

GLOBALIZAÇÃO E TIRANIA DA INFORMAÇÃO: a formação de cidadãos na democracia neoliberal

[GLOBALIZATION AND INFORMATION OPRESSION: the civil engagement at neoliberal democracy]

Marialina Côgo Antolini

Universidade Federal do Espírito Santo

Edgard Rebouças

Universidade Federal do Espírito Santo

6

Resumo: O presente artigo, a partir da análise do livro “Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal”, de Milton Santos, busca entender as relações entre a globalização, a mídia e sua influência na formação de cidadãos na contemporaneidade. Autores latino-americanos como Néstor García Canclini, Jesus Martín-Barbero e Juan Diaz Bordenave fazem relação com o tema, buscando compreender como a informação centralizada influencia na formação das identidades de pessoas e comunidades a partir da globalização, e a influência dessa grande mídia na visão que os cidadãos têm de si mesmo e de seu papel em relação aos territórios que habitam.

Palavras-chave: cidadania; globalização; controle da mídia.

Abstract: This article, from a review of the Milton Santos’ book "Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal", seeks the understanding the relation among globalization, media and its influence on citizen engagement in contemporaneity. Few other latin-american authors, like Nestor Garcia Canclini, Jesus Martín-Barbero and Juan Diaz Bordenave, make relation to this topic, seeking the understanding on how centralised information influences on people and communities, how identities are formed at global linked world, and the influence of mass media on vision that citizen have from themselves and its role in relation to the territory they inhabitate.

Keywords: civil engagement; globalization; media regulation.

“Tiranía do dinheiro e tiranía da informação são os pilares da produção da história atual do capitalismo globalizado. Sem o controle dos espíritos seria impossível a regulação das finanças.”

Milton Santos

INTRODUÇÃO: A GLOBALIZAÇÃO E O PROCESSO DE ESCASSEZ

De muitas contradições o processo de globalização se constitui. O relógio é o mesmo, mas a velocidade muda dependendo da posição em que se encontra no planeta e/ou na escala social. A “aldeia global” inclui alguns e exclui muitos. O acesso à informação se amplia, mas o conteúdo do que é divulgado é manipulado por poucos. Como lembra Milton Santos:

Um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta, quando, na verdade, as diferenças locais são aprofundadas. Há uma busca de uniformidade, ao serviço dos atores hegemônicos, mas o mundo se torna menos unido, tornando mais distante o sonho de uma cidadania verdadeiramente universal (SANTOS, 2013, p. 19).

Para o geógrafo, em seu livro “Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal”, o atual processo de globalização se dá de forma a atender interesses puramente financeiros. O mercado econômico dita as regras, enfraquecendo Estados, aumentando as desigualdades e empobrecendo os processos da democracia e da formação de cidadãos. Em sua perspectiva,

[...] quando o sistema político formado pelos governos e pelas empresas utiliza os sistemas técnicos contemporâneos e seu imaginário para produzir a atual globalização, aponta-nos para formas de relações implacáveis, que não aceitam discussão e exigem obediência imediata, sem a qual os atores são expulsos da cena ou permanecem escravos de uma lógica indispensável ao funcionamento do sistema como um todo. É uma forma de totalitarismo muito forte e insidiosa, porque se baseia em noções que parecem centrais à própria ideia da democracia - liberdade de opinião, de imprensa, tolerância -, utilizadas exatamente para suprimir a possibilidade de conhecimento do que é o mundo, e do que são os países e os lugares (SANTOS, 2013, p. 45).

Dessa forma, apoiado nos núcleos centrais da sociedade democrática, o atual processo globalizatório vem construindo cidadãos cada vez mais egoístas e individualistas, pouco preocupados com as questões que não os afetam diretamente.

Para Milton Santos, o utilitarismo toma conta da esfera social da vida através, principalmente, da exacerbação do consumo. “É dessa forma que a sociedade e os indivíduos aceitam dar adeus à generosidade, à solidariedade e à emoção com a entronização do reino do cálculo (a partir do cálculo econômico) e da competitividade” (SANTOS, 2013, p. 54).

Um exemplo é o enfraquecimento dos Estados nacionais, que passam a trabalhar muito mais em prol das grandes empresas e do mercado financeiro do que em favor da população de uma forma geral. A democracia neoliberal traz consigo uma diminuição da função social e política do Estado, na medida em que essa função política passa a ser controlada pelas empresas. No lugar de uma democracia, tem-se uma corporocracia. Com o controle do capital global, elas negociam descontos fiscais, afrouxamento de leis trabalhistas, entre outras vantagens. E assim se dá um retrocesso gigantesco em relação às noções de bem público e de solidariedade. Milton Santos acredita que este seja um momento de ruptura no processo de evolução social e moral da humanidade.

