

O papel das mídias na construção de identidades contemporâneas e na regulação cultural¹

Lucas Brum CORRÊA²

Flavi Ferreira LISBOA FILHO³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Este artigo pretende realizar uma análise crítica sobre o papel das mídias e dos meios de comunicação na construção de identidades e na forma como a cultura é regulada nas sociedades contemporâneas. Serão abordados principalmente os conceitos de identidade e cultura, assim como diversas perspectivas que debatem a função social da comunicação social e as consequências das discussões propostas. A estruturação de monopólios midiáticos e propagação de discursos hegemônicos podem moldar a forma como ocorrem as práticas sociais e culturais de um grupo, mas é através de uma utilização democrática e igualitária das mídias que se torna possível construir sociedades mais plurais e justas.

PALAVRAS-CHAVE: cultura; identidade; mídias; regulação; estudos culturais.

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho tem o objetivo de analisar a forma como os meios de comunicação estão relacionados à construção de identidades nas sociedades contemporâneas e à possibilidade da composição de um cenário de regulação cultural. Abordaremos frequentemente os conceitos de cultura e identidade, que servirão como fundamentos para a discussão que propomos a seguir.

A preocupação com o não cumprimento de uma das premissas mais básicas da Comunicação Social - de comunicar integralmente e facilitar a vida das pessoas - é uma importante fonte de motivação para este trabalho. A mídia e os profissionais da comunicação, assim como os governantes, frequentemente estão posicionados em cargos

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, email: lucasprettorp@gmail.com

³ Orientador do trabalho, Doutor em Ciências da Comunicação, professor e do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). email: flavilisboa@gmail.com

que tornam possível fazer a diferença em prol de um mundo mais justo através do âmbito cultural, porém também tornam viável a utilização dessas estratégias e conhecimentos com o intuito de preservar benefícios particulares e monetários.

Este artigo possui intuito e um viés crítico, que busca, através de uma concepção abrangente e democrática do termo “cultura”, verificar o papel que as mídias desempenham na estruturação das representações identitárias e nos hábitos culturais das sociedades contemporâneas e de que forma o fazem. O embasamento para a realização deste trabalho traz à baila obras de autores como Martino (2009), Gramsci (1999), Williams (1979), Woodward (2014), Canclini (2010) e Giddens (2002), um referencial teórico que permite perspectivas diversas e plurais sobre a temática.

O tema da regulação da cultura será trabalhado a partir do conceito de Hall (1997) e da perspectiva dos Estudos Culturais, uma corrente intelectual preocupada com que os processos culturais ocorram de maneira democrática e justa em todas as esferas da sociedade, considerando-se todos os contextos sociais, inclusive de classe, que a compõem.

REGULAÇÃO DA CULTURA

Stuart Hall (1997) observa que a importância de sabermos como a cultura é modelada, controlada e regulada é que a cultura, por sua vez, *nos* governa — “regula” nossas condutas, ações sociais e práticas e, assim, a maneira como agimos no âmbito das instituições e na sociedade mais ampla.

Segundo Hall (1997), toda ação social é “cultural”, e as práticas sociais expressam um significado. Quando aceitamos que toda ação social é uma ação cultural, concordamos também que a cultura está presente em qualquer atividade que realizamos, desde os mais simples atos até os mais complexos.

Sendo assim, em todos os momentos, produz-se cultura e sofre-se a influência da mesma. Como a cultura nos acompanha permanentemente, é essencial refletir a respeito da maneira como esses processos ocorrem, de que forma a cultura é disseminada para as populações e quais consequências esses sistemas provocam em nossas vidas. Hall (1997, p.18) afirma que:

Se a cultura, de fato, regula nossas práticas sociais a cada passo, então, aqueles que precisam ou desejam influenciar o que ocorre no mundo ou o modo como as coisas são feitas necessitarão — a grosso modo — de

alguma forma ter a “cultura” em suas mãos, para moldá-la e regulá-la de algum modo ou em certo grau.

