



## **Cidade Midiática<sup>1</sup>**

Roberta Aragão MACHADO<sup>2</sup>

Otacílio AMARAL FILHO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### **RESUMO**

O presente artigo busca refletir, como os indivíduos, que são solicitados a viver nessa interatividade absoluta, ou conectividade permanente, (SODRÉ, 2002,p. 24), percebem o real, e impulsionado pelas neotecnologias da informação, introduzem elementos do tempo real e do espaço virtual, gerando outros regimes de visibilidade pública. Para análise, utilizamos o perfil do twitter @belemtransito que trabalha de forma colaborativa com os seguidores informando via o perfil, os obstáculos enfrentados no trânsito na região metropolitana de Belém. Nesse sentido buscamos compreender o que tece essa nova forma de representação da realidade que funciona articulada com as tradicionais instituições. Cremos nisso, pelo fato da midiatização sustentar a hipótese de uma mutação sócio-cultural centrada no funcionamento atual das tecnologias da comunicação.

### **PALAVRAS CHAVE:**

mediação; cidade midiática; twitter; tecnocultura;

### **Introdução**

O plano de trabalho intitulado A Cidade Midiática, vinculado ao Projeto de Pesquisa Mídia Real: as encenações da cultura, da política e do público na Amazônia, coordenado pelo Professor Doutor Otacílio Amaral Filho, têm como principal objetivo, mapear e descrever a Cidade Midiática – Belém como ponto de partida para a composição das categorias sobre a cidade midiática. Os esforços tem se voltado para entender a transformação gerada pela comunicação de massa responsável pela criação de novas sociabilidades fundadas num tipo de representação social que se define pela midiatização na contemporaneidade.

Considerando os estudos referentes ao tema este artigo apresenta a metodologia construída para solucionar a problemática em questão. Primeiramente buscou-se no autor Jesus Martín-Barbero em *De la ciudad mediada a la ciudad virtual*

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no IJ05 Rádio, TV e Internet do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da FACOM-UFPA, email: robertaragao@gmail.com.

<sup>3</sup>Orientador do trabalho. Coordenador do Projeto Mídia Real. Professor do Curso de Comunicação Social da FACOM-UFPA, email: otacilioamaralfilho@gmail.com.



*Transformaciones radicales en marcha* (1996), entender a forma como os meios de comunicação mediaram a experiência da constituição da cidade e o que decorreu a partir disso:

Los medios de comunicación mediaron la experiencia de la constitución de la ciudad, pero el paradigma informacional está cambiando su planificación. Numerosas transformaciones radicales, espaciales, culturales y sociales en general se derivan para la ciudad presente y futura. (1996, p. 1)