8

É irônico recordar que o progresso técnico aparecia, desde os séculos anteriores, como uma condição para realizar essa sonhada globalização com a mais completa humanização da vida no planeta. Finalmente, quando esse progresso técnico alcança um nível superior, a globalização se realiza, mas não a serviço da humanidade. A globalização mata a noção de solidariedade, devolve o homem à condição primitiva do cada um por si e, como se voltássemos a ser animais da selva, reduz as noções de moralidade pública e particular a um quase nada (SANTOS, 2013, p. 65).

Mas tal fenômeno (estratégia) não é recente. Juan Diaz Bordenave (1983) afirma que um dos dramas da sociedade se dá exatamente quando, com frequência, o “Estado se alia aos sistemas de interesse em detrimento dos sistemas de solidariedade e prefere limitar drasticamente a participação destes no momento em que considera que sua mobilização coloca em perigo o sucesso dos sistemas de interesse” (BORDENAVE, 1983, p. 42).

E na medida em que o Estado se alia ao sistema de interesses privados em detrimento ao sistema de interesse público, o ideal democrático passa a ser substituído por uma democracia de mercado que tem como finalidade a distribuição de poder. Assim, na vida cotidiana se cria uma violência estrutural, mãe de todas as outras violências (SANTOS, 2013).

Fala-se, hoje, muito em violência e é geralmente admitido que é quase um estado, uma situação característica do nosso tempo. Todavia, dentre as violências de que se fala, a maior parte é sobretudo formada de violências funcionais derivadas, enquanto a atenção é menos voltada para o que preferimos chamar de violência estrutural, que está na base da produção das outras e constitui a violência central original. Por isso, acabamos por apenas condenar as violências periféricas particulares. Ao nosso ver, a violência estrutural resulta da presença e das manifestações conjuntas, nessa era da globalização, do dinheiro em estado puro, da competitividade em estado puro e da potência em estado puro, cuja associação conduz à emergência de novos totalitarismos e permite pensar que vivemos numa época de globalitarismo muito mais que de globalização (SANTOS, 2013, p. 55).

9

Esse processo exacerba a cada dia o sentimento de desamparo vivido pelas populações e nos deixa neste período no qual o medo é um sentimento dominante. Medo do desemprego, das doenças que se espalham globalmente, da fome, da falta de água, dos desastres, do terrorismo. Medo do outro. Um medo que “se espalha e se aprofunda a partir de uma violência difusa, mas estrutural” (SANTOS, 2013, p. 58). A quem interessa uma população amedrontada? Um medo que se sente não somente no nível local, mas que toma conta de populações inteiras? Jesus Martín-Barbero e German Rey (2001) dão algumas pistas:

Se a televisão atrai é porque a rua expulsa, é dos medos que vivem as mídias. Medos que provêm, tanto ou mais que do crescimento da delinquência, da perda do sentido de pertença em cidades nas quais a racionalidade formal e comercial foi acabando com os referenciais em que se apoiava a memória coletiva, e nas quais, ao se normalizarem as condutas, tanto como os edifícios, se erodem as identidades, e essa erosão acaba nos roubando o piso cultural, arrojando-nos ao vazio. Medos, enfim, que procedem de uma ordem

construída sobre a incerteza e a desconfiança que nos produz o outro, qualquer outro - étnico, social, sexual -, que se aproxima de nós na rua e é compulsivamente percebido como ameaça (MARTIN-BARBERO; REY, 2001, p. 40-41).

A perda dos referenciais, da qual falam os autores, está diretamente relacionada à questão da territorialidade, do sentido de pertencimento a uma comunidade, que vem se modificando e se degradando na medida em que os ambientes se modificam pelos processos globalizatórios. Território, aqui, é entendido de acordo com o conceito trabalhado por Milton Santos, segundo o qual,

[...] o território não é apenas o resultado da superposição de um conjunto de sistemas naturais e um conjunto de sistemas de coisas criadas pelo homem. O território é o chão e mais a população, isto é, uma identidade, o fato e o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é a base do trabalho, da residência, das trocas materiais e espirituais e da vida, sobre os quais ele influi. Quando se fala em território deve-se, pois, de logo, entender que se está falando em território usado, utilizado por uma dada população (SANTOS, 2013, p. 96-97).