É neste momento que a discussão atinge o elemento da regulação da cultura. Segundo Hall (1997) é plausível afirmar que a cultura pode ser moldada e regulada por diferentes fatores e interesses. Constatando-se que os hábitos culturais de uma sociedade estão sujeitos à influência de uma série de desejos de indivíduos situados em posições de poder, e não havendo qualquer garantia de que essas intenções estejam isentas de ganância e egoísmo, é recomendável que reflitamos sobre alguns pontos, por exemplo: é possível garantir que o acesso aos bens culturais se dê de maneira democrática e igualitária, sem que uma cultura hegemônica e pré-determinada seja imposta, oprimindo e manipulando minorias e ideologias alternativas em todas as esferas e práticas sociais?

Neste sentido, a próxima subseção discorre a respeito da função social desempenhada pelas mídias neste cenário contemporâneo.

A FUNÇÃO SOCIAL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A relevância da imprensa e dos meios de comunicação na construção cultural de uma sociedade é inegável. As informações precisam circular para que sejam legítimas e o acesso a essas informações é amplamente intensificado em função das ferramentas de propagação de acontecimentos. O processo de circulação de informação e a liberdade de expressão são fundamentais para a garantia de uma sociedade democrática e culturalmente diversificada, idealmente, se estas notícias possam ser verídicas e isentas de manipulação. Segundo Martino (2009), a invenção da imprensa significou o fim do monopólio do conhecimento pelas instâncias religiosas e universitárias, modificando também as relações de poder na medida em que uma decisão política, publicada em uma folha, ganhava a paisagem das ruas.

A utilização da palavra “mídias” no plural nesta análise desenvolvida pretende superar o significado da palavra mídia apenas como “imprensa”, abrangendo os meios de comunicação como um todo, e qualquer mídia onde alguma mensagem possa ser transmitida a algum público. Segundo Martino, Luhmann (2009, p.84) afirmou: “Aquilo que sabemos sobre a nossa realidade, ou sobre o mundo no qual vivemos, o sabemos pelos meios de comunicação”. Cabe aqui, da mesma forma, um entendimento amplo do termo

“meio”, que inclui inclusive a interação humana, além de todos os objetos de estudo da Comunicação Social, como, por exemplo, a relação entre as mídias e a esfera pública.

Para Martino (2009, p.58) “esfera pública é o conjunto dos espaços de discussão social onde, a partir do livre debate, procura-se o consenso.” Como um espaço de discussão social, a esfera pública permite construções de consensos e opiniões públicas muito particulares, inclusive como um instrumento de pressão política. A seleção de quais informações atingirão ou não a esfera pública permite a regulação e a manipulação do público receptor. Neste contexto, os meios de comunicação de massa trabalham signos recebidos e os devolvem à trama social, agindo simultaneamente como sujeito e objeto do processo de criação da realidade, e estabelecem uma relação entre o público e o publicado.

Hall (1997, p.17) faz questionamentos sobre o “governo da cultura” e a função social dos meios de comunicação, que incluiu os debates sobre a regulamentação da mídia e liberdade de expressão:

Por que ele é de vital importância? Por que deveríamos nos preocupar com a forma como são regulados os meios de comunicação (rádio e TV) e suas instituições, com o que podemos ou não ver em nossas telas ou comprar nas prateleiras das livrarias; com a possibilidade ou não das culturas nacionais se protegerem contra a onda das redes globais de comunicação; e com a forma como a diversidade cultural deve ser negociada ou com os debates e as apreensões relacionadas à moralidade e aos padrões de conduta sexual?

A função social da mídia é a de informar os cidadãos e os meios de comunicação devem assegurar a vida social das ideias. No meio cultural, o papel das mídias é o de permitir que toda ação social seja legítima, assim consentindo e colaborando com a legitimidade de todas as culturas. A função de produtora cultural das mídias deve ser uma consequência dos processos sociais, da utilização das ferramentas disponíveis e da circulação de conhecimento de um povo, e não uma imposição de uma ou a única opção possível.

O CONCEITO DE IDENTIDADE SOB A PERSPECTIVA DA LINGUAGEM: COMPOSIÇÃO CULTURAL E A VINCULAÇÃO AOS MEIOS

O conceito de identidade e seu atrelamento à esfera cultural dá suporte importante para esta discussão. Para Woodward (2014) as identidades adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas. É a perspectiva que avista a identidade relacionada à linguagem que conecta a sua conceituação ao campo midiático e permite que pensemos nos meios como componentes relevantes na construção da maneira de agir de uma sociedade através de representações identitárias. Woodward (2014) ainda acrescenta que a identidade tem ganhado destaque como um ponto central nas discussões contemporâneas, no âmbito das reconstruções globais das identidades nacionais e étnicas e nos “novos movimentos sociais” emergentes, os quais se preocupam com a reafirmação das identidades particulares e culturais.

