

“Esclarecimento”: Arte e Mídia Como Ferramentas Contra-hegemônicas¹

Anderson Pinheiro de Almeida²
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Desde o seu nascimento, a arte agrega a si todos os mecanismos concomitantes e correspondentes ao seu tempo. Com a mídia, na modernidade, não foi diferente. A importância do cenário de convergência entre mídia e arte se dá a partir do momento em que este propicia debates dos quais a mídia tradicional não costuma pautar, pelo contrário, ela omite tais debates a fim de se manter hegemônica. Essa convergência se deu através dos processos midiáticos que surgiram a partir das novas tecnologias frutos da produção capitalista. Logo, este artigo visa estudar, através da análise do vídeo “Esclarecimento” da artista plástica Olyvia Bynum, como esses dois campos se tornaram ferramentas de teor contra-hegemônicas com base na enunciação e no enunciado do próprio vídeo.

PALAVRAS-CHAVE: arte; cidadania; desigualdade racial; mídia.

INTRODUÇÃO

As inovações tecnológicas do século passado não têm apenas transformado o modo como os artistas veem o mundo, mas também criado novos canais artísticos. Como resultado disto, criou-se novas linguagens das quais artistas de todo mundo têm experimentado desde então. Um desses novos canais é a videoarte cujo nascimento se deu no final dos 1960, na Europa. Este fato, a princípio, não revolucionou a produção audiovisual da época, pois os telespectadores já estavam habituados com imagens em movimento, já que o cinema e a televisão surgiram antes, entre os anos 40 e 50. Parte dessas inovações técnicas integradas hoje no contexto artístico, ocorreu em virtude dos processos de midiaticização que revolucionaram a comunicação e, como consequência, a sua área de estudo: a comunicação social. Da confluência dessas duas esferas surge a artemídia.

A popularização das novas tecnologias possibilitou a acessibilidade às novas mídias e, a partir disto, à produção midiática cujo conteúdo diverge daqueles já produzidos pelas grandes mídias tradicionais. Essas mídias, em sua grande maioria, além de não levantarem pautas que produzam debates públicos significativos e relevantes para a sociedade, elas silenciam aqueles atores que os fazem da maneira como podem. Esses atores têm ganhado

¹ Trabalho submetido ao IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante do 2º semestre da graduação de Rádio, TV e Internet pela Universidade Federal de Pernambuco, email: almeidagora@gmail.com.

mais espaços nas mídias alternativas fazendo com que aquelas questões omitidas e, muitas vezes, silenciadas, venham a ser discutidas na *Internet*, por exemplo.

Essa nova plataforma que é a *Internet*, hoje já difundida e reconhecida pela abrangência e proporções que ela pode tomar, é o principal palco e o que mais tem mostrado resultados concretos referentes ao seu conteúdo. A área produtora de tais conteúdos concentra-se dentro da comunicação social: *web* rádios, *blogs*, *vlogs*³, *posts* de redes sociais, etc. Contudo, ela contempla também a arte: músicas, poemas e não raro, artes visuais, ou melhor, audiovisuais.

Posto isso, visamos com este artigo entender quais são os pontos de intersecção entre a arte e as novas tecnologias midiáticas e como o produto desse cruzamento comporta-se nas mídias alternativas servindo como ferramenta contra-hegemônica. A mídia é o elemento de conexão entre esses campos e, portanto, é também a justificativa evidenciada em todo o texto. Por tratar-se de um produto audiovisual como exemplo, usaremos como método de análise fílmica os conceitos de Modo de Endereçamento (GOMES, 2006) e Lugares de Fala (AMARAL, 2005). Por fim, concluiremos com o debate gerado pelo vídeo e sua conexão com os conceitos de Hegemonia, Contra-hegemonia (MORAES, 2010) e Mídiação (SGORLA, 2009).

ARTE E MÍDIA

A arte tem a capacidade e a tradição de absorver os meios e os recursos de sua contemporaneidade. A arte rupestre, por exemplo, traz consigo o modo em que aqueles artistas se expressavam, a técnica aplicada e o suporte material que fora utilizado para tal fim. No decorrer dos anos, essas ferramentas foram mudando, as técnicas aprimorando-se e a arte foi ganhando outras configurações, formas de se interpretar, de se construir e sobretudo, de contextualizar. Visto isso, nós nos questionamos: “quais são os meios e os recursos pelos quais os artistas plásticos contemporâneos estão usufruindo e experimentando? ”. É exatamente nesta pergunta em que entra a mídia.