10

Para Roger Silverstone (2011), esse território utilizado constitui-se de uma composição simbólica e material, definida pelas interações cotidianas, as ações individuais e coletivas, sobre a qual agimos. Ele destaca, no entanto, que as comunidades, “sem sua dimensão simbólica, não são nada. Sem seus significados, sem crença, sem identidade e identificação, não há nada: nada a que pertencer, de que participar; nada para compartilhar, promover, e nada para defender” (SILVERSTONE, 2011, p. 185-186).

É, portanto, a partir do entendimento simbólico e material das comunidades e territórios que os cidadãos formam suas identidades. E a globalização, com o afrouxamento das diversas fronteiras que dividem esses territórios, torna a questão ainda mais complexa. Néstor García Canclini afirma que “as fronteiras rígidas estabelecidas pelos Estados modernos se tornaram porosas. Poucas culturas podem

ser agora descritas como unidades estáveis, com limites precisos baseados na ocupação de um território delimitado” (CANCLINI, 2003, p. XXIX).

Independentemente se o território dessas comunidades se encontra no campo real ou no virtual, é nelas que as raízes da cidadania se formam. A partir delas, passamos a nos reconhecer e compreender nosso papel de cidadão. Mas Canclini afirma ainda que “nada na sociedade induz à tentação do voluntarismo político” (CANCLINI, 2003, p. XXXV). Para ele, nos últimos anos, este modelo econômico vivido globalmente vem intensificando as tendências homogeneizadoras de valorizar o privado em detrimento do que é público.

Dois processos novos, incipientes então, colaboram nessa reorientação. Um é a digitalização e mídiatização dos processos culturais na produção, circulação e no consumo, que transfere a iniciativa e o controle econômico e cultural a empresas transnacionais. Outro envolve o crescimento dos mercados informais, a precarização do trabalho e, em sua modalidade mais espetacular, a narcorregionalização de grande parte da economia e da política, com a consequente destruição violenta dos laços sociais (CANCLINI, 2003, p. XXXV).

11

Sobre o segundo processo ao qual o autor se refere, que tem como consequência a destruição dos laços sociais, este está relacionado diretamente à ausência do sentido de pertencimento nas comunidades. Em um imaginário diálogo com o autor argentino, Silverstone acredita que “encontramos nossas identidades nas relações sociais que nos são impostas e nas que procuramos. Nós as vivemos diariamente. Percebemos uma necessidade de pertencer. E precisamos restabelecer a certeza de que realmente pertencemos” (SILVERSTONE, 2011, p. 181). Em outro ensaio, Canclini (2010) diz que a questão da identidade e da cidadania, atualmente, deve ser pensada relacionando-se com diferentes suportes culturais, e não apenas com o folclore ou a discursividade política, como acontecia nos séculos XIX e início do XX. Precisa levar em conta os repertórios artísticos e de meios de comunicação que influenciam de forma decisiva o processo de reelaboração de identidades.

GLOBALIZAÇÃO E TIRANIA DA INFORMAÇÃO

O processo de globalização na velocidade que vem ocorrendo somente se tornou possível graças ao desenvolvimento tecnológico, especialmente àqueles ligados aos processos comunicacionais. Como disse Milton Santos (2013) na frase de abertura deste artigo, a tirania do dinheiro e a tirania da informação são os pilares que sustentam o atual processo de capitalismo globalizado.

Um dos traços mais marcantes do atual período histórico é, pois, o papel verdadeiramente despótico da informação. Conforme já vimos, as novas condições técnicas deveriam permitir a ampliação do conhecimento do planeta, dos objetos que o formam, das sociedades que o habitam e dos homens em sua realidade intrínseca. Todavia, nas condições atuais, as técnicas da informação são principalmente utilizadas por um punhado de atores em função de seus objetivos particulares. Essas técnicas da informação (por enquanto) são apropriadas por alguns Estados e por algumas empresas, aprofundando assim os processos de criação de desigualdades. É desse modo que a periferia do sistema capitalista acaba se tornando ainda mais periférica, seja porque não dispõe totalmente dos novos meios de produção, seja porque lhe escapa a possibilidade de controle (SANTOS, 2013, p. 38-39).

