



**Revista [InTra]Muros<sup>1</sup>**  
**Arte e Cultura dentro e fora dos Muros Institucionais**

Carla Mitsy Fernandes Fujii<sup>2</sup>

Adam Pierre<sup>3</sup>

Beatriz Peixoto<sup>4</sup>

Carolina Barsalini<sup>5</sup>

Caroline Rivieri<sup>6</sup>

Daniela Ribeiro<sup>7</sup>

Erica Diniz<sup>8</sup>

Nathali Ruiz<sup>9</sup>

Nayara Trettel<sup>10</sup>

Adriana da Costa Rato Lopes de Almeida<sup>11</sup>

Jackeson Roberto de Almeida Vidal<sup>12</sup>

Renata Boutin Becate<sup>13</sup>

CEUNSP – Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio

## RESUMO

O presente artigo apresenta a Revista [InTra]Muros, uma revista customizada pensada para tecer um paralelo entre a Arte produzida nos grandes centros urbanos e nos seus arredores. Este projeto integra a AECA (Agência Experimental de Comunicação e Arte) no segmento Agen.cias – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda. Um mix de Arte, Cultura, Leitura, Cidade e Entretenimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** experimentalismo; comunicação; contemporaneidade; cultura; arte.

## 1. INTRODUÇÃO – Preparando o Roteiro

Diz-se que é preciso viajar para ver o mundo. Por vezes, penso que, se estiveres quieto num único sítio e com os olhos bem abertos, verás tudo o que podes controlar.

Paul Auster

Senhores passageiros mantenham seus olhos abertos que a viagem irá começar.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade PT 12 Revista Customizada.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: carlamitsy@globo.com

<sup>3</sup> Estudante do 3º semestre do curso de Design Gráfico.

<sup>4</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo.

<sup>5</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda.

<sup>6</sup> Estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo.

<sup>7</sup> Estudante do 3º semestre do curso de Design Gráfico.

<sup>8</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda.

<sup>9</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo.

<sup>10</sup> Estudante do 5º semestre do curso de Publicidade e Propaganda.

<sup>11</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda.

<sup>12</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda.

<sup>13</sup> Orientadora do trabalho. Coordenadora do Curso de Publicidade e Propaganda.



Uma viagem pela cultura, imersa em museus da cidade de São Paulo, uma conversa com uma artista visual da região, uma ida ao cinema, um convite ao teatro, entre uma estação e outra a leitura de uma HQ, um incentivo a compra ecológica, viva a moda consciente, sustentável e uma parada para aprimorarmos o nosso paladar na Feira Gastronômica e no Mercado de São Paulo.

Oh navegadores do asfalto, percorreremos estradas, ruas, vielas, passaremos por parques, construções, museus, vislumbraremos arte, movimento, pessoas, lugares e dimensões.

Preparem-se para vivenciar a viagem pelas janelas do ônibus em movimento, pelas imagens borradas que se formam nas janelas do metrô e por caminhar entre construções e pessoas na cidade que não para e seus arredores.

Antes de definirmos o roteiro uma parada importante se faz necessária. É imprescindível, que o passageiro entenda o contexto no qual se deu a realização desta publicação. A Revista [InTra]Muros<sup>14</sup> é um projeto experimental que faz parte das Agen.cias (Agência Experimental de Publicidade e Propaganda) que integra a AECA (Agência Experimental de Comunicação e Arte). Os colaboradores deste projeto são de diversas áreas da comunicação social, de diferentes semestres e oriundos dos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Design Gráfico.

Com múltiplos olhares e o subsídio de diversas disciplinas colaboradoras do projeto nos enveredamos a encontrar um tema de interesse comum: Cultura e Arte.

