

Mídia e política: Panorama de uma interface sólida

Acácio Salvador Vêras e Silva Júnior¹

acaciosalvador@hotmail.com

Resumo: O presente artigo tem como objetivo fazer uma revisão bibliográfica sobre a midiática, processo de representação na política e a utilização do termo espetacularização. Fazendo uma revisão de termos caros à compreensão do tema e adentrando na relevância da midiática no campo político. Nada, portanto, é mais revelador do que o fato de a mídia não ser apenas um poder auxiliar, conforme pensa quem a chama de quarto poder. Pelo contrário, a mídia não age apenas como mediadora entre os poderes, mas como um dispositivo de produção do próprio poder de nomeação e, no limite, também de funcionamento da própria esfera política.

Palavras - chaves: Midiática, representação política, espetacularização.

Abstract: This article aims to make a review on mediaticization, process of representation in politics and use of the term spectacularization. Making a review of terms dear to the understanding of the subject and the importance of entering the political field mediaticization. Nothing, therefore, is more telling than the fact the media is not only an auxiliary power, as those who think the fourth power of the flame. Instead, the media not only acts as a mediator between the powers, but as a device for production of the power of appointment, and in the ceiling, also functioning of the political sphere.

Keys - words: Mediaticization, political representation, spectacularization.

1. Introdução

A representação política nas democracias sofreu transformações substanciais das duas décadas finais do século XX até hoje. Os partidos políticos grandes centralizadores de massas capazes de ordenar as identidades e preferência do eleitorado foram diminuídos em detrimento a um fenômeno da personalização midiática política, que tomou força sob a figura de lideranças pebliscitárias.

Os multifacetados meios da comunicação modificaram o ambiente político, uma nova perspectiva de tempo-espaço foram inseridas por esses meios nos rumos do cotidiano político. Certamente em medidas questionáveis e analisáveis, uma vez que diante desse quadro tornou-se comum a banalização de termos como espetacularização da política, política show e muitos outros que remetem a uma visão unívoca dessa inserção.

É notória uma iniciativa de estudos desses problemas contemporâneos da formação, administração e imposição da opinião pública política, passando quase

1. Mestrando em comunicação social – interações midiáticas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Especialista em Comunicação e Política pelo UNI/BH. Graduado em Comunicação Social. Membro do Grupo de pesquisa Mídia e Narrativa PUC-Minas

sempre por um viés que destaca a relação entre opinião pública e comunicação de massa (Gomes, 2004).

É evidente que os meios de comunicação de massa, formam um dispositivo técnico de longo alcance e são uma novidade autêntica nessa ‘nova’ realidade, suas possibilidades de alguma maneira quebram uma barreira histórica e se inserem muito oportunamente nessa nossa época permeadas por a existência de sociedades de massa gigantescas, paralelas a um estágio tecnológico avançado eminente.

Porém é preciso esclarecer sobremaneira que o nível dos estudos e os avanços do conhecimento desse tema não é mais plausível conceber uma compreensão meramente instrumental da comunicação na relação com o campo político. E também dizer que essa política baseada na opinião pública é uma invenção moderna, uma vez que casos históricos típico como a fabricação da glória de Luiz XIV, desestabilizam essa tese, como bem disse Wilson Gomes, em sua obra *Transformações da política na era da comunicação de massa*.

Faz necessário destacar que no presente artigo estamos condizente com as idéias de Wilson Gomes, quando aponta não para uma transformação pura e simples da política com o alteração dessa mediatização, mas uma transformação repleta de características particulares, que não podem ser vítimas da negligencia de termos e conceitos que não sejam capazes de corresponder as exigências dos novos estudos em comunicação e política.