A manifestação de identidades nas sociedades contemporâneas está, indubitavelmente, cada vez mais entrelaçada com os sentidos proporcionados pela linguagem. Giddens (2002, p. 28) comenta que, potencialmente, toda experiência humana é mediada pela socialização e principalmente pelo uso da linguagem: “Para a vida humana, a linguagem é o meio original e principal de distanciamento no tempo e no espaço, elevando a atividade humana além da imediatez da experiência dos animais.” Giddens (2002) ainda considera que a modernidade seja inerente à sua “própria mídia”, de forma que o desenvolvimento e a ampliação das instituições estariam diretamente ligados ao crescimento da mediação da experiência que as novas formas de se comunicar proporcionaram. A relação entre as mídias e a noção de realidade das sociedades apontam para uma interdependência inevitável entre as identidades contemporâneas e a forma e com que as mensagens circulam nos ambientes sociais pelos canais comunicacionais e o conteúdo das mesmas.

Segundo Woodward (2014, p.17):

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos.

Dessa forma, para examinar as identidades produzidas por esses sistemas, passa a ser essencial compreender a representação como um processo cultural, processo que norteia diversos aspectos dos modos de vida das pessoas. Este é o ponto principal de interconexão entre identidade, mídias e regulação cultural, uma vez concentrado nos meios de comunicação a maior parte do “poder de fala” e de circulação de mensagens e bens

simbólicos nas sociedades modernas. Se os sujeitos se posicionam a partir dos significados produzidos e dos sistemas simbólicos que reconhecem como verdadeiros, a composição da cultura e das identidades de um povo pode estar sujeita à influência e o modo como são propagados e representados os discursos reproduzidos pelas mídias.

Woodward (2014) ressalta o fato de que a construção das identidades é tanto simbólica quanto social e que elas são marcadas a partir da diferença, desse modo definem-se os limites do início de uma identidade e o término das outras. Apesar de não podermos ignorar a faceta necessária e benéfica da distinção entre identidades, o que permite que as pessoas não sejam todas iguais e tenham suas próprias particularidades e individualidades, aí está um motivo de grande intolerância e conflito entre identidades que se opõem. Analisando a perspectiva de que a identidade seja marcada a partir da diferença, é interessante observar o quão perigosa pode ser essa premissa, de modo a incitar conflitos que reforcem ainda mais a afirmação de determinada identidade a partir do momento em que ela é teoricamente oposta a outra identidade. Poderia ser salutar que os meios midiáticos desempenhassem papel conciliador e de aproximação para que essas identidades pudessem dialogar com tranquilidade e coexistir em suas diversidades, em vez de almejarem serem superiores umas às outras. Também é válido questionar a imposição cultural dessas oposições entre identidades e a forma como isso, de certo modo, regula a construção de valores morais e familiares, atingindo o meio político e a mídia por exemplo.

Outro ponto levantado por Woodward (2014, p.26) é o componente histórico da edificação identitária: “A afirmação política das identidades exige alguma forma de autenticação. Muito frequentemente, essa autenticação é feita por meio da reivindicação da história do grupo cultural em questão.” A partir daí, pode-se refletir sobre o modo como as mídias, por meio de filmes ou outros produtos culturais e de entretenimento, por exemplo, retratam os passados de diversos grupos sociais, étnicos, identidades nacionais e como isso abre possibilidades para a afirmação de estereótipos que dificilmente darão conta de abranger as diversidades que compõem um povo.

