



## Mídias e práticas na rede social *facebook*: a greve da polícia militar do estado do Ceará<sup>1</sup>

João Eudes Portela de SOUSA<sup>2</sup>  
Deborah Susane Sampaio SOUSA<sup>3</sup>  
Lídia Paula TRENTIN<sup>4</sup>  
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

### RESUMO

O presente artigo versa a relação de como as práticas em redes sociais na internet influenciam na disseminação de informações/notícias. Neste artigo, estudaremos o episódio da greve da polícia militar no Ceará, que eclodiu como uma situação de sítio no Estado, devido ao grande movimento feito nas redes sociais. O objetivo é compreender a sociedade em rede e as novas tecnologias de informação e comunicação. Retoma-se, aqui, algumas reflexões fundamentais de Martín-Barbero, Cancline e Orozco sobre o processo de “recepção” da informação, mesmo entendendo que é um conceito muito polêmico nos dias atuais, procuramos pensar junto aos estudos culturais latino-americanos como o emissor e o receptor se portaram diante da notícia gerada no facebook, utilizando as novas modalidades de apropriação da informação.

**PALAVRAS-CHAVE:** redes sociais; redes de informação; emissão e recepção; *Internet*.

### INTRODUÇÃO

Com o surgimento das redes sociais na *internet* veio junto um fenômeno relativamente recente e que tem se expandido rapidamente, os movimentos sociais provocados em rede. Tentando formar um olhar mais amplo sobre o impacto destas redes sociais, muitos profissionais, das mais diversas áreas, têm se dedicado a estudar a

---

1 Trabalho apresentado no Intercom Jr. – Comunicação, Espaço e Cidadania do XV Congresso de Ciência da Comunicação da Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Graduação em Comunicação Social, Publicidade e Propaganda, pela Universidade de Fortaleza, Especialista em Gerência Executiva em Marketing pela Universidade Federal do Ceará. Professor Efetivo do Instituto Federal do Ceará. Mestrando do Curso de Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná-UTP, email: [joaoportela@ifce.edu.br](mailto:joaoportela@ifce.edu.br).

<sup>3</sup> Graduação em Comunicação Social, Jornalismo pela Universidade de Fortaleza. Graduada em Direito pela Universidade de Fortaleza. Especialista em Assessoria de Comunicação pela Universidade de Fortaleza. Mestranda do Curso de Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná-UTP, email: [dsusane@gmail.com](mailto:dsusane@gmail.com).

<sup>4</sup> Graduação em Comunicação Social, Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Educação Superior Norte – RS. Pós-Graduada em Mídias na Educação pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestranda do Curso de Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná-UTP, email: [ly\\_lidia@hotmail.com](mailto:ly_lidia@hotmail.com).



influência do meio de comunicação na vida do indivíduo, na qual as novas tecnologias digitais da informação introduziram elementos como o “tempo real” e o “espaço virtual” no processo de comunicação. Salas de bate papo, jogos, chats, etc, antes muito fortemente tidos como puro entretenimento, hoje são percebidos como recursos agregados e, como afirma Sodré (2001, p.16), são elementos que ajudaram a conceber “um novo tipo de formalização da vida social, que implica uma outra dimensão da realidade, portanto formas novas de perceber, pensar e contabilizar o real”.

O que nos preocupa é a produção, edição e circulação de conteúdos, algo que, muitas vezes, escapa ao controle de quem as cria, e devido a um formato não hierárquico e descentralizado - sem a interferência editorial ou administrativa de uma direção centralizada - pode ter finalidades diversas. O que era primordialmente informação, acaba executando o papel inverso, “desinformando”. Entendemos como processos de desinformação a relação entre a veracidade dos fatos e a manipulação midiática que poderia desencadear uma realidade de simulacro. Eis aí, a grande problemática, as “falsas notícias” do caos que aconteceu na cidade de Fortaleza, devido à greve da polícia militar. O episódio pode ser analisado como Efeito Forte da Teoria da Recepção, já que esta surgiu no meio de comunicação e posteriormente foi repassada para a sociedade, diferente de um efeito fraco que é criado pela sociedade. Como explica Escosteguy e Jacks (2005, p. 25):

Esse movimento pendular que, em certos períodos, trata a comunicação massiva sob a suspeita de ter grande influência sobre a sociedade e a cultura, e que, em outros, tal poder se vê relativizado, é conhecido respectivamente pelas denominações genéricas de “Teoria dos Efeitos Fortes” e “Teoria dos Efeitos Fracos” (JENSEN e ROSENGREN, 1990:2009), as quais acompanham uma mudança na noção de efeitos, de uma visão – efeitos diretos e específicos – a uma visão mais ampla – efeitos indiretos e difusos.