2. Processo de midiatização dos campos sociais

É facilmente percebido, o crescimento da participação e importância do campo midiático na sociedade contemporânea. Em nosso tempo, acostumamo-nos com o fato de que é através da mídia é que somos informados sobre os acontecimentos e o “curso do mundo”, ela nos passa dados atualizados capazes de adaptar-nos ao nosso meio cambiante, o que acaba por mudar nossa forma de experienciá-lo. Nesta reconfiguração social, o campo midiático possui a característica de atravessar muitos os outros campos, condicioná-los e adequá-los às formas expressivas e representativas da mídia. Este processo, denominado de *mediatização*² ou para outros teóricos *midiatização*, que no

² Para Muniz Sodré, o processo de midiatização refere-se à tendência à virtualização ou televirtualização das relações humanas, “presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação” (2002: 21).

fim das contas tem o mesmo sentido, tomou fôlego na segunda metade do século XX, outorgando à mídia um papel estratégico em nossa sociedade.

Na obra *Por que estudar a mídia* (Silverstone, 2002) nos mostra caminhos e a importância de se estudar a essa mídia, ressaltando aspectos preponderantes como sua onipresença e complexidade, sua dimensão cultural, social, política e econômica, muito além da sua compreensão ferramental, retirando desses estudos um caráter exclusivamente de uma compreensão do seu aparato tecnológico que lhe é evidente, indo no sentido de uma de compreensão “do que a mídia faz, e o que fazemos com ela”.

Temos hoje um panorama social no qual nossas experiências são cada vez mais permeadas por relações comunicacionais que, em determinado momento, são perpassadas pela mídia, promovendo assim novas formas de interação social: as esferas da vida social e individual se reorganizam em função da lógica midiática, “A mídia deixou de ser um apêndice da vida contemporânea, e passou a fazer parte dela” (Silverstone, 2002)

José Luiz Braga relaciona a palavra mediatização a pelo menos dois âmbitos sociais: Um em que são tratados processos sociais específicos que passam a se desenvolver inteira ou parcialmente, segundo as lógicas da mídia e em outro âmbito, em um nível macro, trata-se da “mediatização da própria sociedade”, um tema que tem sido alvo de muitos debates no campo da comunicação.

Os objetos dos estudos da comunicação, para Braga, se definem de maneira mais abrangente como “processos de interação social”, embora o autor reconheça a importância e a centralidade da mídia na construção do objeto comunicacional contemporâneo. É preciso atentar para o papel configurador que a mídia passa a desempenhar conformando as novas formas de interação e sociabilização estabelecidas pela mediatização.

Nesse sentido Braga fala da mediatização como “processo de referência”, onde para o autor “a expressão, em parte, decorre de considerarmos determinados processos como principais, tendencialmente prevaletentes” (p.142). Os outros processos, que não estariam inseridos nessa compreensão de “processos de referência” teriam estes como parâmetros, ou seja, como modelo de funcionamento, como critérios de validação e definidores de lógicas centrais. Tendo em vista essa idéia, “os processos sociais de interação mediatizada passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem, mas se ajustam” (p.142), dentro dessa lógica da mediatização.

Veja bem, não se trata apenas da hegemonia na preferência por determinados modos de interação, mas ressaltar a sua importância dentro de uma perspectiva de organização da sociedade. Seriam então, os principais direcionadores na construção da realidade social.

Outro teórico importante da midiatização Adriano Duarte Rodrigues (1997), fala da midiatização como o processo contemporâneo no qual se verifica que os diversos campos *sociais* que compõem a experiência humana cedem ao campo midiático a legitimidade de por eles se expressar. A teoria dos campos sociais foi originalmente desenvolvida por *Pierre Bourdieu*³ como modelo teórico das relações que se dão entre uma sociedade agora setorizada em áreas de alta especialização. Um campo social – o campo político, o campo jurídico, o campo científico, o campo econômico, o campo eclesiástico, o campo midiático – carrega uma série de valores, regras, liturgias e experiências próprias, em muito independentes das de outros campos. A hierarquia de valores que se propõe e se defende no interior de um campo acaba por determinar uma série de lógicas ou linguagens próprias que tornam este campo ainda mais distinto, especializado, em relação a outros.

Segundo Rodrigues, o serviço que o campo midiático presta aos outros campos sociais serve a um fim de integração, de unir o tecido social fragmentado.

O campo dos media (...) é uma noção abstrata com a qual se pretende dar conta de todo um conjunto de funções indispensáveis ao funcionamento de uma sociedade dividida e confrontada com a necessidade de assegurar, apesar de tudo, uma relativa homogeneidade da sua estrutura e um entendimento acerca dos seus princípios, objetivos, prioridades e modalidades de ação (RODRIGUES, 1997, p.153).