Segundo Sgorla (2009), a mídia surge com necessidades das sociedades capitalistas que surgiram a partir da globalização e concomitante à ela. Por outras palavras, a chegada das novas tecnologias alimentadas pelo modo de produção capitalista trouxe elementos e ferramentas que revolucionaram a comunicação no mundo. O rádio, a TV e a *Internet* são, principalmente, os recursos frutos dessa globalização e com os quais mais são representados

³ Abreviação de *videolog*.

como mídia. Entendemos por mídia, portanto, todos os aparelhos comunicativos, sejam eles um canal ou não, que criam um diálogo entre um emissor e um receptor e seus respectivos conteúdos, produzidos por eles ou não. É nesse ínterim, pois, onde a arte e a mídia se relacionam.

Pode-se definir por artemídia⁴ as novas formas de expressão artística que usufruem e apropriam-se dos recursos tecnológicos das mídias e da indústria do entretenimento, ou ainda das intervenções em seus canais de difusão a fim de propor qualidades alternativas às funções primordiais destes recursos (MACHADO, 2007, p. 8-10). O campo da artemídia, em síntese, não atende apenas às obras veiculadas em material tecnológico, tais como as produções audiovisuais, as músicas eletrônicas e afins, mas também aos recursos de *hardware* e *software* e às novas plataformas de intervenção artística como a *Internet*, por exemplo.

Dentro do campo da artemídia encontra-se a videoarte. Por videoarte entendemos como toda expressão das artes visuais por meio da tecnologia do vídeo. O vídeo é apenas o suporte, a ferramenta pelo qual o artista irá experimentar e concretizar sua obra. No interior desse suporte encontra-se as diversas linguagens que sustentam o vídeo: videodança, videoinstalação, videoperformance, etc. Assim sendo, “Esclarecimento” encontra-se na linguagem performática, isto é, no formato do videoperformance.

A ARTISTA E O VÍDEO

Olyvia Bynum, criadora da videoarte Esclarecimento, iniciou sua produção artística aos 13 anos de idade. Hoje, já graduada pela Faculdade de Belas Artes São Paulo, Olyvia encontrou na arte uma plataforma pela qual poderia problematizar a inserção, não somente do corpo feminino, bem como do corpo negro. Com uma série de experimentações entre pinturas, instalações, vídeos e performances, a artista, embora tenha pouco tempo de produção profissional, já carrega consigo premiações e diversas exposições dos seus trabalhos.

Mostra “Verbo”, da Galeria Vermelho, na Universidade Pública de Espírito; mostra “Subcorpo”, no Sesc Santos; mostra “O que não é performance”, no Maria Antônia – TUSP; mostra de videoperformance “Arrastradas”, no México. Prêmios como “Minuto”, do Festival de Minuto, na categoria “Humanos de...” e o prêmio estímulo “Luiz Sacillotto”, do Salão de Santo André fazem parte do portfólio artístico dela. Além dessas mostras e prêmios, seus

⁴ Palavra aportuguesada do inglês *media arts*.

trabalhos dispõem de um longo alcance de circulação na *Internet* – consequência da rápida multiplicação de conteúdo dentro de uma sociedade midiaticizada.

O vídeo *Esclarecimento*, aplicado aqui como exemplo a ser analisado, tem exatos 10 minutos e 7 segundos de duração. Participam dele, além da própria Olyvia com sua ação performática, dois coadjuvantes: a Raphaela Melson e o Yudi Rafael (ambos amigos da artista) que não apenas atuam, mas principalmente, personificam a violência, a intolerância e acima de tudo, o racismo individual e cultural. As condições técnicas do vídeo são básicas, visto que não são elas o foco do enunciado. A edição é simples, usa-se um efeito no desfecho do vídeo cuja ausência dele provocaria uma outra experiência, ainda que dentro da mesma temática.