No caminho muitas dúvidas e inquietações foram surgindo e como diria Drummond “tinha uma pedra no meio do caminho”, mas com criatividade e pensando sempre fora do cubo branco, contornamos a pedra, revisitamos espaços, modificamos o nosso olhar e viajamos a cada nova seção produzida. A cada passo algumas perguntas ficavam ao nosso encalço como: que roteiro seguir? Quais museus/mostras visitar? Ir de encontro aos grandes espaços ou buscar os pouco explorados? Por que falar de arte em um curso de comunicação? Partindo dessas questões traçamos o nosso caminho, por vezes nos perdemos em busca de respostas e então se fez necessário traçar novamente a nossa rota.

Abra os olhos e boa viagem!

## **2. OBJETIVO – Ponte de Partida**

---

<sup>14</sup> A versão digital da revista encontra-se no website: <http://revistaintramuros.wix.com/revistaintramuros>



Difundir e popularizar a cultura em todas as instâncias, com visitas a museus, teatros, centro de convenções, ateliês, bibliotecas, mostrar a arte na cidade, suas intervenções urbanas de forma clara e objetiva desmistificando a dita cultura erudita de difícil alcance e entendimento das grandes massas.

### 3. JUSTIFICATIVA – Estudando o percurso

Na tela, não se coloca o problema da profundidade, não existe o outro lado, enquanto há um além do espelho. Isso não significa que tudo o que aparece como arte tenha a ver com isso, felizmente existem exceções.

Baudrillard

O pós-modernismo ou a contemporaneidade caracteriza-se pela utilização da força da imagem na construção de novas identidades e no reforço do consumismo no novo estágio do capitalismo que toma quase todo o mundo urbanizado. Vivemos na era da predominância das imagens. Imagens fragmentadas? Um fato só é verdadeiro quando constituído pela imagem. O real é a imagem e suas reproduções. O real é o mundo que criamos para aprender a viver, é a estrada que tentamos percorrer.

O próprio Baudrillard, filósofo da reprodutibilidade, do questionamento do valor das imagens em constante aparição e repetição nos aponta suas dúvidas sobre a pós-modernidade como conceito teórico. Ele diz que:

A noção de pós-modernidade não passa de uma forma irresponsável de abordagem pseudocientífica dos fenômenos. Trata-se de um sistema de interpretações a partir de uma palavra com crédito limitado, que pode ser aplicada a qualquer coisa. Seria piada chamá-la de conceito teórico.<sup>15</sup>

Baudrillard acredita que a verdade foi substituída por simulacros (reproduções, imitações) do real e que a partir daí perdemos o sentido das coisas. Ele retoma o conceito simulacro dos filósofos gregos e leva este conceito para o de uma imagem que inventa a realidade. O pensador francês fala em simulacro como uma hipótese. Fala também em universos paralelos: “Na imagem, existe um universo paralelo, uma dimensão faltante para cuja conservação deveriam ser envidados esforços e, portanto, arrancá-la a todo universo do visual atual, à enxurrada de imagem”.

E foi pensando nessa enxurrada de imagens que definimos o tema de nossa revista. Uma sociedade massacrada diariamente por uma quantidade absurda de imagens consegue enxergar a arte e a cultura inerentes em sua sociedade?

---

<sup>15</sup> Em entrevista concedida à revista *Época*, nº 264



Realizamos uma pesquisa para escolher quantos e quais locais difusores de cultura conseguiríamos visitar em um dia (essa é nossa proposta, a visitação em um dia, para que o passageiro consiga refazer o trajeto quantas vezes quiser). Então, traçamos nosso percurso, vários roteiros possíveis, tomando o cuidado para não só reproduzir aquilo que a sociedade entende como arte ou cultura, mas trazendo um novo olhar, sem simulacros. Pesquisa teórica elaborada fomos a campo, sentir na pele o que estávamos propondo. Cada transporte, cada rua, cada esquina. Surpreendemos-nos no encontrar das pessoas, nas expressões populares, nos ambientes visitados, nas mostras escolhidas, fato essencial para passar dados fidedignos ao leitor/passageiro dessa viagem.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS – Roteiro de Viagem**

Nada me autoriza a falar da cultura, não possuo nenhuma credencial. Do mesmo modo, as tomadas de posição que me são próprias dão lugar, de antemão, as convicções e análises diferentes. Por conseguinte, torna-se possível abordar abertamente alguns desses problemas difíceis que as personalidades ‘qualificadas’ procuram evitar. Uma discrição elegante conduziria diretamente ao academismo.