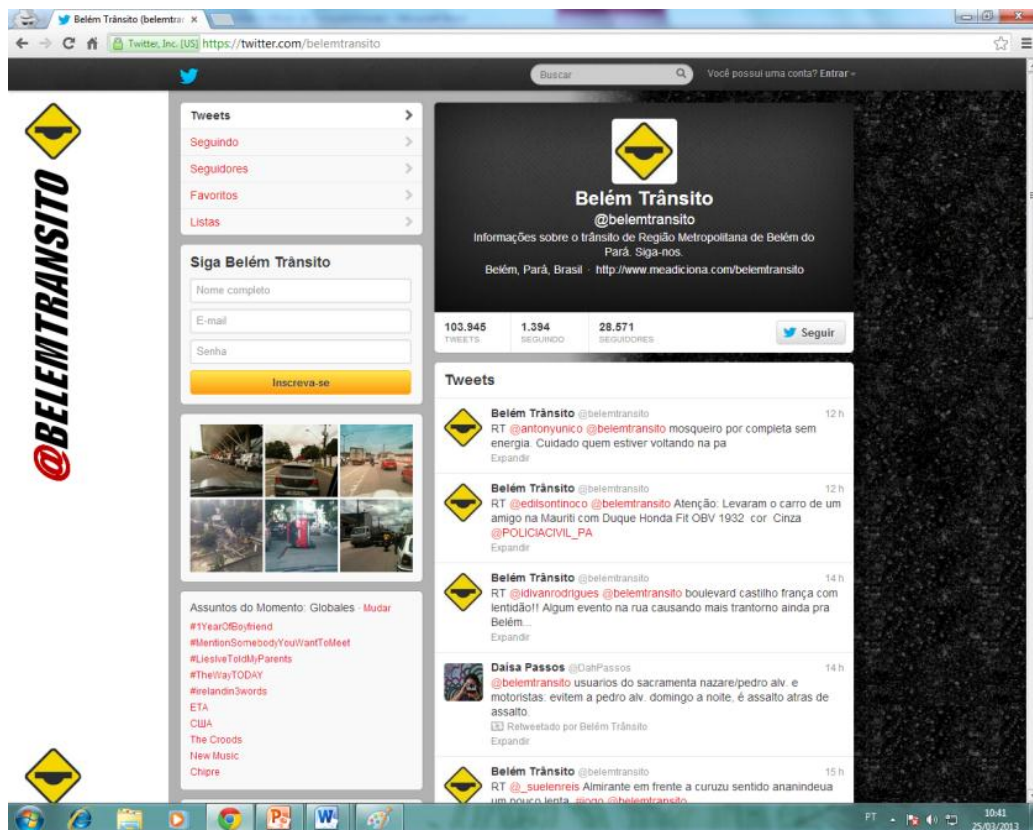
O autor discorre que a cidade virtual não é restrita ao poder das tecnologias visuais e informatizadas, mas na capacidade de acelerar, amplificar e aprofundar as tendências estruturais da própria sociedade. (p.3). Mais do que parte constitutiva da estrutura da cidade a comunicação é uma experiência urbana.

Aprofundando o tema sobre mediação, o autor Muniz Sodré em *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política* (2006) discute alguns conceitos, como signo, mediação e representação. Para a discussão, ele utiliza as formulações de Pierce, o teórico que analisa a questão do signo e entre outros trabalhos o da mediação e da representação. Para o autor: “a mediação é, desta maneira, uma complexa semiótica – que articula relações de determinação e de representação.” p. 92. O filósofo debruçando mais ainda sobre o tema crê que: “Mediação é o ato originário de qualquer cognição, porque implica o trânsito ou a “comunicação” da propriedade de um elemento para outro, por meio de um terceiro termo.” p. 91.

Neste processo de articulações, de mediação de relações que se constroem, há alguns pontos que são pertinentes a análise, como comunidade e vínculo. Percebemos que no processo comunicativo, há uma série de vínculos sendo estabelecidos através dos discursos e das vinculações existentes entre os seres humanos. Aprofundando mais ainda estes pontos, buscamos o conceito de vincular-se, no que Sodré discorre: “é muito mais que um mero processo interativo, porque pressupõe a inserção social e existencial do indivíduo desde a dimensão imaginária (imagens latentes e manifestas) até as deliberações frente às orientações práticas de conduta.” p. 93. Nesse sentido entendemos que ao vincular-se o ser humano está imergindo em um novo ambiente imaginário, onde há um conjunto de novas sociabilidades. Relacionando o ato de vincular-se a comunicação, o autor Pierce explicita bem este processo: a vinculação aparece como “radicalidade da diferenciação e da aproximação entre os seres humanos, e daí como a estratégia sensível que institui a essência do processo comunicativo.”

Paralelamente a busca do aporte teórico, buscamos compreender o objeto estudado, o perfil do twitter<sup>4</sup> @belemtransito, um dos perfis inéditos no Brasil, que nasceu no ano de 2009 e atua de forma colaborativa. Os motoristas que estão no trânsito da região metropolitana de Belém e seguidores do perfil, ao perceberem qualquer obstáculo que atrapalhe o funcionamento do trânsito fotografam, ou informam o perfil via 140 caracteres, que repassa automaticamente as informações sobre a situação em tempo real aos seguidores. O criador do perfil é o engenheiro mecânico Tiago Paolelli que estava incomodado com a situação do trânsito em Belém. No primeiro momento, o @belemtransito surgiu como um canal pessoal de alguém incomodado com um dos principais problemas enfrentados pelas cidades, o trânsito caótico e neste caso específico os que residem em Belém. Ao relatar de forma creditável e “representar” através do texto ou da imagem o real acontecimento, o perfil foi ganhando mais seguidores.