Milton Santos (2013) afirma ainda que a informação, da forma como é divulgada no mundo globalizado, não pode ser considerada veraz, uma vez que é intermediada pelas grandes empresas de mídia. Essas grandes e poucas empresas são responsáveis por intermediar o processo comunicativo no mundo, decidindo quais informações e de que forma elas serão difundidas. Alguns dados que ajudam a compreender a dimensão deste controle: no setor das telecomunicações mundial, dez empresas concentram 86% da economia do ramo (FORD, 2012, p. 88). No Brasil, 271 parlamentares ou detentores de mandato no poder Executivo são sócios e/ou diretores de 324 veículos de comunicação (OS DONOS DA MÍDIA, 2015). Nos Estados Unidos, quatro grandes corporações controlam majoritariamente a mídia do país: General Electric, Westinghouse, Disney e Time Warner. As duas primeiras também

desenvolvem atividades ligadas à energia nuclear, enquanto as outras duas controlam o mercado de jogos e entretenimento (HAZEN, WINOKUR, 1997, p. 4).

A informação é centralizada nas mãos de um número extremamente limitado de firmas. Hoje, o essencial do que no mundo se lê, tanto em jornais como em livros, é produzido a partir de meia dúzia de empresas que, na realidade, não transmitem novidades, mas as reescrevem de maneira específica. Apesar de as condições técnicas da informação permitirem que toda a humanidade conheça tudo o que o mundo é, acabamos na realidade por não sabê-lo, por causa dessa intermediação deformante (SANTOS, 2013, p. 66).

As pessoas, os cidadãos que habitam o mundo globalizado, portanto, têm seu processo de formação intermediado por essa mídia voltada quase que exclusivamente para os interesses privados e o lucro fácil. No sentido de pertencimento, as identidades são moldadas a partir do que é visto, lido e ouvido na grande mídia, que dá voz a poucos e cala milhares. Repete-se, aqui, então uma questão proposta por Roger Silverstone: “E quanto um senso de comunidade, quanto a realidade da comunidade dependem da nossa mídia, como agente de significado, comunicação, participação, mobilização?” (SILVERSTONE, 2011, p. 183).

A formação das identidades e o sentido de cidadania e pertencimento nos países-nações da primeira metade do século XX sofreram grande contribuição do rádio e do cinema, que mostraram a diferença nos jeitos de falar e vestir, nos gostos e hábitos das populações (CANCLINI, 2010, p. 129).

Essa influência se manteve e se ampliou de maneira significativa com a diversificação dos meios de comunicação e o barateamento da tecnologia. Jesus Martín-Barbero e German Rey fazem sobre a televisão uma análise que pode ser estendida para as demais mídias:

Contraditória modernidade a da televisão em países nos quais a desproporção do espaço social que a mídia ocupa - ao menos, em termos da importância que adquire o que nela aparece - é, contudo, proporcional à ausência de espaços políticos de expressão e negociação dos conflitos e a não-representação, no discurso da cultura oficial, da complexidade e diversidade dos mundos de vida e

dos modos de sentir das pessoas. São a debilidade de nossas sociedades civis, os extensos lodaçais políticos e uma profunda esquizofrenia cultural nas elites as causas que alimentam cotidianamente a desmedida capacidade de representação adquirida pela televisão (MARTIN-BARBERO; REY, 2001, p. 39).

Os autores afirmam ainda que na televisão, apesar dela ser um ator fundamental nos processos de mudança política, o espetáculo é que preenche o tempo, dissolvendo o debate político e suplantado a participação cidadã (MARTIN-BARBERO; REY, 2001).

A grande mídia, nesse contexto, cumpre o papel de incentivadora do consumo, de criadora de necessidades e de vendedora dos produtos e coisas diversos, disponíveis em número e quantidade cada vez maiores. Incentivar o consumo é uma das formas de controlar os espíritos, do qual falou Milton Santos. Para ele,

O consumo é o grande emoliente, produtor ou encorajador de imobilismos. Ele é, também, um veículo de narcisismos, por meio dos seus estímulos estéticos, morais, sociais; e aparece como o grande fundamentalismo do nosso tempo, porque alcança e envolve toda gente. Por isso, o entendimento do que é o mundo passa pelo consumo e pela competitividade, ambos fundados no mesmo sistema da ideologia. Consumismo e competitividade levam ao emagrecimento moral e intelectual da pessoa, à redução da personalidade e da visão do mundo, convidando, também, a esquecer a oposição fundamental entre a figura do consumidor e a figura do cidadão. É certo que no Brasil tal oposição é menos sentida, porque em nosso país jamais houve a figura do cidadão. As classes chamadas superiores, incluindo as classes médias, jamais quiseram ser cidadãos; os pobres jamais puderam ser cidadãos. As classes médias foram condicionadas a apenas querer privilégios e não direitos (SANTOS, 2013, p. 49-50).