Resultado de 3 anos de construção artística e intelectual, sem patrocínio ou qualquer apoio, seja de uma instituição, seja de um edital, Olyvia Bynum realiza a produção do vídeo por vontade própria, evidenciando a atividade dos atores sociais – conceito que iremos abordar posteriormente neste artigo. Gravado no estúdio da Belas Artes, em São Paulo, o vídeo foi lançado na *Internet* em março de 2013 na sua conta pessoal (da qual se encontra outros trabalhos dela) no *vimeo*⁵.

Com o visor da câmera virado para o rosto da artista, em primeiro plano, ela vai dirigindo o filme apenas com o olhar, enquanto a performatividade se desdobra na narrativa do filme. Um fundo branco, uma mulher negra (a própria Olyvia) no primeiro plano e um enquadramento que permanece o mesmo do início ao fim. Assim, inicia-se o vídeo, com um ângulo frontal, isto é, a câmera em linha reta com o rosto dela. Percebe-se que o enfoque está nas expressões da mulher. A sonoplastia apenas é notada pelos ruídos dos objetos: há ausência de diálogos ou monólogos, trilha sonora e narração em *off*. A mulher apresenta-se elegantemente a princípio, a estética negra é bastante valorizada, notada, sobretudo, pelos adereços usados até então por ela.

Logo vem a violência: um processo de descaracterização começa a partir de duas mãos caucasianas despindo suas roupas e adereços. Elas desconstroem não só a estética negra da mulher, como também toda uma identidade cultural e política que aqueles adereços carregam com eles. Não suficiente, as mãos desfazem o penteado dela e cortam mecha por mecha até que, por fim, todo o seu cabelo esteja retalhado. Embora todas as cenas sejam sobrecarregadas de hostilidade desde o início, na qual a artista tem seu espaço invadido e sua singularidade devastada, as cenas de agressão institucional são as mais ásperas, inclusive do

⁵ Rede social voltada para *uploads* e compartilhamentos de vídeos.

que os próprios danos à integridade física vista na cena que se inicia aos 3 minutos e 57 segundos do vídeo.

Nesta cena, aquelas mesmas mãos que desfiguraram a identidade da mulher negra, agora golpeiam-na com um pó branco. Ela permanece em silêncio durante todo o vídeo e enquanto é agredida. Todo o seu corpo é carimbado de opressão conforme o curso do filme, até que, no desfecho, já não há mais distinção entre a mulher e o fundo branco. O vídeo é agressivo e chocante na mesma proporção que sensível: singularidade de uma obra de arte.

MIDIATIZAÇÃO E CONTRA-HEGEMONIA

Uma vez que já vimos como a arte se relaciona com a mídia, iremos agora entender os “processos de midiáticação” e como eles têm, atualmente, transformado o modo do qual ocupam os atores sociais (quer individuais, quer coletivos) nesses múltiplos entrecruzamentos entre mídia e sociedade (SGORLA, 2009). Paralelo a isso, conduziremos o conceito de hegemonia e contra-hegemonia relacionando-os com o debate estabelecido pelo vídeo. De acordo com Sodré (2002), midiáticação pode ser conceituada como

“[...] uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de ‘tecnointeração’ –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível.” (apud SGORLA, 2009, p. 62).

Essas mediações dão-se através da popularização de tais tecnologias, permitindo assim, uma estruturação entre esses mediadores, já que eles passaram a usufruir destes equipamentos em suas práticas e relações pessoais e sociais. É notável que em nossa sociedade moderna, percebemos um grande aumento no uso da tecnologia da *Internet* pelos mais diversos grupos sociais que a compõe. Esse fluxo impactou, principalmente, nos meios de comunicação e nos modos com os quais produzimos conteúdos midiáticos.

Hoje, por exemplo, existe uma facilidade de produção com qual não existia há poucas décadas atrás. O grupo das grandes mídias eram os únicos responsáveis por tais produções. Todavia, os utensílios tecnológicos oriundos da midiáticação deram possibilidade de mudança (mas não de inversão ainda) desse fato. A câmera fotográfica, o aparelho celular, os *tablets* e até mesmos os próprios computadores, ainda que não integralmente disponíveis em todas as comunidades no Brasil – já que o processo de midiáticação é entrelaçado com o desenvolvimento capitalista do local –, funcionam como base desta produção. Este acréscimo

de conteúdos nos meios digitais, no entanto, não é necessariamente produzido com finalidades ativistas e com ideais de transformação social.