Vale destacar, porém, que por analisar o discurso de apenas um movimento social, dentre muitos que vem acontecendo nas redes sociais da *internet*, esse artigo não tem a pretensão de diagnosticar o perfil de quem fez parte desse movimento, mas sim de esboçar algumas características comportamentais que parecem comuns a muitos destes grupos.

## **A GREVE DA POLÍCIA MILITAR**

A “recepção” da notícia relacionada à greve da polícia militar no estado do Ceará, no final do ano de 2011 e início de 2012, por meio da rede social *facebook*, ou



seja, o agendamento midiático da informação gerou não só na capital Fortaleza, como em quase todo o estado do Ceará, uma situação de caos pelas notícias veiculadas em rede. Os agentes envolvidos no processo comunicacional, os conteúdos veiculados, as manipulações, seduções, consentimentos envolvidos neste processo, através da análise das práticas discursivas, tiveram um fator determinante para uma paralisação generalizada, onde bancos, repartições públicas, universidades, lojas, etc., tiveram que fechar as portas devido ao medo que se causou pelas notícias propagadas em rede.

A relação de sociabilidade existente entre os participantes ativos da veiculação de notícias sobre o episódio disponibilizando, em torno do que era ou não veracidade, é o foco do estudo. O processo de emissão/recepção da notícia pelo movimento social grevista trazido à tona pela rede social *facebook* se disseminou através das mídias sociais, tendo como hipótese a ideia de que tal quadro possivelmente criara um cenário assustador, ocasionado pela emissão das informações.

Portando, entendemos que cada sujeito social ao ler, ver e ouvir as notícias no *facebook* na época da greve da polícia no estado do Ceará, possa ter construído um imaginário social comum quanto à greve e produzido uma concepção quanto ao assunto, produção esta feita a partir do que não conhecia e também com ideias do que poderia ocorrer na realidade. Pomos em pauta se houve preponderância de uma forma sedutora como o meio dissemina as notícias fazendo com que os receptores tivessem uma leitura semelhante, não alternando sua forma de assimilação do conteúdo, apaziguando seu papel ativo na recepção.

## **PRÁTICAS EM REDE**

Diante da conjuntura atual em que a sociedade contemporânea é bombardeada por *flashs* de informações, nota-se que a força da comunicação vem se traduzindo como um processo fascinante nas relações virtuais. Muito se aproveita do anonimato proporcionado pela manifestação em rede, escondendo suas mãos e seu olhar, mas ao mesmo tempo comunicando incessantemente. Para Bordenave (1992), um melhor conhecimento da comunicação pode contribuir para que muitas pessoas adotem uma posição mais crítica e exigente em relação ao que deveria ser a comunicação na sua sociedade. Tendo em vista contribuir para o aumento do nível de conhecimento e sua aplicabilidade na vida social, os estudos de mídia têm se tornado campo de pesquisa recorrente em um amplo espectro de temas.



Os estudos da mídia, apontada como um novo *bios* (forma de vida), uma espécie de “sintaxe universal que fetichiza a realidade e reduz a complexidade das antigas diferenças ao unum do mercado” (SODRÉ, 2001, p.11). Podendo-se perceber que as mídias digitais têm se tornado mídias de relacionamento, frustrando as expectativas daqueles que defendiam que com o passar do tempo o uso delas ia provocar o isolamento das pessoas. Isso se deve ao emprego da *internet* e seu caráter digital que proporciona modelos efetivamente interativos de comunicação. Nesse sentido, devemos observar como as novas mídias estão se constituindo e exigindo uma visão sistêmica do processo da comunicação.