Ainda que não trabalhe com um conceito de midiatização, Lipovetsky (1989) aborda a questão com vistas em sua incidência sobre os sujeitos e vê na lógica da mídia um reforço para o individualismo contemporâneo:

A mídia não asfixia o sentido da comunicação, não põe fim à sociabilidade, mas reproduz de uma outra maneira ocorrências de troca social. Instituem-na essencialmente sob uma forma menos ritualizada e mais livre. (...) [*os indivíduos*] comunicam-se de maneira mais estilhaçada, mais informal, mais descontínua, de acordo com os gostos de autonomia e de rapidez dos sujeitos (LIPOVETSKY, 1989, p. 235).

³ Teoria dos campos sociais, mais informações na Obra: *O poder simbólico*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1992.

Para assumir o papel de mediador entre os campos sociais e os indivíduos, o campo das mídias assume uma função de *representação* dos campos perante o corpo social. Esta é uma função ‘delegada’, entregue ao campo midiático como uma responsabilidade de estabelecer pontes de comunicação e busca de legitimidade.

É nesse imbricamento de sua função representativa da mídia e atrelando esse papel ao campo social da política que buscaremos uma resignificância de termos como da interface comunicação e política, fazendo uma revisão de autores como Wilson Gomes, Maria Helena Weber, Luis Felipe Miguel, Antônio Rubim, Afonso Albuquerque, Mauro Porto e outros que buscam reflexões sobre o tema.

3. A representação política e a espetacularização nos mídia

Que a política se encena, não é mais nenhuma novidade e nem causa mais estranheza a ninguém, facilmente assistindo os noticiários diários percebemos uma enredamento dos temas políticas, um personalização que vem construída e/ou sustentadas por falas, cenários, por certo maniqueísmo entre o lado do bem e o lado do mal, heróis e vilões.

A partir de nossa última restauração democrática, que tem durado desde a metade da década de 80, recuperamos avidamente o que os trinta anos de hiato representado pela nossa última ditadura nos tirou, conhecemos todas as dimensões de cena oferecida pela comunicação de massa, principalmente a comunicação televisiva, como espaço da representação da política (Gomes, 2004, p.291).

Alguns pensadores da comunicação contemporâneos pesam que uma das marcas que distinguem a política contemporânea seja sua substancial semelhança com o espetáculo (Weber, 2000). O entendimento do termo espetáculo que precede a conceito de espetacularização é anterior ao surgimento da mídia. Antes da sociedade midiática, o espetáculo já existia na política e religião e em vários outros âmbitos da vida social.

O espetáculo tem uma história de relacionamento com o poder político e a política que se confunde com a existência mesma dessas modalidades de organização social e do agir humano (Rubim, 2000). O autor propõe uma revisão histórica, dizendo que o espetáculo já era ligado a política desde as pirâmides do Egito.

Se levarmos em conta que a espetacularização sustenta as características da comunicação massiva de “personalização das questões objetivas, a mistura entre informação e entretenimento, a elaboração episódica e a fragmentação de contextos” (Habermas, 1997, p.110), não precisa fazer um esforço exaustivo na memória pra

lembrar - se de episódios onde o espetáculo, poder político e representação política aparecem em visível interação. Hoje o espetáculo tem novas dimensões, não só afirma poder como no passado, como também sensibiliza, legitima e disputa esse poder. Rubim fala que para a política, o espetáculo aparece apenas como uma das possibilidades de realização dela, a política não se realizaria sem recorrer a encenações e rituais. Política é por si e sempre foi encenação.

Porém têm-se hoje esse conceito de espetáculo muito ligado aos campos culturais e midiáticos. Temos uma marca contemporânea que é cultura como espetáculo, gerando enorme proliferação de espetáculos pela mídia.