Figura 1 – Página no twitter do perfil do @belemtransito



Fonte: Página da internet do perfil do twitter @belemtransito.

<sup>4</sup> Microblog utilizado para rápidas informações comportadas em apenas 140 caracteres.



No segundo momento o perfil começou a ter uma interação dos usuários, ora comentando a veracidade dos fatos relatados, ora agradecendo pelas informações. Neste momento, em que mais seguidores promovem o compartilhamento, a ajuda através da informação para os outros motoristas, a esfera cidadã é construída, o que no contexto atual é uma das estratégias da comunicação. Para Martín-Barbero (2006), a comunicação como compreendemos nos dias atuais é justamente isso, possuir lugares estratégicos, entre eles o de “configurar um novo espaço público e de cidadania...” p. 53. Essa configuração é bastante explícita quando nos deparamos com o momento em que pessoas perguntam sobre o tráfego e outras pessoas contribuem ao perfil informando melhores rotas ou os problemas enfrentados.

Sobre estas relações Apadurai, realiza algumas reflexões ao perceber que atualmente emergem “novos padrões coletivos de dissenso, (...) através da qual vemos emergir formas sociais novas, não predatórias, como as do capital, formas construtoras de novas convivências humanas.”. O perfil poderia ter ficado no primeiro estágio, o de apenas satirizar ou reclamar dos transtornos do trânsito, mas ao dar outro passo em direção ao compartilhamento de soluções, novas rotas, ocorreu e ocorre um movimento de conscientização e cidadania.

É preciso afirmar, portanto, que neste ambiente, a cidadania é requerida como processo de posicionamento político, tanto individual como coletivo das minorias, instigadas a manifestar-se e se qualifica como parte integrante da ação social representada no aqui agora, o tempo real da mídia, possibilitado pela interatividade e compartilhamento redefinido, desta forma, o conceito de cidade.

Grande parte da análise que se faz das mediações privilegia o espaço da cultura numa esfera que passa ao largo da política e se põe numa ordem que diz respeito à cultura do consumo como regulação social necessária aos novos formatos que partem das mídias e de sua natureza mercadológica. Mas sabemos que a cidadania não pode ser desvinculada da política, portanto, da esfera de poder que incide sobre o cidadão e de forma reflexiva sobre as ações coletivas que ele pratica e que afeta a *cidade* e que agora na *cidade midiática* se define no debate político no espaço público midiaticizado, como lugar de vida social. Mas é uma cidadania contemporânea que se aparta do sentido político formador para apresentar-se como uma cidadania regida pela emancipação social, que acrescenta aos direitos civis e políticos, a conquista dos direitos sociais no século XX, como acesso ao consumo pelo trabalho, a saúde, a educação e a diversão.



Em outras palavras, a colaboração é mais do que um simples clicar, para Sodré “não é apenas estar junto e sim o compartilhamento (ou uma troca) de tarefas, implícito na obrigação originária que se tem para com o outro.” p. 94.

Em um quarto momento, temos a evolução das relações sociais para o espaço público, no ano de 2011 o perfil recebeu da prefeitura de Belém, a comenda de Amigo do Trânsito, entregue pelo então prefeito Duciomar Costa e pela superintendente da CTBel (Companhia dos transportes de Belém), Ellen Margareth, durante a Semana Nacional do Trânsito, como “reconhecimento ao trabalho desenvolvido pelo twitter @belemtransito para a melhoria do trânsito na capital”.

A interatividade do perfil introduz elementos do tempo real e do espaço virtual, tornando possíveis outros mundos, outros regimes de visibilidade pública. Essa nova representação da realidade criada pelo perfil, acabou por agregar mais colaboradores, e a apropriação destes colaboradores tornou o perfil um serviço de utilidade pública, no sentido de servir, auxiliar os condutores pela cidade. É claro que o funcionamento depende da colaboração dos usuários, porém é uma plataforma de livre colaboração que auxilia no aspecto do trânsito.