Com um modelo capaz de integrar virtualmente, a partir da instauração de um fluxo permanente de comunicação midiática e do desdobramento de múltiplas conexões entre usuários, instituições e sistemas (entre vários suportes de interfaces dinâmicas), há formas de relacionamento surgindo e sendo estabelecidas no âmbito de uma nova cultura midiática, o que transforma o *facebook* em uma das maiores mídias mundiais em matéria de audiência.

Não há dúvidas que cada vez mais a *internet* e as redes sociais fazem parte do cotidiano de pessoas de todas as idades. Segundo Goulart (2011) uma pesquisa realizada pelo Ibope apontou que 87% dos usuários de *internet* do Brasil utilizam uma rede social. Destes, 83% utilizam esses serviços para finalidades pessoais. As redes sociais abrigam milhões de usuários no qual grande parte se concentra no *facebook*. Em pouco mais de quatro anos, no Brasil, essa ferramenta virou um fenômeno em adesões de usuários, quase aniquilando o Orkut, o precursor das redes sociais no país. O *facebook* tem proporcionado uma espécie de convergência das mídias tradicionais, como rádio, jornal, revista e televisão, contribuindo com a interface de diversos suportes midiáticos tais como celulares, *palmtops* e *notebooks*, pelos quais os usuários acompanham os feitos simultaneamente ao ocorrido.

No território brasileiro, as redes sociais como o *facebook* e o *twitter*, no quesito audiência, vêm disputando com a televisão e com o rádio, que continuam a ser mídias de grande apelo popular, presentes em praticamente todos os lares do país. Entretanto, o grande diferencial das mídias sociais é que elas permitem, cada vez mais, diálogos constantes, participações e ações interativas entre os usuários, enquanto as “mídias tradicionais” parecem ainda ter um forte apelo a um modelo essencialmente linear de comunicação. Estas despejam informações diariamente junto ao público, tendo-os apenas como receptor, muito embora haja estudos que retratam o receptor na sua



condição de não receptáculo, acreditando na condição ativa do receptor, mesmo nesse contexto de mídia tradicional.

Para Martino (2007), a tecnologia está no centro das transformações sociais em escala mais ampla, nas quais o cotidiano é afetado em termos espaciais e temporais. Por isso, a necessidade de investigar fenômenos midiáticos para melhor compreender a influência dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Segundo a visão da teoria da recepção, com base na escola dos estudos culturais latinos, o sujeito recebe a mensagem de acordo com o meio que está inserido. No caso em estudo, que problematiza como a maioria dos “receptores” receberam a mensagem da greve da polícia militar - se de maneira homogênea, como a verdade única e irrefutável - as matérias em jornais relataram que a cidade de Fortaleza ficou praticamente desativada devido ao sentimento da população sobre as mensagens propagadas em rede.

Muitos dos usuários que ativamente manifestaram seus pareceres sobre acontecimentos fantasiados de episódios de vandalismo e violência na cidade, decorrentes da ausência de policiais nas ruas, não tinham nenhuma ligação ativa com os militantes do movimento paredista. Entretanto, foram influenciados pelo sentimento de medo gerado pelos grevistas, também por meio das redes sócias, sobre a falta de segurança nas cidades cearenses, gerando uma espécie de efeito “bola de neve” nas manifestações em rede, agravando o terror na produção e no compartilhamento de informações *on line*, a respeito dos fatos.

O *facebook*, assim como as demais redes sociais virtuais, é um instrumento a serviço do discurso, se apresentando como um difusor das mais diversas ideologias. André Lemos (2009) comenta, em seu artigo “A nova esfera conversacional”, que mídias de massa são mídias de informação. As novas mídias de função pós-massiva são mídias de comunicação, de diálogo, de conversação e, para Escosteguy e Jacks (2005), os receptores são indivíduos ativos, com base na teoria da recepção quando dizem que “a análise da Recepção entende que os receptores como indivíduos, os quais podem fazer muitas coisas como meios de comunicação – do simples consumo como a um social mais relevante”.