Woodward (2014) argumenta que existe na modernidade, uma “crise de identidade” que permeia os âmbitos globais, locais, pessoais e políticos. Fatores como a globalização exacerbada da sociedade contemporânea, incentivo exagerado ao consumismo e valorização dos bens tecnológicos e das relações geradas a partir deles podem ser apontados como responsáveis por uma “crise de identidade” moderna, fatores estes intimamente ligados aos usos dos meios e das reflexões sobre a mídia. Este cenário teria a ver como o fato de que as

sociedades modernas não possuem núcleos determinados que produzam identidades fixas, havendo um deslocamento de centros, o que pode, entretanto, ter implicações positivas, uma vez que novos sujeitos, de diferentes lugares e origens podem ter mais liberdade e capacidade para emergir.

Ao fazermos uma ponderação sobre os espaços mais emergentes relacionados às mídias sociais na contemporaneidade, como as populares redes sociais, por exemplo, é apropriado analisar que esses ambientes de troca de informação e relacionamento comunicacional vão muito além de simples interações virtuais esvaziadas de sentido. São esses meios que permitem que diversos indivíduos “ganhem voz” na nossa sociedade. Voz “passiva” quando reproduzem os discursos que recebem de outras mídias, mas também vozes repletas de atividade, nos momentos em que interpretam e produzem novos discursos a partir dos anteriores, dando mais legitimidade as mensagens que circulam por esses canais.

No Brasil, por exemplo, uma das pautas que mais recebe atenção no campo dos meios de comunicação atualmente é o debate político, principalmente na imprensa e nas redes sociais, o que tem gerado discussões carregadas de componentes que representam e reforçam algumas identidades específicas. Canclini (2010, p.208) aborda o tema da mediação eletrônica pelas indústrias comunicacionais no âmbito da política:

O caráter “abstrato” que as lutas políticas adquiriram, decorrentes da incapacidade das cúpulas burocráticas em assumir a densidade sociocultural do cotidiano, vai se agravando à medida que as indústrias comunicacionais substituem as interações diretas pela mediatização eletrônica.

É necessário que se questionem quais são as representações identitárias contempladas por esses discursos, e de que forma são trazidas à tona. É possível observar, ainda no caso brasileiro, que os grupos culturais dominantes, aqueles que ocupam as principais posições de poder nas esferas governamentais e midiáticas, recebem notória preferência e tem seus costumes e hábitos promulgados com mais naturalidade e normalidade do que as culturas populares e minoritárias. Existe de fato o interesse de que essas identidades sejam trabalhadas de forma igualitária? Ainda, esses grupos possuem igual poder de negociação perante as diferenças a elas impostas?

MONOPÓLIO MIDIÁTICO E CULTURAL

Quando possuímos apenas uma única fonte de informação sobre o que acontece ao nosso redor, estamos sempre sujeitos à visão de mundo daquela fonte que nos fornece as notícias e produz o que se recebe como conhecimento. Não se pretende dizer que a recepção das informações é passiva e tudo que é dito por determinada mídia é aceito sem nenhuma contestação pelo público, mas o potencial de persuasão e de manipulação da imprensa não pode ser minimizado, assim como sua perspectiva editorial. Além de não podermos ignorar a tensão entre a defesa do interesse público, que deveria ser tarefa da mídia, e o que de fato a mídia acha que é interesse do público. Em que pese, no caso brasileiro o fato da televisão, por exemplo, ser comercial, embora uma concessão pública.

Stuart Hall (1997, p.3), ao analisar a relação da grande mídia britânica, com o que se concebia como produção cultural no seu país no final dos anos noventa chegou a uma conclusão:

É, de fato, difícil negar que o crescimento das gigantes transnacionais das comunicações, tais como a CNN, a Time Warner e a News International tende a favorecer a transmissão para o mundo de um conjunto de produtos culturais estandarizados, utilizando tecnologias ocidentais padronizadas, apagando as particularidades e diferenças locais e produzindo, em seu lugar, uma ‘cultura mundial’ homogeneizada, ocidentalizada.

A influência do monopólio midiático na produção cultural pode ser gigantesca e perigosa, e era para a consolidação dessa situação na cultura britânica que Hall (ano) alertava o seu leitor. O monopólio midiático se dá quando um mesmo tipo de mídia domina a maioria esmagadora do espaço de circulação de informação ou de um meio de comunicação numa sociedade. O monopólio ocorre mesmo quando diferentes organizações, de diferentes proprietários, mas com a mesma conduta ideológica de reforçar o padrão hegemônico, controlam a maior parte da distribuição de conhecimento e entretenimento de uma população. Receber a mesma mensagem por canais diferentes não altera o conteúdo da mensagem.

