos papéis que cada membro desempenhará ao longo do processo. Acreditamos que um encontro semanal, com carga horária

de 2 horas, seja suficiente para construir a investigação e, ao mesmo tempo, não sobrecarregar professor e alunos vinculados ao projeto. Além dos encontros presenciais, é preciso destacar a necessidade de mais uma carga horária de 2 horas semanais, que serão dedicadas às leituras de materiais e preparações dos conteúdos de cada uma das reuniões.

6. CRONOGRAMA

Atividades	Meses										
	Ago19	Set19	Out19	Nov19	Dez19	Fev20	Mar20	Abr20	Mai20	Jun20	Jul20
Reuniões presenciais	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pesquisa bibliográfica	X	X	X	X	X	X	X				
Coleta de dados					X	X	X				
Análise de dados							X	X	X		
Redação do relatório									X	X	
Divulgação dos resultados da pesquisa (em eventos e/ou revistas científicos)									X	X	X

7. RECURSOS

- Recursos humanos: professor orientador e alunos vinculados ao projeto (a quantidade depende do número de estudantes inscritos no processo seletivo).
- Recursos materiais: sala de aula para a realização das reuniões e equipamento para que seja possível acompanhar os materiais midiáticos (impressos e audiovisuais) selecionados.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BONIN, Jiani. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, A. Efendy (org.). **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 21-40.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

CARVALHO, José Murilo. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

DEMANT, Peter. Direitos para os excluídos. In PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla (orgs). **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2014.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

GOMES, Wilson. Esfera pública política e media: com Habermas, contra Habermas. In RUBIM, Antonio Albino Canelas; BENTZ, Ione Maria; PINTO, Milton José (org). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

MALDONADO, A. Efendy. Trayectorias metodológicas suscitadoras. **Ciberlegenda**, n. 14, 2004.

Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/efendy5.htm>.

Acesso em: 28 jun. 2019.

MATA, Maria Cristina. De la presencia a la exclusión: la obliteración del conflicto y el poder em la escena mediática. **Revista Diálogos de la Comunicación**. Lima, 2000, n. 59-60, p.166-173, out.

MATA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Revista Diálogos de la Comunicación**. Lima, 1999, n. 56, p. 80-89, out.

MILLS, Charles. **A imaginação sociológica**. Rio de janeiro: Zahar, 1975.

OROZCO GOMÉZ, Guillermo. Los estudios de recepción: de um modo de investigar, a uma moda, y de ahí a muchos modos. **InTexto**. Porto Alegre: UFRGS. N. 9, 2003.

Disponível em:

<http://www.intexto.ufrgs.br/n9/a-n9a6.html>.

Acesso em: 27 jun. 2019

PAIS, José Machado. **Ganchos, tachos e biscates**. Porto: Âmbar, 2011.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

RODRIGUES, Adriano. A gênese do campo dos media. In: SANTANA, R. N. Monteiro (org.). **Reflexões sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Revan, 2000, p. 201-210.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

SOUSA SANTOS, Boaventura. **A crítica da razão indolente**: contra o desperdício da experiência. São Paulo: Cortez, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e globalização**. Rio de Janeiro: Record, 1998.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e política**. São Paulo: Estação da Liberdade, 1996.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora UNB, 2004.