Os meios tradicionais de comunicação notaram essa radical transformação pelo qual a mídia e a sociedade estavam passando. Agora concorrendo com a digitalização da comunicação, que virá a se tornar uma “mídia concreta” e não mais uma tecnologia midiática, esses meios procuraram desenvolver lógicas e mecanismos para que englobassem a eles a tecnologia da *Internet*, visando assim, uma ampliação nos métodos comunicativos com os mais diversos públicos. Fabiane Sgorla diz que

“De modo prático, a midiatização afeta os meios de comunicação social tradicionais; por exemplo: quando o jornalismo abre espaço em *blogs* para a participação do público (“cidadão repórter”); quando o radialista conversa com o ouvinte por meio de mensagens instantâneas pela internet; quando os programas televisivos passam a utilizar a linguagem da internet em sua estética; quando o telespectador tem a oportunidade de enviar seus próprios vídeos aos telejornais ou programas de auditório; dentre outros casos.” (SGORLA, 2009, p. 67, grifos do autor).

Um modelo desses mecanismos que visam ampliar a interação e do qual vamos exemplificar neste artigo é o Globo Play. O Globo Play é uma plataforma digital online gratuita pelo qual os navegantes podem acessar aos conteúdos da Globo através de seus celulares smartphones, computadores, *tablets* e até mesmo TVs que se conectam com a *Internet*. Lá, os conteúdos variam desde novelas a programas ao vivo, muito embora haja uma certa exclusividade para assinantes. Essa plataforma, portanto, é um exemplo concreto de como esses meios de comunicação estão se adaptando à *Internet*. Ela é também o testemunho dessa nova abordagem midiática que tende a se expandir dentro desse vasto campo que é a rede *web*.

Visto como se dá o processo de midiatização, como os atores sociais e as mídias tradicionais respondem a este processo, iremos agora pautar como a mídia relaciona-se com a hegemonia e por consequência, com a contra-hegemonia. Antes de tudo, conceituaremos hegemonia segundo Dênis de Moraes (2010) que analisou as contribuições do filósofo marxista italiano Antonio Gramsci. Dênis diz que “a hegemonia pressupõe a conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica de uma classe ou bloco de classes sobre as outras” (2010, p. 54). A hegemonia, portanto, não surge e não se limita à coerção de uma classe sobre a outra no plano prático, mas sim de um procedimento histórico que visa anular a pluralidade, ou mostrar-se superior no plano ideológico-cultural e moral, adquirindo, de

certo modo, um consenso desse grupo minoritário (que talvez possa ser maioria do ponto de vista numérico).

As grandes e tradicionais mídias tem um papel crucial na manutenção hegemônica de classes; fortalecendo o imaginário social, de tal sorte que, aqui, no Brasil, os donos de tais veículos pertencem a uma classe hegemônica. Esta classe possui gênero, cor, *status* social e econômico, além de apoio (legal ou não) político. É exatamente nessa esfera onde Gramsci (apud MORAES, 2010, p. 57) diz que “há uma propagação de ideias cuja responsabilidade compete ao conjunto de instituições” que ele denominou de “sociedade civil”; na outra, em que denominou de “sociedade política”, ele afirma que a classe dominante procura ter e manter o monopólio legal da repressão, isto é, coagir através da força bruta.

Por que ter o controle da mídia é vantajoso para essa manutenção? Se levarmos em conta que “formar a opinião é uma operação ideológica ‘estritamente ligada à hegemonia política, ou seja, é o ponto de contato entre a *sociedade civil* e a *sociedade política*, entre o consenso e a força” (GRAMSCI apud MORAES, 2010, p. 67, grifos do autor), podemos assim, concluir que a mídia, em geral, sempre foi e sempre será um recurso de dominação, logo que ela tem a habilidade de formar opiniões. Com base nisso, solidificamos o argumento de que as grandes mídias no Brasil são hegemônicas e que elas dificilmente levantarão o debate pautado hoje pelos atores sociais individuais e coletivos, tal como o vídeo “Esclarecimento”.