Ainda, fatores como o monopólio midiático, a existência de *gatekeepers* modernos e o “Efeito de Enquadramento” podem explicar algumas condições as quais estamos acostumados a conviver. O *Framming Effect* (enquadramento) diz respeito ao modo como as informações são apresentadas pela imprensa aos públicos, a mídia seria capaz de determinar diretamente na maneira como as pessoas assimilam uma informação, a partir do modo

como constrói a mensagem, deixando margem para um único viés interpretativo. Segundo Martino (2009, p.43) “A informação parece “correta” ou “verdadeira” na medida em que os esquemas mentais do público usados para compreender aquela informação são em boa parte originários daquela própria mídia”. A Teoria do Enquadramento, porém, não influencia apenas os receptores a pensarem todos do mesmo jeito, ela mostra que, a longo prazo, a própria mídia tende a ver as coisas de maneira semelhante.

Ao pensarmos no formato de imprensa e jornalismo que estamos habituados, percebe-se que no plano da realidade, ocorrem muito mais acontecimentos do que as mídias são capazes de analisar e tornar notícia. O que separa então o que é relevante do que não é, o que merece a atenção dos noticiários e o que é dispensável? Em 1950, de acordo com Martino (2009), o pesquisador norte-americano David M. White realizou o primeiro estudo a respeito da seleção de notícias. A dinâmica seria regulada pelo que ele denominou como *gatekeeper*, o “guarda do portão”, pessoa responsável por definir que informação estaria apta entrar em um grupo. O profissional da mídia, ao selecionar as informações que considera válidas ou dispensáveis, utiliza da sua posição teoricamente isenta para fazer uso estratégico da comunicação. A informação digna de ir a público gera uma ação, enquanto a que não foi selecionada jamais existirá socialmente. Isso dá uma enorme possibilidade para que a realidade social que a mídia define seja uma visão parcial de mundo, e tendenciosa de acordo com os interesses dos agentes reguladores.

Exemplos como o efeito do enquadramento e o monopólio midiático são totalmente prejudiciais à pluralidade social de um povo. A diversidade cultural precisa encontrar espaço nos meios de comunicação de massa, e é com base nessa afirmação que se constroem os argumentos contra hegemônicos com relação à mídia, visando sua democratização e espaços para a circulação de mensagens alternativas. Segundo Martino (2009, p.59) “Habermas questiona até que ponto a dependência entre as empresas de mídia e os grupos privados responsáveis pela publicidade não destrói as possibilidades democráticas dessa mídia”. De fato, a esfera pública, pode acabar deixando de ser um lugar autônomo para ser regida pelas regras do mercado, estabelecendo-se uma mídia comercial e uma comunicação como objeto que prioriza o lucro e interesses políticos em detrimento da qualidade comunicacional. Esta discussão pode ser vista como um enorme paradoxo no que diz respeito à Comunicação Social no Brasil, o fato um direito público ser controlado por empresas privadas.

Gramsci (1999) pensa a mídia vinculada com a formação de uma visão de mundo. Para o autor, os meios de comunicação ajudam a formar as estruturas de ação do senso comum. Martino (2009, p.70) apresenta uma definição para o senso comum citado por Gramsci:

[...] senso comum é o repositório de saberes acumulados tradicionalmente por um povo, onde se misturam conhecimentos científicos, tradições, credences, mitos e a aprendizagem formal, escolar, bem como as informações trazidas pela mídia. O senso comum é histórico, mas se apresenta como se fosse criado do nada. Ninguém, a princípio, discute o que é evidente – e o senso comum procura se apresentar como sendo de tal modo evidente que qualquer questionamento mais profundo chegaria às fronteiras do absurdo e do bom-senso.