Contudo não se pode deixar de lado o que foi levantado pro Gomes, a idéia é de espetáculo é associada à idéia de política não por um, mas a pelo menos três fenômenos diferentes a destacar: A primeira aponta que a política traduzida em espetáculo condiciona os cidadãos a uma situação de passividade, pois sendo a política projetada e articulada para a cena midiática, metaforicamente para o palco, o que temos do outro lado é um público passivo, que não intervém na composição da fala nem emerge corporeamente na política.

A segunda enfatiza o artifício ficcional dos atores políticos - e aí atores incluindo a dimensão da representação cênica – em que sua fala, gestos e detalhes de comportamento são medidos e realizados estrategicamente para produzir determinados efeitos no público e não de acordo com aquilo que tais indivíduos realmente pensam e são em sua consciência íntima. Aqui os atores ditam seus textos “de cor e não de coração” (idem, p.390). Além disso, essa dimensão dramatúrgica tende a transformar a narrativa política ao formato da trama, na qual os atores políticos se apresentam na forma de personagens, atribuindo a si um lugar previamente delimitado por algum esquema narrativo dramático. O opositor se transforma em vilão e o autor/ator da peça tenta se enquadrar no lado do herói.

A terceira destaca o aspecto da excepcionalidade, da grandiosidade, dos elementos incomuns e atípicos ao que se apresentam na sociabilidade cotidiana e, nessa dimensão, o objeto-sujeito dessa proposta de pesquisa é referenciado:

E de tal forma esse é um recurso que a ele recorrem tanto a política profissional de partidos quanto a política civil dos movimentos sociais na tentativa de impor-se visualmente e ocupar o centro da cena da comunicação de massa (GOMES, 2004, p394).

Somente na modernidade e, mais intensamente, na contemporaneidade, o espetáculo vai poder se autonomizar dessas práticas sociais, pois passa a ser majoritariamente produzido com inscrição nos campos cultural e/ou da mídia, recém-formados na modernidade, assimilada aqui como momento por excelência do movimento de autonomização de esferas sociais (Weber, 2000)

Nesse sentido a política contemporânea seria espetacular no que se dedica com especial cuidado à tarefa de providenciar eventos, fatos, situações, textos dotados dessa característica de visibilidade plena, que se impõe na esfera de visibilidade da comunicação de massa, passando por todos os seus filtros, desde a concepção da notícia e seus critérios de visibilidade.

A espetacularização, portanto, pode ser definida como um processo através do qual se produz o espetáculo, ou melhor, o espetacular. É preciso deixar claro contudo que não é tudo na mídia que é espetáculo. Mídiação é diferente de espetacularização. O primeiro é o que é veiculado, o outro é o processo de como o veiculado é enquadrado. A nova dimensão pública é constituída pelas redes de espaço eletrônico que são suportes e realizam telepresenças o que torna similar tempo real e espaço planetário.

A estetização do social convive e, em medida notória, se alimenta da enorme proliferação de espetáculos possibilitada pelas mídias. Elas, assumidamente na contemporaneidade, tornam-se o lugar primordial de fabricação do espetacular (Requena, 1998, p.81), não só constitui gigantescas máquinas midiáticas de espetacularização, que potencializam a capacidade intrínseca ao espetáculo de abarcar todos os campos sociais, mas desenvolve uma competência ímpar que habilita a mídia, em especial a televisão, a de fagocitar mesmo todos os demais espetáculos, originados fora do ambiente mediado.

Jesus Requena, que considera esse fenômeno “o mais relevante para a sociologia do espetáculo”, constata a radicalidade do processo e, contundente, chega a escrever: “Enunciando-o de maneira brutal: (a) televisão tende a converter-se não só no único espetáculo - pois se apropria de todos os demais, os devora e os desnaturaliza - senão no espetáculo absoluto, permanente, inevitável” (Requena, 1998 in Rubim, 2000).

Redefinindo de maneira generalizadora nossa sociedade como a do espetáculo: há atualmente grande sintonia com o capitalismo, a informação e comunicação passam a ser tratadas como meras mercadorias. O espetáculo é onipresente e autônomo. Na nossa sociedade do espetáculo, a banalização da espetacularização produz e destrói

simultaneamente espetáculos. A mídia não seria, portanto uma geradora desse espetáculo, mas seria uma catalisadora desse processo.