Michel de Certeau

Marshall McLuhan nos chama a atenção para um aspecto bastante peculiar que marca definitivamente as tecnologias de informação e comunicação que emergem da nossa atual sociedade: uma velocidade que até então nenhuma civilização vislumbrou. Ele coloca que:

Em nenhum período da cultura humana os homens compreenderam os mecanismos psíquicos envolvidos na invenção e na tecnologia. Hoje é a velocidade instantânea da informação elétrica que, pela primeira vez, permite o fácil reconhecimento dos padrões e contornos formais da mudança e do desenvolvimento. O mundo inteiro, passado e presente, revela-se agora a nós mesmos do mesmo modo que percebemos uma planta crescendo graças a um filme enormemente acelerado. Velocidade elétrica é sinônimo de luz e de compreensão das causas.<sup>16</sup>

Uma das principais implicações dessa velocidade é que diferente do tempo em que as notícias/informações demoravam meses para chegar como o que aconteceu, por exemplo, com a carta de Pero Vaz de Caminha endereçada ao rei de Portugal e tantas outras mensagens, na atual configuração da sociedade em Sociedade da Informação, baseada na ciência e na técnica, vivenciamos outro tempo, do imediatamente (Bacegga, 1998). Lévy (1997) nos diz que “A aceleração é tão forte e tão generalizada que mesmo

---

<sup>16</sup> MCLUHAN, Marshal. Os meios de comunicação como extensão do homem. São Paulo: Cultrix, 1996.



os mais ‘plugados’ são, em graus variáveis, ultrapassados pela mudança, uma vez que ninguém pode tomar parte ativa nas transformações (...) nem mesmo segui-las de perto”. Assim como assinala Lévy, essa marca do nosso tempo também é encontrada na obra de Kenski (2003) quando afirma ser o termo velocidade “síntese do status espaço temporal do conhecimento na atualidade. “Além disso, a autora nos diz que essa mesma velocidade marca os tempos de “aprender e esquecer”. E alerta que as marcas dessa velocidade também marcam a busca pelo conhecimento, acessar informações, interagir com elas e superá-las com outras inovações, reiniciando assim o ciclo desencadeado pelas tecnologias de informação e comunicação.

A maneira como vemos as coisas é afetada pelo que sabemos ou pelo que acreditamos [...] Só vemos aquilo que olhamos. Olhar é um ato de escolha. Como resultado dessa escolha, aquilo que vemos é trazido para o âmbito do nosso alcance – ainda que não necessariamente ao alcance da mão.<sup>17</sup>

Mas, o que sabemos? O que vemos, mas não olhamos? Vivemos hoje em uma das melhores épocas para se viver. Não só pelo conteúdo das mudanças, mas principalmente pela volatilidade e velocidade de sua energia. Sua complexidade desafia as mentes mais argutas e astutas. Ao mesmo tempo em que temos de nos preparar para o futuro tecnológico, econômico, social e geopolítico, temos de rever conceitos arraigados em nosso modelo mental e, também, fazer uma séria avaliação de nossos valores, no sentido antropológico. Ou seja, temos de olhar para a frente, no futuro informático, mas descer na origem de nossas próprias convicções.

Baudrillard lança seu pensamento, suas críticas, suas reflexões em pequenos textos, comunicações. Frase curtas, fragmentadas e aforismos. Assim, como é o mundo que criamos para viver. Assim, escreve Baudrillard:

Procuo refletir por caminhos oblíquos. Lanço mãos de fragmentos, não de textos unificados por uma lógica rigorosa. Nesse raciocínio, o paradoxo é mais importante que o discurso linear. Para simplificar, examino a vida que acontece no momento, como um fotógrafo. Aliás, sou um fotógrafo.<sup>18</sup>

Um mundo plano: muitos séculos depois da tese “mundo redondo” de Cristóvão Colombo, ou seja, de quem for, Thomas Friedman, em seu livro “O mundo é plano – uma breve história do século XXI”, mostra-nos que o impacto da revolução tecnológica derruba as teses de um mundo redondo e propõe esta assertiva: “o mundo é plano” e fragmentado.