Diferentemente de outros teóricos da comunicação que prognosticam um controle autoritário, Gramsci (1999) compreende o relacionamento entre a sociedade e a mídia como um processo de articulação cultural, no qual as instituições disputam a hegemonia das concepções de mundo, o senso comum. Apesar de questionar a simplória premissa de dominação completa por parte dos meios de comunicação, o autor não nega, e é de fato inquestionável, a capacidade dos mesmos em construir e desconstruir o senso comum das populações constantemente. Neste cenário, é essencial o avanço da tecnologia no sentido de permitir que nem todas as informações que circulam na sociedade precisem necessariamente ser aprovadas pelo filtro regulador das mídias hegemônicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maneira como os componentes sociais e culturais das sociedades contemporâneas estão estabelecidos estruturam um cenário de regulação cultural e identitária a partir das mídias. A importante influência que as mídias exercem sobre a esfera pública, pode possibilitar que, não raramente, elas sejam utilizadas como instrumento de poder, sugerindo tendências e pautando a sociedade de acordo com seus próprios interesses.

Os “novos movimentos sociais” e sua relação com identidade servem para refletirmos a respeito do rumo e das tendências de nossas sociedades mais recentes. Até que ponto o estranhamento que determinadas identidades emergentes causam nas dominantes são capazes de diminuir preconceitos ao invés de ressaltar estereótipos? Em que momento o

mundo estará preparado para acolher de forma igualitária a pluralidade de movimentos e movimentações sociais existentes?

A respeito da autenticação por meio das histórias das identidades, é fundamental, considerar e questionar o modo e por quem as “histórias” são contadas, e se é possível que uma história única e verdadeira seja recuperada. Novamente as mídias surgem como instrumentos relevantes de disseminação de narrativas e possuem o dever de abranger o máximo possível de informações ao tratar sobre o passado, buscando sempre um discurso imparcial.

Ao pensar a cultura como produtora de sentidos também, e não apenas como reprodutora, pelo viés do materialismo cultural de Raymond Williams (1979), podemos cogitar quais espaços de mudança social podem ser promovidos a partir da produção de sentidos que a esfera cultural oferece. Nota-se neste sentido, a importância das mídias: os meios de comunicação são os instrumentos mais eficazes que existem para levar uma mensagem até um destino, e não precisam necessariamente estar sempre vinculados a ideologias elitistas. É essencial encontrar caminhos para utilizar as mídias como disseminadoras de discursos alternativos também, promovendo a democracia e a real liberdade de expressão.

Na posição de comunicador social é preciso ser crítico, visando aproveitar o conhecimento e o potencial de convencimento da área em prol de uma sociedade mais justa e igualitária. Se fizéssemos uma retomada histórica, desde o que motivou o surgimento das profissões relacionadas à comunicação e as mídias, perceberíamos que suas essências nem sempre foram interessadas a estarem a serviço de toda sociedade, mas sim comprometidas com o capital. Colocando-se assim, muitas vezes, a serviço de uma classe e agindo para que suas manifestações em instituições e no Estado intencionem uma hegemonia burguesa. Não julgamos com isso que essa seja a intenção dos profissionais da área atualmente, e nem buscamos generalizar a classe como “corruptora da sociedade”, apenas atentamos para o fato de que, inicialmente, a ideia não era unicamente utilizar as ferramentas persuasivas e visão privilegiada a respeito dos processos comunicacionais da sociedade para agir de acordo com a responsabilidade social e promover melhorias em todos os níveis sociais. Contudo, inúmeras ONGs, projetos sociais e culturais, e principalmente as instituições aqui mais criticadas por seu potencial regulador, como a mídia e o governo, precisam de comunicadores comprometidos com a igualdade e o bem estar social, com a democracia comunicacional e a tolerância perante as diferenças culturais e as minorias. A luta por um

mundo melhor passa pela utilização dos mecanismos de Comunicação Social com responsabilidade e integridade.

A estruturação de monopólios midiáticos e propagação de discursos exclusivamente hegemônicos e dominantes podem moldar a forma como ocorrem as práticas sociais e culturais de um povo, mas é através de uma utilização democrática e igualitária das mídias que se torna possível construir sociedades mais plurais e justas.

REFERÊNCIAS

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002. (p.17-38)

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**. Vols. 1, 2, 3 e 6. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: Thompson, Kenneth (org.) *Media and cultural regulation*. Inglaterra, 1997. Publicado **Educação & Realidade** com a autorização do autor. Tradução e revisão de Ricardo Uebel, Maria Isabel Bujes e Marisa Vorraber Costa.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. 4. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. (p.7-72)