Se a grande mídia pouco se ocupa das questões de interesse público, em formar cidadãos, as comunidades, os movimentos sociais e políticos, a sociedade civil, o Estado, precisam buscar alternativas de comunicação para garantir os processos democráticos que vão além da mídia hegemônica, que falem de forma local. Cicilia Peruzzo afirma que:

[...] em processos participativos avançados os receptores das mensagens dos meios de comunicação tornam-se também produtores e emissores das mesmas, assim como gestores do processo de comunicação. O cidadão torna-se sujeito dos meios de comunicação e tende a mudar o seu modo de ver o mundo relacionar-se com a mídia (PERUZZO, 2004, p. 37-38).

Este tipo de comunicação tem início nas comunidades, a partir da realidade local e da disposição dos atores sociais envolvidos. Peruzzo (2004), afirma ainda que este tipo de comunicação, conhecida como alternativa, comunitária ou popular, apesar de acontecer em pequena escala, ganha consistência significativa na medida em que se espalha de diferentes formas e em locais diversos. Sobre a possível articulação dessas ações que, num momento inicial, acontecem de forma independente, Martín-Barbero acredita que

[...] estes movimentos, pequenos, em sua maioria inarticulados, à medida que se articulem e articulem a escola, e os meios de comunicação municipais, comunitários, irão criando redes de formação de cidadãos que vão ser muito eficazes, para fazer com que essas vozes dispersas comecem a tomar corpo no espaço regional e, inclusive, no espaço nacional (MARTIN-BARBERO, 1999, p. 79).

Para John Downing (2004), a mídia radical - como ele chama os meios alternativos de comunicação, que, para ele, podem ser manifestações diversas, tais como a dança, o grafite, a revista em quadrinhos, o teatro de rua, as experiências de internet, entre outras - tem um papel fundamental na quebra da hegemonia dos meios de comunicação, especialmente para informar e comunicar aquilo que não é dito por uma autocensura muitas vezes implicitamente imposta pelo capitalismo nos profissionais da mídia convencional. Em cenários como esse, ele afirma,

[...] a mídia radical tem a missão não apenas de fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também de pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hegemônico e fortalecer o sentimento de confiança do público em seu poder de engendrar mudanças construtivas (DOWNING, 2004, p. 50).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para inverter este quadro de massificação e homogeneização pintando pelo processo globalizador atual, Milton Santos (2013) acredita ser necessário buscar uma outra globalização, que tenha suas atenções voltadas para o ser humano.

Nas presentes circunstâncias, a centralidade é ocupada pelo dinheiro, em suas formas mais agressivas, um dinheiro em estado puro sustentado por uma informação ideológica, com a qual se encontra em simbiose. Daí a brutal distorção do sentido da vida em todas as suas dimensões, incluindo o trabalho e o lazer, e alcançando a valorização íntima de cada pessoa e a própria constituição do espaço geográfico. Com a prevalência do dinheiro em estado puro como motor primeiro e último das ações, o homem acaba por ser considerado em elemento residual. Dessa forma, o território, o Estado-nação e a solidariedade social também se tornam residuais (SANTOS, 2013, p. 147).

Mas nesse fluxo globalizador com foco econômico, apesar de consistente e de alcance mundial, é possível encontrar brechas, espaços de respiro, movimentos que oxigenam a busca por interesses comuns e por uma sociedade mais solidária. Martín-Barbero aponta essas brechas na mídia televisiva quando afirma que apesar do modelo de televisão que “odeia as diferenças”, praticado pela grande mídia, “ela [a televisão] está feita de contradições e nela se expressam demandas que tornam visíveis a não-unificação do campo e do mercado simbólico” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 319).

Néstor García Canclini (2003) acredita que, para não ficarmos presos à lógica do capital financeiro, é preciso buscar a heterogeneidade, as múltiplas hibridações, as diferenças que unem.