Conforme vimos antes, a esfera das novas mídias e sua pluralidade jamais pode ser vista – pelo menos nas condições atuais – como um lugar homogêneo, centralizado, linear, pois os múltiplos agentes criadores de conteúdo, isto é, os atores sociais, são provenientes dos mais diferentes lugares, com opiniões distintas, etc. É nessa perspectiva que surge a contra-hegemonia “cujo alicerce programático é o de denunciar e tentar reverter as condições de marginalização e exclusão impostas a amplos estratos sociais pelo modo de produção capitalista” (MORAES, 2010, p. 73).

A produção audiovisual independente pode ser, em determinados casos por exemplo, um dos mecanismos contra-hegemônicos com o propósito de descentralizar o modelo e o conteúdo pelo qual circula as “tradicionais” produções audiovisuais. É nesse âmbito onde “Esclarecimento” entra como uma ferramenta contra-hegemônica. O vídeo traz dentro do seu conteúdo artístico a problematização não somente das questões étnico-raciais, mas das questões de gênero, da estética e do modo em como os negros são tratados dentro da nossa sociedade. Além disso, há também o fato de que a videoarte exemplificada neste artigo circula

pela *Internet* (fruto da midiaticização), disseminando reflexões e atingindo cada vez mais um público maior.

Em vista disso, procuramos dentro desses conceitos vistos anteriormente, analisar o vídeo *Esclarecimento* com o máximo de concretude no discurso produzido por ele e identificar como as possibilidades técnicas, o mecanismo da linguagem e o gênero adotado neste filme cria uma relação entre o enunciador e o telespectador.

METODOLOGIA

Usaremos como método de análise do filme dois principais conceitos que, quando adaptados à análise de um produto audiovisual, tornam-se pertinentes e indispensáveis a qualquer investigação nesta área. Na medida em que um se baseia no contrato de leitura, isto é, as diferentes abordagens de enunciação; o outro diz respeito ao modo de endereçamento, ou seja, ao processo de “posicionamento” do qual o destinatário é convidado a se situar.

O lugar de fala, segundo Márcia Amaral (2005), é uma articulação entre fala, textos e situação: trata-se, portanto, não apenas do lugar sociopolítico do enunciador, mas corresponde também ao lugar construído pelo discurso naquele contexto. O enunciador sustenta-se no conceito dos diferentes modos de dizer proposto por Élieo Véron (2004). Ele diferencia, antes de tudo, o enunciado da enunciação. O primeiro corresponde ao conteúdo do discurso; o segundo, tal como já vimos, ao dizer e suas modalidades. Ainda neste conceito, Véron fragmenta o discurso em três dispositivos de enunciação. São eles: a imagem de quem fala (ou lugar de onde se fala); a imagem a quem o discurso é endereçado e a relação desses dois proposta no e pelo discurso. (2004, p. 217-218).

“A análise do modo de endereçamento deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção” do vídeo. (GOMES, 2006, p. 108). De acordo com Itânia Gomes (2006), este conceito não se concentra em um delimitado momento do filme, mas sim em um desenvolvimento ao longo dele que, de certa maneira, constrói uma relação entre os atores (enunciador e destinatário) a partir do “estilo” característico que ele é identificado e, assim sendo, diferenciado dos demais.

“Aqui, portanto, adotamos o conceito de modo de endereçamento naquilo que ele nos diz, duplamente, da orientação de um programa para o seu receptor e de um modo de dizer específico; da relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido de um produto televisivo e do seu estilo. Nessa perspectiva, o conceito de modo de endereçamento se refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da

construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais” (GOMES, 2006, p. 111).

A ANÁLISE

O vídeo, acima de tudo, não possui discurso literal, isto é, os personagens dele não possuem fala propriamente dita e tampouco narrativa em *off*. E este fato, portanto, é de enorme relevância nessa análise pois isso não implica a não existência de um lugar de fala do enunciador. Esse espaço ocupado pela protagonista indica a sua posição enquanto mulher negra dentro de uma sociedade machista e racista. O filme produz, claramente, um lugar de fala do destinatário como um padrão hegemônico: um homem branco, machista e racista que a agride tanto fisicamente como moralmente. “Esclarecimento” se mostra como uma denúncia social; um recorte da realidade que, além de ser uma crítica ao racismo individual (expresso nas cenas de agressão física), é também ao racismo cultural (salientado nas cenas de descaracterização) e mais, ao padrão eurocêntrico de beleza, sobretudo a beleza feminina.