Em um quinto momento o perfil passou a ser fonte de informação para o portal do Jornal local, o DOL (Diário OnLine):

Figura 2 – Imagem da reportagem do portal DOL, utilizando o @belemtransito como fonte.



Fonte: Página da internet do portal do Diário OnLine.



Crowdsourcing e jornalismo 3.0, segundos os criadores do perfil é à base do projeto. Atualmente o serviço ainda existe e conta com mais de vinte oito mil seguidores.

### **A cidade midiática**

Após essa introdução sobre a mediação, e reflexão com o objeto, buscamos pensar a “cidade midiática”. O tema do projeto e o ponto de partida para se pensar as representações. Assim, utilizamos algumas reflexões sobre a cidade enquanto fenômeno comunicacional, a partir da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lucrécia Ferrara em *Cidade: meio, mídia e mediação* (2008):

As propostas técnicas e funcionais da arquitetura constroem a cidade que se comunica através de imagens midiáticas e inusitadas interações: meios, imagens e mediações constituem a complexa comunicação que, sobretudo a partir da Revolução Industrial, tem a cidade como cena e motivo. (2008, p.41)

A cidade que buscamos compreender é aquela que entre outros pontos, reflete em sua arquitetura e na sua proposta de construção a cultura local, sendo cultura o cotidiano que gera comportamentos marcados por hábitos e rotinas de cada localidade. A cidade assim é antes de tudo lugar identitário. E por ser este lugar identitário e espaço geográfico é que possibilita interação.

Seguindo essa linha de raciocínio, observamos outros conceitos que necessitam ser revisitados, como identidade e interação por tecerem as relações da chamada cidade midiática. Para isso, utilizamos a obra *A Sociedade em rede*, (1999) de Manuel Castells, que mostra um panorama do mundo em rede e da sociedade. O autor observa: “nesse mundo de mudanças confusas e incontroladas, as pessoas tendem a reagrupar-se em torno de identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais e nacionais” (p. 23). Assim, “a busca pela identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se a fonte básica de significado social” (p. 23). É notório assim, que as pessoas tendem a se reagrupar em identidades primárias, um processo que desenrolava normalmente na cidade, porém com o advento das transformações tecnológicas e do fenômeno da rede mundial de computadores, é perceptível que as pessoas ainda buscam reagrupar-se em torno dessas identidades, entretanto hoje isto acontece coletivamente na internet.

Há exemplo disso, temos as comunidades na internet, os grupos de discussão, os fóruns, os grupos de e-mail, os grupos no facebook e os perfils do twitter que permitem a vinculação. Este processo tem significado social, não é a toa que há a criação de páginas nas redes sociais sobre determinados assuntos onde às pessoas fazem questão



de fazer parte daquela comunidade virtual mesmo que raramente tenham realmente interagido com as pessoas do grupo.

Sobre a rede e o ser, como essa relação acontece, Castells (1999) acredita que,

Cada vez mais, as pessoas organizam seu significado não em torno do que fazem, mas com base no que elas são ou acreditam que são. Enquanto isso, as redes globais de intercâmbios instrumentais conectam e desconectam indivíduos, grupos, regiões e até países, de acordo com sua pertinência na realização dos objetivos processados na rede, em um fluxo contínuo de decisões estratégicas. (p. 23)

Assim, parece que a necessidade de estar é importante porque as pessoas se sentem pertencentes ao todo. Ter essencialmente os mesmos valores compartilhados e a projeção disso cria uma nova forma de ser e estar no mundo contemporâneo.

Ainda refletindo sobre a rede e o ser, todas essas transformações relatadas anteriormente emergem de uma forma virtualizada de vida, o que Muniz chama de “bios virtual”, “cuja manifestação mais evidente é a dimensão midiática” (SODRÉ, 2006, p. 99). Uma espécie de lugar tecido de fluxos, dígitos, imagens, sons, redes artificiais. Para o autor é uma comunidade afetiva de caráter técnico e mercadológico. Diferente de outras épocas da humanidade, agora a nossa forma de viver não se apoia apenas nas tecnologias, como algo opcional, algo que apenas utilizamos se quisermos, mas este bios tece nossa forma de viver, relacionar, vincular, ser no mundo, expressar-se, e como objeto recorrente, nos manifestarmos. Esta realidade não é algo tão estranho porque como já dito está tecida em nossa sociedade, na cultura, na mediação dos sujeitos consigo mesmo. O novo bios é tão-só uma “exerbação do processo” p. 99.