Porém não se pode apenas trabalhar com o hardware da política onde a comunicação representa apenas um conjunto de meios de longo e massivo alcance, ignorando seu caráter de ambiente e examinando em separado interesses econômicos e sociais, sem uma dialética dessa compreensão (Gomes, 2004).

Podemos averiguar sem muito esforço, que a comunicação controla quase toda informação que circula nos meios políticos.

Hoje a esfera da comunicação controla praticamente todo o provimento de informação e comunicação de interesse político e praticamente todo o fluxo de mensagens da esfera política em direção a esfera civil, constituindo-se fundamentalmente na única janela para realidade política para a maioria dos cidadãos. Em virtude disso, a esfera da comunicação é predominante na formação das imagens e opiniões públicas políticas, que interferem diretamente nas eleições e governos (Gomes, 2004).

Se antes víamos um esforço de caracterização da transformação da política consistiu em apresentar exemplos de continuidade entre a política midiática e as práticas políticas de outras épocas, culturas, regimes e em discutir modelos de explicação das necessidades sociais e culturais a que essas dimensões permanentes da política respondem. Vemos hoje que essas transformações são apenas umas novas versões de uma dimensão permanente da política.

Dessa maneira alguns teóricos da política ainda a vêem trabalhando como um 'hardware', onde enxergam uma relação de um lado interesses econômicos e de outro as pretensões sociais, com a esfera política, como se os partidos pudessem conduzir tais mediações, não discutem aspectos menos substantivos da política, o que Gomes chama de 'software' do sistema político, ou seja o modo como a coisa toda funciona, a prática política enquanto um conjunto de artes, estratégias, costumes, disposições, porque aí certamente é a introdução da comunicação de massa como fator importante (Gomes, 2004).

Mesmo evidente o jogo de mascaras e a inserção da comunicação no meio político, os escândalos midiáticos e os moinhos da indústria da informação, ainda se observa à atividade legislativa como controle de quem governa, um governo que dispõe recursos do estado, um judiciário como protetor das leis, ou seja, na parte que diz respeito ao funcionamento interno da política, nada mudou. Em suma a depender do

modo que se olha a política parece idêntica ao que sempre foi, e nem foi transformada como se tanto conclama alguns teóricos.

Toda atividade política funciona com base em pelo menos dois conjuntos de programas de ação, de sistemas de práticas. Um sistema de prática cumpre a função internas da esfera política, mencionadas a cima e o outro a externa, ou seja, que satisfaz a necessidade das relações entre o interior e o exterior, ‘ad intra’- essa parte interna e ‘ad extra’- essa outra parte externa, que é efetivamente a que foi alterada pela mediatização, pela comunicação contemporânea (Gomes,2004).

Dessa maneira, precisamos então não compreendermos a atividade política não mais como um bloco monolítico. A política funciona sempre com base em práticas, habilitações, classes de agentes e representações inter-relacionados e reciprocamente implicados de forma sistêmica. Onde a comunicação vai ter papel preponderante sim, mas não altera por completo todos os sistemas de funcionamento da política.

4. Considerações finais

Antes de tudo, é bom que fique claro que seria impossível se esgotar as possibilidades do tema, ainda que esse trabalho fosse resultado de uma tese. O objetivo aqui é se criar um campo discursivo e instaurar debates sobre a interface mídia e Política. Além disso, é clara a noção de que a perspectiva teórica utilizada é apenas umas das possíveis. Ainda que não se vá além do espectro teórico da comunicação e política, há certamente uma série de temas a serem discutidos antes de se ter uma discussão com profundidade desejável, devido à complexidade das interações entre mídia e política.

Baseados no que foi exposto na presente discussão e arraigados em leituras de importantes autores do tema, podemos inferir que uma simples utilização do termo espetacularização, não é mais conveniente quando se pretende enxergar um quadro mais científico de conceitos que sustentam os estudos da comunicação e política. Uma vez que vimos que a encenação política e esse espetáculo vêm de longa data, e fazem parte do ‘jogo’ constituído.