A relação criada entre o enunciador e o co-enunciador do vídeo não é pacífica, embora também não seja totalmente conflituosa, mas sim uma combinação destas duas. Essa relação pode ser notada pelas cenas de submissão por parte da intérprete aos seus agressores. Em momento algum ela esboça alguma reação contrária àquilo, já que não há saída para aquela situação: não se trata apenas da maioria numérica (dois caucasianos contra um negro), mas da situação de violência cotidiana daquela personagem que ela representa. Por outro lado, durante todo o vídeo a expressão da mulher denota revolta, um desconforto, uma certa inquietação com toda aquela situação. Assim, o vídeo vai definindo os lugares de fala ao mesmo tempo em que ele consegue criar, através da arte, um convite ao destinatário a uma visão de alteridade⁶.

O convite é recebido através do olhar da mulher: o contato direto (embora haja alguns desvios) com os olhos dos telespectadores – efeito gerado através do olhar frontal para a lente da câmera – é de enorme expressividade e qualidade artística que, além de emocionar, cria também uma certa reflexão a respeito da temática do vídeo. É exatamente este olhar que nos leva a essa visão. A partir de então, depois de “aceito o convite”, a relação – que de outrora oscilava entre o pacífico e o conflituoso – passa a ser sentida pelo telespectador como um abalo moral e afetivo. Abalo este que, porventura, possa ser causado pelo reconhecimento da

⁶ Capacidade de se colocar no lugar do outro.

existência dessa violência ou identificação com a situação vivenciada pela personagem naquelas cenas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreendemos com este artigo como os processos de mídiatização estimularam os atores sociais que passaram a usufruir da mídia para produzir conteúdo, ainda mais, entendemos como se deu os limites e entrecruzamentos das artes visuais com as novas mídias, seja a plataforma de armazenamento do material (vídeo), seja o meio em que ele circula (*Internet*). Ademais, compreendemos também, com base nos conceitos de modo de endereçamento e de lugares de fala, a imagem construída pelo vídeo e a abordagem utilizada pela artista para tratar da temática que raramente é discutida nas grandes mídias.

Após analisado o vídeo, concluímos que o seu conteúdo é contra-hegemônico a partir do momento em que ele traz à tona discussões sociais como as questões raciais e de gênero, sendo mais específico abordando a mulher negra. A inserção desse perfil dentro da nossa sociedade permanece estigmatizada, pois sabemos que os frutos de um sistema político escravocrata, machista e patriarcal ainda é retrato fiel, sobretudo, no Brasil. Desta forma, “Esclarecimento” manifesta-se como uma ferramenta político-social de ação debatedora e, possivelmente, transformadora da nossa atual sociedade.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Márcia Franz. Lugares de Fala: um conceito para abordar o segmento popular da grande imprensa. **Revista Contracampo**, n.12, 2005.

BYNUM, Olyvia. **Esclarecimento**. Disponível em: <<https://vimeo.com/79441040>>. Acesso em: 03 out. 2015.

_____. **Esclarecimento**: condições de produção do vídeo. Recife, 15 out. 2015. Entrevista concedida a Anderson Almeida.

GOMES, Itânia Maria Mota. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. DUARTE, E. B. (Org.); CASTRO, M. L. D. de. (Org). **Televisão entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 107-122.

MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

MARTIN, Sylvia. **Video Art**. [S.l]: Taschen, 2006.

MARTINS, Helena. **Caminhos para a luta pelo direito à comunicação no Brasil:** Como combater as ilegalidades no rádio e na TV. Intervozes coletivo Brasil de comunicação social. Disponível em: <<http://intervozes.org.br/arquivos/interman004cldcnb>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

MORAES, Dênis de. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.

SGORLA, Fabiane. Discutindo o processo de midiaticização. **Revista Mediação**, Belo Horizonte, 2009.