Partimos da premissa que os meios de comunicação exercem um poder que incide sobre o comportamento de diversos agentes sociais. A influência dos meios de comunicação de massa exerce pressão considerável na qualidade da informação, muitas vezes adequada aos anseios da sociedade e ao seu imaginário social, compreendidos como realidade catalisadora, produtora e reprodutora dos simbolismos políticos e



sociais. Deve-se, no entanto, entender essa participação promovida nas redes sociais buscando uma construção da notícia partindo da premissa de que os meios de comunicação atuam como administradores culturais.

A comunicação é percebida, em todo caso, como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários a partir dos quais as pessoas representam aquilo que temem ou que têm direito de esperar, seus medos e suas esperanças. “Os meios de comunicação começaram assim a fazer parte decisiva dos novos modos como nos percebemos”. (Martín-Barbero, 2003 pág 63).

Côncio de que, dentre as teorias da comunicação existem duas abordagens que têm ganhado destaque, a teoria crítica e a teoria da recepção. Para cada teoria é dada uma abordagem diferente, em linhas gerais, podemos afirmar que enquanto a primeira vê o receptor como um alienado passivo às mensagens do meio, a outra corrente faz uma abordagem mais inclusiva, não analisando somente o receptor, mas inclui o contexto e o conhecimento prévio. Deve-se estabelecer, deste modo, uma relação que se possa identificar como trifásica entre cultura, política e comunicação, posto que a cultura é aqui entendida não apenas como um sistema de ideias, signos, associações, modos de comportamento e comunicação, mas também como um espaço de atos e manifestações políticas. Assim, as mídias sociais passam a ser entendidas como um meio de comunicação também dotado de meio de atuação política nos discursos manifestados por elas.

Nasce então uma dúvida muito importante a ser questionada: esse tipo de mídia, redes sociais na *internet* – que nesse contexto se apresenta como um meio democrático e neutro - deve ser considerado apenas como diversidade de expressão? Ou até que ponto este meio de comunicação corresponde ao processo de hegemonia ideológica das classes dominantes, como apregoavam os estudiosos da indústria cultural? Será que uma das conseqüências do crédito dado por diversos usuários às notícias fantasiosas veiculadas nas redes sociais sobre a violência durante a greve - que atestadamente foram surreais e não ocorreram efetivamente - não seria uma eliminação dos limites entre o mundo real e o virtual, ou seja, uma confusão entre o que de fato era verdade e o que se construiu no imaginário das pessoas?

De acordo com Néstor Garcia Canclini (2003), os primeiros investigadores dos estudos de recepção ignoraram os aspectos socioculturais e as características do receptor, apontando os meios de comunicação como protagonistas centrais do processo comunicacional, tendo preocupado-se apenas em saber como eles atuavam



para manipular suas audiências. Neste sentido é pertinente lembrar Martín-Barbero (2003), que julgava inaceitáveis as análises dos meios de comunicação que não verificassem as contradições, as formas de transformação e de dominação, os conflitos, se opondo as ideias difundidas pela Escola de Frankfurt e pelos teóricos marxistas ortodoxos.

Esse meio de comunicação virtual, mediado pelo computador que hoje podemos considerar de massa - aparentemente independente e com suposto principal objetivo de “informar a população” - muitas vezes são subordinados a interesses políticos e socioeconômicos. Estas interações manipulam, alienam e influenciam a população, portanto transmitindo uma variedade de informações influenciadoras, tanto sobre os valores sociais, quanto sobre fatos reais.

Nesta perspectiva, a manipulação vem se manifestando nas redes sociais pela forma como a informação é construída. Neste processo, essa manipulação: pela não argumentação, pela imposição de um ponto de vista, através de textos, fotos, vídeos com base numa ideia central com a intenção que quem é manipulado não perceba esta estratégia, construindo assim um plano de manipulação invisível, caracterizado sem a devida consciência da utilização da notícia, onde o que se busca é atingir o objetivo pretendido, a propagação do movimento noticiário.