---

<sup>17</sup> BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

<sup>18</sup> Baudrillard em entrevista concedida à revista *Época*, nº 264. “*A verdade oblíqua*”, em 09 de junho de 2003.



O mundo contemporâneo vive um estado de transição, caracterizado por crises, rupturas e desordens. Um mundo em constante mutação, que exalta a mudança, promove a perda de sentidos e certezas pela falta de referências.

Para Baudrillard o que predomina em nossa sociedade ocidental hoje é a linguagem da propaganda, da sedução, do poder do convencimento da TV: o poder das imagens em movimento, a identidade se desfaz, se desintegra com o excesso de imagens na sociedade. Um Universo que exige cada vez mais informação e cada vez menos sentido. Com a implosão dos sujeitos a sociedade chegará ao esgotamento?

Assim como nos orienta Debord: o sistema social em que vivemos tem a capacidade de integrar em si mesmo a sua própria negação, através dos produtos do espetáculo. Tudo é absorvido pelo sistema. Tudo é incorporado pelos objetos industriais e mostrado de forma fascinante pelo mundo do espetáculo.

A produção de bens de consumo é agora um fenômeno cultural: compra-se o produto tanto por sua imagem quanto por sua identidade imediata. Passou a existir uma indústria voltada especificamente para criar imagens para bens de consumo e estratégias para a sua venda: a propaganda tornou-se uma mediadora essencial entre a cultura e a economia, e certamente pode ser incluída entre as inúmeras formas de produção estética (por mais que sua existência complique nossos conceitos de produção cultural).<sup>19</sup>

Assim, nasce o imaginário do projeto experimental repleto de teorias que o fundamenta, mas como se dá na prática uma produção editorial?

Muitas reuniões com cada responsável pelas editorias, com o grupo de criação da revista, arte publicitárias e elementos gráficos, horas com os professores de diversas disciplinas e com os orientadores deste projeto. Da História da Arte traçamos o roteiro de viagem, da Teoria da Comunicação apuramos o nosso olhar e entendimento de mundo, este que nos rodeia e seus simulacros, da Criação e Redação Publicitária a visão criativa e envolvente que o projeto deve ter, da Criação e Arte Publicitária as relações entre cor e forma para agradar e seduzir o leitor, da Tecnologia da Comunicação o conhecimento mais técnico de programas como Photoshop e Lightroom (edição de fotografias), Illustrator (criação de logos e elementos gráficos em vetor) e o Indesign (com suas colunas e páginas mestras para a diagramação da revista, sempre calculando as páginas em múltiplos de quatro, o que resultou no caso dessa edição da Revista [InTra]Muros em 60 páginas).

Neste contexto é preciso lembrar que a publicidade juntamente com o design gráfico, crias do imaginário são também e principalmente tecnologias do imaginário

---

<sup>19</sup> JAMESON, Friedric. Globalização e estratégia política. In: SADER, E. *Contracorrente: o melhor da New Left Review em 2000*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

com imenso potencial em criar novos dados para os imaginários existentes, possibilitando novas configurações sociais. O jornalismo transforma essa forma visionária e criativa em textos com fluidez de leitura. As áreas em conjunto como tecnologias do imaginário são o espelho de uma época e também operadoras na constituição das representações que orientam a maneira pela qual devemos nos inserir no meio cultural que nos fez nascer.