Para Muniz Sodré em outra obra, a *Antropológica do espelho* (2002), esse processo, “É uma associação entre práticas sociais e espaço público, ativa por processos tecnológicos de comunicação.” p. 101. Neste livro, o autor busca compreender os fenômenos da comunicação na contemporaneidade, “mostrar que a mídia implica uma nova qualificação da vida, um *bios* virtual.” E sobre essa mídia ele acredita que “consiste na criação de uma eticidade (costume, conduta, cognição, sensorialismo) estetizante e vicária, uma espécie de “terceira natureza””.

implica também em uma mediação, como uma ordem de mediações socialmente realizada no sentido de comunicação entendida apenas como processo informacional, a reboque de organizações empresariais com ênfase num tipo particular de interação, a “tecnointeração” (2002, p.38)

Através dessa breve introdução o autor propõe a ideia, em outras palavras de que a mídia produz uma nova forma de viver, de se pensar, ver a cidade, criando novos hábitos, como o relatado, sobre o perfil do twitter @belemtransito, a ferramenta na



internet que “conduz” os usuários condutores do trânsito de Belém pela cidade através da internet.

A rapidez com que o tráfego de informações circula no perfil é um dos adventos da chamada Revolução da Informação, que tornou possível a “rápida transmissão, mobilidade e circulação de coisas no mundo” (SODRÉ, 2002, p. 33). Nesse sentido corroboramos com o autor quando ele acredita que a Revolução Industrial centrou-se na mobilidade espacial e a da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo.

Entre os elementos que foram importantes para o desenvolvimento do plano sobre midiatização e entender o objeto de estudo, foi à característica de: visibilidade pública, que seria uma característica de toda e qualquer sociedade, a de construir “pactos semânticos ou semióticos, regimes auto-representativos para si mesma.” (SODRÉ, 2002, p.16). A característica da cidade na contemporaneidade coexistindo com a mídia, em um tempo em que o “vivo” ou “real” mescla-se com o *bios* virtual, gerado pelas imagens acolhidas do mundo real: “Com as tecnologias do som e da imagem, constitui-se o campo do audiovisual, e o receptor passou a acolher o mundo em seu fluxo, ou seja, fatos e coisas representados a partir da simulação de um tempo “vivo” ou “real”. (SODRÉ, 2002, p. 17).

Nesse sentido, o mundo tal como conhecemos, o cotidiano das pessoas e das cidades, através das tecnologias, cria cenários midiáticos no espaço que une a realidade a encenação pela imagem:

Tudo tende a confluir para a imagem publicitária como valor coletivo, o que pode tornar a interpretação cênica da realidade mais importante do que qualquer modo tradicional de representação. Publicamente importa mais a capacidade pessoal de gerar espetáculo, a performatividade midiática. (SODRÉ, 2002, p. 35)

Refletindo ainda sobre a cidade, ela é resultado de planejamentos políticos, econômicos etc, mas não se pode pensá-la como um objeto estático ou construído e encerrado, pois ela também é, nas palavras de Ferrara em *Cidade: meio, mídia e mediação*. (2008), um “organismo espontâneo que surge ao acaso ou, no extremo oposto pensa-se em construí-la”. E é nesse ponto onde a análise se situa: O espaço de construção constante da cidade, onde as relações sociais e culturais que são representadas e reinterpretadas a todo instante, geram um processo relacional que influencia e é influenciado pela cidade.