De acordo com Recuero (2012), é interessante observar que a *internet*, por meio dessa comunicação mediada por computador, favorece uma infinidade de aptidões naturais, visto que hoje já não somos limitados a apenas ver o que os olhos naturalmente veem, mas podemos interagir o que enxergamos, construindo nosso próprio raciocínio não-linear em cima da informação e, assim, permitir a interação da forma que optarmos. Portanto, não somos mais apenas meros receptores das informações lançadas pelos veículos de comunicação de massa, mas somos participantes ativos na construção delas.

Os estudos culturais latino-americanos têm grande importância no debate sobre a recepção midiática, sendo Martín-Barbero a grande referência para a área. Ele pretende recuperar o “popular” no debate comunicacional, ressaltando a importância do folhetim e do melodrama na construção das identidades na América Latina; a partir de uma perspectiva crítica, e utilizando o conceito gramsciano de hegemonia, Martín-Barbero trabalha a comunicação a partir da cultura e lança mão de um conceito fundamental para os estudos de recepção: o conceito de mediação.

Daí, a afirmação de Martín-Barbero in Moraes, (2003, p.68): “As culturas vivem enquanto se comunicam umas com as outras e esse comunicar-se comporta um





denso intercâmbio de símbolos e sentidos”. Neste contexto é que se destaca a *internet* como uma das principais forças reguladoras da sociabilidade contemporânea.

Diante desse raciocínio, o que se pode perceber é que os atores desses novos movimentos estão se organizando cada vez mais, sendo impulsionados pelas novas possibilidades de comunicação. Com o acesso livre e democrático, o caminho vem ficando mais curto e as opiniões, que antes eram restritas a uma parcela muito reduzida da população, hoje atingem mais adeptos, possibilitando vez e voz neste mundo virtual. Podemos ver as redes sociais como uma válvula de escape que cessa um pouco da carência de liberdade de expressão, de atenção, dando o espaço para falar o que pensa, e, além disso, produzir uma espécie de eco, que é o retorno daquilo que o outro pensou, percebeu ou sentiu quando recebeu sua comunicação, seja por escrita, foto ou vídeo.

E, assim, deve se admitir que a tradicional assimetria entre produção e recepção vai perdurar por um tempo significativo, em partes ainda majoritárias da comunicação de massa e que esta não irá se transformar inteiramente do dia para a noite. Mesmo assim, ao se fazer um voo sobre a recente produção acadêmica nessa área, constata-se que há uma nascente, mas intensiva, atividade de estudo desses fenômenos, na qual os parâmetros clássicos da teoria da comunicação estão sendo expostos e revistos.

As mídias sociais têm se tornado o mais completo meio de comunicação já concebido pela tecnologia humana, temos assistido uma reconfiguração das culturas ao nascimento de uma nova estrutura da sociabilidade contemporânea.

Segundo Castells (2000), a *internet* é a estrutura organizativa e o instrumento de comunicação que permite a flexibilidade e a temporalidade da mobilização [social], mantendo, porém, ao mesmo tempo, um caráter de coordenação e uma capacidade de enfoque dessa mobilização. Laços de cooperação são produzidos no ciberespaço entre os indivíduos, isso o torna um ambiente participativo e construtivo. Através dessas relações desenvolvidas, constituem o resultado do impacto das novas tecnologias de comunicação na estrutura social. A comunicação da *internet*, nas redes sociais possibilita a circulação instantânea de informações e elimina a separação tradicional entre emissor e receptor, pressuposto fundamental de todas as principais práticas comunicativas desenvolvidas na história.

Sendo assim, a imagem da sociedade e dos comportamentos através de informações apresentadas pelas mídias sociais em detrimento da imagem espontânea e natural resulta em uma ilusão de maneira direta ou indireta e deixa de formar conceitos precisos a partir das próprias experiências vividas e presenciadas. Assim, recebem a





mensagem e as propagam baseados numa vasta quantidade de informação adquirida, resultando em um simulacro de vida.

De acordo com Martín-Barbero (2003, p.63): “A comunicação é percebida, em todo caso, como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários”. E nessa mesma linha de raciocínio, Hall (2001) complementa que: Quanto mais a vida social das pessoas torna-se mediada pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, por exemplo, mais as relações sociais se tornam desvinculadas do aspecto geográfico e social, e isso possibilita os indivíduos optarem por uma forma diferente de interação e sociabilidade, sendo possível escolher a que grupo quer se pertencer. Neste tipo de comunicação não direcionada, a ideia é atingir receptores isolados uns dos outros, podendo ser anônimos, ativos ou passivos.