Por um conceito mais amplo, e uma visão mais atenta do imbricamento mídia e política, buscam a revisão de textos e visões sustentadas, desse campo. A política supõe sempre um conjunto de instituições, práticas, atores capazes de produzir sua apresentação e sua representação visíveis na sociedade. A plasticidade desses inevitáveis regimes de visibilidade obriga a política a possuir uma dimensão estética,

que não pode ser desconsiderada, em particular em uma sociedade na qual a visibilidade adquiriu tal relevância, como na contemporaneidade, através da nova dimensão pública de sociabilidade. A necessidade de considerar tal dimensão torna-se algo essencial nessa nova circunstância societária. (Rubim, 1998).

Nessa necessidade estética e de visibilidade da política acontece à inserção dos meios de comunicação de massa, certamente reconfiguraram esse meio/necessidade política, transformando-se em um ambiente ampliado e de alcance longínquo para o campo.

A comunicação e o que lhe é atribuído e o permeiam, foi convertido em um lugar privilegiado, e fundamental para o discurso político, e todas suas nuances, nessa contemporaneidade a mediatização é decisiva e importância inapelável para se chegar e se permanecer no poder. Porém é preciso deixar de se criar esse falso juízo unitário da política contemporânea transformada completamente em função dessa onipresença dos meios de comunicação de massa, em todo lugar se conclama essa política midiática, espetacularizada que teria substituído uma forma anterior de política de partidos e debates, o que não é bem assim. A política foi alterada de maneira relativa com o processo de mediatização, no que diz respeito ao seu funcionamento interno permanece pouco alterada, e certamente menos influenciada pela comunicação que outros campos sociais e sistemas de práticas. Porém com relação a sua parte externa e de visibilidade a comunicação passou a desempenhar um papel revelador, extremamente importante e socialmente indispensável, antes observado através de outros sistemas de práticas. Contudo acaba por criar uma necessidade imediata de uma adequação do meio político com esse novo sistema.

5. Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. *A política do espetáculo*. In: *Dimensões*, Rio de Janeiro, (1): 2-13, 1992.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Mass: MIT, 1999.

BRAGA, Luiz Braga. Mediatização como processo interacional de referência In LOPES, Ana Sílvia et al (org). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Livro da XV Compós: Porto Alegre: Sulina, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *Meditações pascalianas*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001.

_____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. *O poder simbólico*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1992.

DE LIMA, venício. *Mídia: Crise política e poder no Brasil*. Fundação Perseu Abramo. 2006

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo - Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.

ECO, Umberto. *Tevê: A transparência perdida in Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Tradução de Aurora Fornoni Bernardini e Homero Freitas de Andrade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

GOMES, Wilson. *Transformações na era da comunicação de massa*. Paulus. São Paulo, 2004.

GOMES, Wilson. *Theatrum Politicum: e encenação da política na sociedade dos mass mídias*. In: BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell e FAUSTO NETO, Antonio (orgs.) *A encenação dos sentidos. Mídia, cultura e política*, Rio de Janeiro, Diadorim, 1995, p.69-96.

HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. *Direito e Democracia*. Volume II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

WEBER, Maria Helena. *Comunicação e espetáculos da política*. Porto Alegre, Editora da Universidade - UFRGS, 2000.

WERTHEIN, Margaret. *De Dante a internet*. Vozes. São Paulo, 1999

REQUENA, Jesús González. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Madri, Catedra, 1988.

_____. *El espectáculo informativo*, Madri, Akal, 1989.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *O discurso mediático*. Polígrafo, s/d.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo, Hacker Editores, 2000.

RUBIM, Antonio Albino Canelas e AZEVEDO, Fernando Antonio. "Mídia e política no Brasil". In: *Lua Nova*. São Paulo, (43):189-216, 1998.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da Comunicação*. Lisboa: Presença Editorial, 1997.

SILVERSTONE, Roger. *Mediação*. In: *Porque estudar a mídia?*. São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. *O ethos midiático*. In: *Antropológica do espelho*. Petrópolis, RJ:Vozes, 2002.

VIRILIO, Paul. As perspectivas do tempo real in *O espaço crítico e as perspectivas do tempo real*. Tradução Paulo Roberto Pires. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.