Nesse desenrolar de pensar a cidade, surgem dois planos segundo a autora:





de um lado, esta o plano construtivo como suporte da cidade que se transforma em meio a criar um ambiente comunicativo e, de outro lado, concretiza-se a imagem midiática da cidade que agasalha o cotidiano, a sociabilidade e as trocas interativas que transformam a cidade na maior experiência comunicativa da humanidade. (2008, p.42)

Sobre o segundo plano, a característica da imagem midiática da cidade que agasalha o cotidiano, é um dos conceitos sobre a cidade midiática, a que é representada pelo pertencimento, pela identidade, pela interação e percepção dos acontecimentos na própria cidade.

No mundo contemporâneo, cada vez mais imagético, a imagem no campo midiático assume esse papel de representar a realidade vivida naquele instante, é e justamente pela rapidez com que trafegam as informações que o tempo e espaço unem-se. Um exemplo para ilustrar essa questão é o hábito contemporâneo que as pessoas possuem de relatar informações pelo twitter, em nosso caso o @belemtransito que em questões de segundo todas as pessoas que estão conectadas aquele perfil recebem a informação, podendo respondê-las ou replicá-las para o seu grupo de seguidores, formando assim uma rede exponencial de troca de informações.

Em busca de outros conceitos para formar o campo teórico, refletimos sobre a sociabilidade e os dispositivos que geram esse vínculo de reciprocidade comunicacional entre os indivíduos na cidade. A autora Fontenelle em *A cidade midiática sob o signo do consumo: a produção de uma sociabilidade da indiferença* (2007) possibilitou pensar a cidade midiática no caso Belém por outras perspectivas. Entre as inquietações levantadas pela autora está a de que tipo de sociabilidade uma cidade midiática forja, como essa simulação do real afeta os indivíduos. Em resposta a pergunta ela propõe que a criação de uma arquitetura “simulada” esconde, na verdade, uma vida pública que há muito deixou de existir: “Trata-se, portanto, de se exaltar a infiltração da esfera comercial na esfera pública, gerando uma espécie de “sociabilidade fictícia””. (FONTENELLE, 2007, p.83).

Sobre arquitetura “simulada” buscamos entender como isso está representado nos dias atuais, o entrelaçamento de imagens, informações em um mundo que prima à informação instantânea produziria o que? Entra as possíveis respostas, o autor Sodré aponta: uma sociedade que está pautada em gerar espetáculo, individuais ou coletivos. Assim, é possível afirmar que a cidade midiática torna-se também uma cidade mais para ser vista, um espetáculo.



Inúmeras são as imagens que acompanham as publicações no perfil, algumas são apenas de carros ou ônibus que colidiram, outras são da chuva, ou de árvores que caíram etc.

A criação de espetáculos, o motor que engendra a cidade midiática seria nada mais que novas formas de perceber o real, baseado na cultura da simulação gerada por técnicas, que faz dessa representação uma nova forma de vida que intercambia o real com o virtual em modos de interação oferecidos pela mediação tecnológica. A cidade midiática é o lugar-comum agora, uma cidade em que os indivíduos tiveram suas vidas transformadas pelo desenvolvimento de “sistemas e das redes de comunicação transformando radicalmente a vida do homem na relação de trabalho, na sociabilização e lazer” (SODRÉ, 2002, p.15), mas não encerrando aí as transformações, ela se oferece como uma ordem cultural que não pode ser dimensionada. O reflexo de tudo isso é uma realidade voltada para um novo tipo de gestão da vida social, poderíamos até afirmar uma nova forma de presença no mundo que possibilita um “estar presente” a distância pelo compartilhamento coletivo do espaço virtual, como uma forma de conviver pela interação conectada.

### **Conclusão**

Em Belém através do objeto observado, os cidadãos inconformados com a repetição de certos transtornos na cidade, acabaram por criar mecanismos e aí entra a internet como exemplo, para se relacionar e encontrar saídas para determinados problemas. No caso do trânsito, foi necessária uma plataforma virtual de ampla colaboração para orientar motoristas por vias menos congestionadas ou informar sobre ações abusivas no trânsito. À medida que a tecnologia foi “expandindo” ela foi ficando cada vez mais engendrada na vida das pessoas, no cotidiano. Evoluímos junto com ela, e hoje dependemos dela, da mesma forma que tiramos o máximo dela. A questão não se encerra em estudar apenas esta tecnointeração, mas como essa nova ferramenta trouxe também novas formas de se relacionar, a evolução de apenas uma questão técnica para uma questão cultural na vida dessas pessoas. O simples fato de acordamos de manhã e antes de sequer sairmos de casa, primeiro averiguarmos na internet como o trânsito está é a própria cidade midiática funcionando.