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO – Diário de Bordo

Abrimos com essa edição a caixa de Pandora. Abrimos uma porta para a arte. Uma das mais importantes riquezas da humanidade é a arte, em todas as suas formas e manifestações. Os principais guardiões desse acervo, cujo conteúdo permite uma leitura privilegiada da história, sob o prisma da sensibilidade e genialidade dos artistas, são os museus, que desempenham, assim, importante papel na difusão da cultura. Porém, para cumprir adequadamente sua missão, eles não devem ser estáticos e herméticos, precisam ter vida, interagindo de maneira intensa, não apenas com as pessoas que os visitam, mas também com a sociedade e o mundo além de suas portas.



E por acreditar que a arte, a manifestação cultural está além dos museus propomos também o sair às ruas, visitar os bairros, sacudir nos ônibus, ver o mundo passar rapidamente nos metrô, conhecer pessoas e ver a arte na cidade. Essa ideia se traduz no logo da revista, criado no programa Illustrator, onde Intramuros significa: dentro dos muros, no interior das cidades. Brincamos com as letras e formamos a palavra *art*, com uma fonte mais informal, traduzindo um certo movimento característico das cidades, os colchetes seriam os muros e as letras dando vazão a esse espaço, o pensar a cultura e a arte fora do cubo branco. A harmonia entre as cores e as formas traduzem o dinamismo, a criatividade e a paixão que queremos passar com essa publicação.



A princípio a revista chega às mãos de seus leitores no formato digital, publicada no website da revista, com divulgação do link na página do Facebook e também no meio acadêmico, disponibilizada e compartilhada “de mão em mão” no formato em PDF, assim conseguimos atingir um maior número de pessoas com um custo



praticamente inexistente. Acima da preocupação com valores monetários está a questão ambiental que uma impressão de revista pode afetar de acordo com a sua tiragem.

Com o fim da Revista Bravo publicação da Editora Abril veio a ideia ousada de recriar uma publicação sobre a cultura e a arte no cenário brasileiro, dizemos ousada, pois com o final da Revista Bravo só comprova as dificuldades de se manter uma revista desse gênero no Brasil. Iniciamos esse projeto experimental pela região que melhor conhecemos, a da cidade de São Paulo e seus arredores, porém a ideia seria desbravar o Brasil percorrendo diferentes regiões e conhecendo novas manifestações culturais, podendo assim contribuir com o conhecimento cultural e social de nosso público-alvo (os jovens entre 18 e 35 anos, de preferência universitários).

O que torna esse projeto experimental? Acreditamos que pisar em novos territórios em busca de caminhos e roteiros diferentes daqueles já estipulados pelos guias turísticos. Propomos uma viagem inicial só com os olhos abertos sem mudança de sítio e depois experimentada em especificidade corporal, vivenciando espaços e sensações.

A Revista [InTra]Muros foi pensada para servir de roteiro a jovens universitários, possibilitando o acesso de diversas classes sociais, popularizando a cultura e trazendo a arte para o dia a dia dessas pessoas que olham imagens todos os dias. A ideia surgiu ao percebermos que a maior parte dos graduandos possuíam pouco repertório quando se dizia respeito a conhecimentos ligados a arte e cultura, inclusive por diversas vezes valorizando mais a produção cultural de outros países.

Assim, a Revista [InTra]Muros procura produzir textos autorais de acordo com cada editoria, com uma linguagem mais próxima de nosso público-alvo. Textos estes, escritos após uma longa pesquisa de campo, onde vivenciarmos cada espaço, cada sensação, aguçando nossos sentidos, entre matizes e tessituras diversas que nos inebriavam e seduziam, fazendo com que nos apaixonássemos a cada novo passo dado, a cada nova linha escrita.

Em relação à matéria de capa, por exemplo, fomos à exposição três vezes para destreinar o nosso olhar já repleto de julgamentos e absorvemos o que realmente aquela mostra que visava rever as 30 bienais brasileiras tinha de verdadeiro a nos passar, em meio a elogios e críticas pudemos então escolher as melhores palavras, as melhores imagens e expressarmos o que nos inquietou nessa viagem.