Segundo Hall (2003), o poder não está totalmente ao lado do receptor, pois depende daquilo que se lê não podendo o decodificador desligar-se dos processos de produção, da economia de produção e do modo como os programas se organizam. “Boa parte da recepção está de alguma forma, não programada, mas condicionada, organizada, tocada, orientada pela produção, tanto em termos econômicos como em termos estéticos, narrativos, semióticos”. (Martín-Barbero, 1997: 56).

Por fim, convém observar o que argumentou Aguiar (2006), ao dizer que as redes sociais, muito mais do que estruturas de relações, são modos de interação que objetivam realizar mudanças concretas na vida dos seus participantes, que podem ser indivíduos, grupos ou até as organizações articulados em torno de interesses, necessidades ou objetivos comuns.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Assim, resta perceptível que, para compreender o processo de mobilização da mídia em torno desse fato social, é preciso percorrer o caminho da informação, analisando quem são esses autores das propagações sociais massivas e que lugares tomam no assento das veiculações *on-line* instantâneas, com vistas à compreensão das possibilidades em rede e de suas implicações nas redações dos jornais. Isso, partindo do pressuposto de que o mundo contemporâneo é o espaço das ideias, da liberdade de expressão levada ao extremo, não estando mais engessados aos moldes tradicionais dos fluxos de informação, propostos pelos *mass media*. Nestes, era a minoria quem determinava o direcionamento e o modo daquilo que se pretendia propagar para a



massa. Ao contrário sendo, a coletividade, hoje, passa a ter caráter relevante – ainda quando apenas especula sobre algo –no que diz respeito às veiculações da imprensa: é a voz do povo em alta nas redes sociais.

Diante desses questionamentos, é interessante observar como os movimentos realizados por meio da *web*– pelos anteriormente meros espectadores e leitores dos noticiosos tradicionais – potencializam-se a ponto de tornar esse público o próprio “pauteiro” das informações compartilhadas em rede. Assim, as fontes de informação se deslocam dos organismos convencionais e passam a estar na massa, no seio da população, podendo ser qualquer um o catalisador desses fenômenos, a partir de suas postagens em rede.

Isso significaria que, hoje, um espaço anteriormente preenchido por informadores de prestígio, é conquistado pelos “comunicólogos” anônimos, providos das redes sociais. A *internet* se configuraria como uma plataforma ideal para que grandes movimentos venham à tona e virem notícia, fortaleça movimentos. Numa apropriação das interações sociais pelos veículos de comunicação de massa, transforma o público em protagonistas na produção das notícias, como colaboradores do processo de construção das notícias, sendo as quais fantasiosas ou não.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, S. **Redes sociais e tecnologias digitais de informação e comunicação no Brasil** (1996-2006). Relatório final de pesquisa. NUPEF Rits - Núcleo de Pesquisas, Estudos e Formação da Rede de Informações para o Terceiro Setor, 2006.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. São Paulo, SP: Brasiliense, 1982.
- CANCLINI, Nestor García. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. & JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- GOULART, N. **Por que professores e escolas não caem nas redes sociais?** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/educacao/por-que-professores-e-escolas-nao-caem-nas-redes-sociais/imprimir>>. Acesso em: 22 mar. 2011.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.



LEMOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MARTÍN, BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad. de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2006.

MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MERRIAM, Sharan B. **Qualitative research and case study applications in education**. San Francisco: JosseyBass, 1998.

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

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 7 ed. Rio de Janeiro. DP&A, 2002.

HALL, Stuart; SOVI K, Liv (org.). **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte : Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia e no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1999.

SODRÉ, Muniz, PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesco**, Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho. Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2001.

RECUERO, Raquel da C. **A internet e a nova revolução na comunicação mundial**. Disponível em <<http://pontomidia.com.br/raquel/revolucao.htm>>. Acesso em 16/12/2011.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. 10. ed. São Paulo: Vozes, 2008.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.