Sobre cidade midiática, cidade e meio, midiatização e caráter nacional, foi possível através deste artigo iniciar o aporte teórico para o desenvolvimento crítico do conceito de cidade midiática, uma cidade para ser vista, cidade compartilhada, cidade



do consumo. A ideia que define então, é na ordem da midiaticização, ou seja a mediação realizada pela ação comunicativa, que é a ação de indivíduos que circulam pela cidade, pelo espaço público midiaticizado produzindo e distribuindo informação que possibilita o surgimento de novas formas de identificação constituída a partir de um imaginário que configura esta cultura cibermidiática como lugar das imagens do mundo.

Nesta ordem da cidade, a relação entre o fato social e sua representação cria novas possibilidades de imaginação, de pertencimento, e, portanto de identificação que vai além das relações locais e espaço/temporais, caminhando para a criação de um imaginário publicizado e espetacularizado.

Por outro lado, se alia a “sociedade da cultura” uma espécie de “sociedade da comunicação”, em que tudo se sabe e a tudo se sente pelo acesso em tempo real, apresentando a percepção da realidade sensível pela via destes signos visíveis e sonoros que administram o afeto coletivo e um agir ético-político em rede, criando possibilidades sensoriais ou afetivas em ambientes de compartilhamento.

Em suma algumas características que tecem a cidade midiática: o vínculo, e nesse processo temos a busca pela identidade, o bios virtual, a utilização da imagem (a capacidade de gerar espetáculo) e a cidade como cena e motivo.

A *cidade midiática* surge como uma possibilidade maior de qualificar a cultura midiaticizada e a midiaticização como “tecnointeração”, um novo espaço público político que afirma o consumidor e reinventa o cidadão, diferente da *polis grega*, ou seja, a Cidade, como a comunidade organizada, formada pelos cidadãos (*politikos*), isto é, pelos homens nascidos na Cidade, livres e iguais, portadores de dois direitos inquestionáveis, a **isonomia** (igualdade perante a lei) e a **isegoria** que é o direito de expor e discutir em público opiniões sobre ações que a Cidade deve ou não deve realizar como afirma Chauí em *Cidadania Cultural: o direito a cultura* (2006). A cidade midiaticizada, por sua vez, funciona como espaço público político, neste caso, representação cibermidiaticizada, espetacularizada, compartilhada, do poder e da cultura que tem como representantes o consumidor e o cidadão não como se tratasse de uma fusão, mas um *sujeito coletivo* que dá forma a cidadania contemporânea, cuja lógica está na possibilidade de manifestação de todos, como requisito da mediação, portanto integração social, neste lugar em que as *imagens do mundo* são disponibilizadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De la ciudad mediada a la ciudad virtual Transformaciones radicales en marcha.** In: **Telos.** Madri, (44):15-21, dez/fev. 1996.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1) São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAUI, Marilena. **Cidadania Cultural:** o direito a cultura. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Cidade:** meio, mídia e mediação. Revista MATRIZES, vol, Nº 2, abril, 2008.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **A cidade midiática sob o signo do consumo:** a produção de uma sociabilidade da indiferença. Estudos e pesquisas em psicologia, UERJ, Rj, ano 7, No 2, 2ª semestre de 2007.

MAFFESOLI, Michel, 1944. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. – 2.ed. – Rio de Janeiro; Forense Universitária, 1998.

BARBERO, Jesús Martin-. **Tecnicidades, identidades, alteridades:** mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In MORAES, Dênis de. **Sociedade midiaticizada /** Dênis de Moraes (org.) Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

NETO, Antônio Fausto. **Fragments de uma analítica da mediação.** Revista MATRIZES, Vol. 1, Nº 2, 2007.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis:** afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. **Sobre a episteme comunicacional.** Revista MATRIZES, nº 1, outubro, 2007.