Para acompanhar os textos a produção das imagens deveria seguir a mesma paixão, era preciso se despir de técnicas já estabelecidas e deixar a sensibilidade guiar o



click, quando não foi possível fotografar, alguns lugares possuem restrição de uso de imagem, incutimos na busca de imagens de divulgação e assim fomos construindo a identidade da revista entre imagens e texto.

A criação das artes publicitárias, o design da revista e a diagramação completam esse processo. O projeto gráfico da revista perpassa e se molda às editorias no que diz respeito as suas cores e se comunica com a matéria principal de cada uma. Cada elemento foi pensado e estudado para que se conectasse, atraísse a atenção e conversasse com o leitor, para que o mesmo se sentisse parte da publicação. Assim, a identidade visual da revista foi pensada para atender o seu fio condutor: dinamismo e criatividade, com formato e texto que se complementam e casam com o objetivo sócio cultural que a revista se propõe.

E que venha a segunda edição, prevista para meados do mês de maio, com a temática dos 50 anos após o Golpe Militar com novos caminhos, roteiros, descobertas e deliciosas surpresas. Aguarde!

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS – Olhando as fotos e desfazendo as mochilas**

No desfazer das mochilas nos deparamos com mais incertezas do que quando arrumamos a mochila e escolhemos o roteiro. Novas inquietações se fazem presentes. Mais questões a serem discutidas e revistas. Percebemos que ao dobrar de cada esquina um novo mundo se formava a nossa frente, os borrões nas janelas do metrô tornam-se mais definidos, a arte e a cultura correm em nossa veia e já vislumbramos outro mundo. Mundo das rápidas imagens, substituídas a cada segundo neste mundo plano. Mas já não temos pressa. A arte está diante de nossos olhos, nos museus, nas calçadas, nos prédios, nas sombras que se formam, nos muros, nos extramuros, na imagem refletida nos prédios espelhados ou ainda emolduradas pelas janelas dos transportes coletivos.

A arte que nos cativa, a cultura que nos hipnotiza, hoje já não vemos mais o mundo em preto e branco, após a viagem, tudo o que vemos e porque não, tudo o que sentimos se mistura em um caleidoscópio de cores e formas que a cada mostra vista, música ouvida, livro lido, muda de forma e torna o mundo mais belo, mais atraente de se viver.

Essa viagem, um incrível experimento de unir graduandos de diversos cursos, de diferentes olhares com o aporte de múltiplas disciplinas, resultou em muito aprendizado e em uma revista que foi compartilhada no meio acadêmico e fora dele, buscando novos olhares e convidando a todos a ingressarem nessa viagem.



Não comentamos cada matéria, preferimos que o leitor deste paper, desnude seu olhar e viaje conosco pelas páginas, caminhos que traçamos a cada passo e que estipule o seu caminho e se permita a andar conforme o seu ritmo.

Abra os olhos. Escute com atenção. Sinta o aroma, experimente o gosto doce do conhecimento. Sinta com a alma a arte e a cultura passando por sua epiderme.

Embarque novamente, quantas vezes quiser, nessa viagem que não pretende terminar em si.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 2008.
- BARBOSA, Pedro. *Metamorfoses do real: arte, imaginário e conhecimento estético*. Porto: Edições Afrontamento, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. *De um fragmento ao outro*. São Paulo: Zouk, 2003.
- BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas I: Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- BERGSON, Henri. *Matéria e Memória*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- CERTEAU, Michel de. *A Cultura no Plural*. Campinas, SP: Papyrus, 2001.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DUBOIS, Philippe. *O Ato Fotográfico*. Campinas, SP: Papyrus, 2009.
- HEARTNEY, Eleanor. *Pós-modernismo*. São Paulo: Cosac&Naify, 2002.
- JAMESON, Fredric. *Globalização e estratégia política*. In: SADER, E. *Contracorrente: o melhor da New Left Review em 2000*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- JOLY, Martine. *Introdução à Análise de Imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 2005.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *O Visível e o Invisível*. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- MCLUHAN, Marshal. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1996.
- TODOROV, Tzvetan. *Teorias do Símbolo*. Campinas, SP: Papyrus, 1996.