Exigir que as finanças sejam vistas como parte da economia, ou seja, da produção de bens e mensagens, e que a economia seja redefinida como cenário de disputas políticas e diferenças culturais é o passo seguinte para que a globalização, entendida como processo de abertura dos mercados e dos repertórios simbólicos nacionais, como intensificação de intercâmbios e hibridações, não se empobreça como globalismo, ditadura homogeneizadora do mercado mundial. Ao que estão fazendo nessa direção os movimentos de protesto

contra o Banco Mundial, o FMI e a OECD (ecologistas, pelos direitos humanos, etc.), é necessário acrescentar um trabalho especificamente intercultural, de reconhecimento da diversidade e afirmação de solidariedades (CANCLINI, 2003 p. XXXVIII).

Canclini afirma ainda que entender “o modo como estão sendo produzidas as relações de continuidade, ruptura e hibridização - entre sistemas locais e globais, tradicionais e ultramodernos - no desenvolvimento cultural é, hoje, um dos maiores desafios para se repensar a identidade e a cidadania” (CANCLINI, 2010, p. 138). E entender as faces da cidadania na sociedade contemporânea é fundamental para incrementar a participação democrática.

Para isso, se fazem necessários processos comunicacionais múltiplos, que ampliem diferentes vozes, ecoem discursos diversos, promovam o debate, o diálogo e o entendimento, e que falem, primeiramente, de forma local. Milton Santos acredita que “na cidade - sobretudo na grande cidade -, os efeitos de vizinhança parecem impor uma possibilidade maior de identificação das situações, graças, também, à melhoria da informação disponível e ao aprofundamento das possibilidades de comunicação” (SANTOS, 2013, p. 165). O autor afirma ainda que

Desde que os processos econômicos, sociais e políticos produzidos de baixo para cima possam desenvolver-se eficazmente, uma informação veraz poderá dar-se dentro da maioria da população e ao serviço de uma comunicação imaginosa e emocionada, atribuindo-se, assim, um papel diametralmente oposto ao que lhe é hoje conferido no sistema da mídia (SANTOS, 2013, p. 167).

Assim, é preciso uma comunicação que desenvolva cidadãos críticos, sujeitos políticos atuantes e corresponsáveis pelas melhorias de seus territórios e comunidades. Para Bordenave (1983, p. 70), “a participação de todos os setores da população na democracia do futuro depende da adequada utilização da comunicação, tanto no nível dos pequenos grupos como no nível das massas espalhadas em todo o território do país”. Há um longo caminho pela frente.

REFERÊNCIAS

- BORDENAVE, J. D. (1983). **O que é participação**. São Paulo: Brasiliense.
- CANCLINI, N. G. (2003). **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp.
- _____. (2010). **Comunicadores e cidadãos**. Rio de Janeiro, EdUFRJ.
- DOWNING, J. D. H. (2004). **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. 2. ed., São Paulo: Senac.
- FORD, A. (2012). O contexto do público: transformações comunicacionais e socioculturais. In: MORAES, D. (Org.). **Por uma outra comunicação**. 6. ed., Rio de Janeiro: Record.
- HAZEN, D.; WINOKUR, J. (1997). **We the media: a citizens' guide to fighting for media democracy**. New York: The New Press.
- MARTIN-BARBERO, J.; REY, G. (2001). **Hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Senac.
- MARTIN-BARBERO, J. (1997). **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: EdUFRJ.
- _____. (1999). Sujeito, comunicação e cultura. **Comunicação & Educação**. São Paulo: Moderna/ECA-USP, mai-ago, 1999, n. 15. Entrevista concedida a Roseli Fígaro e Maria Aparecida Baccega. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36864/39586>. Acessado em novembro de 2014.
- OS DONOS DA MÍDIA. (2015). **O Mapa da Comunicação Social**. Disponível em: <http://donosdamidia.com.br/inicial>. Acessado em janeiro de 2015.
- PERUZZO, C. M. K. (2004). Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación**. Disponível em: <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/145/166>. Acessado em janeiro de 2014.
- SANTOS, M. (2013). **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 23ª ed. Rio de Janeiro: Record.
- SILVERSTONE, R. (2011). **Por que estudar a mídia**. São Paulo: Loyola.

SOBRE OS AUTORES:

Marialina Côgo Antolini é Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades (PósCom/UFES), pesquisadora do Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas, sistemas e transparência e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Capes. Email: marialina.antolini@gmail.com

Edgard Rebouças é Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades (PósCom/UFES), coordenador do Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas, sistemas e transparência e superintendente de Cultura e Comunicação da UFES. Email: edgard.reboucas@ufes.br