



Me leva Brasil: Telejornalismo e difusão cultural¹

Gustavo Martins Blohem²

União Metropolitana de Educação e Cultura – UNIME Itabuna, BA

RESUMO

O Me leva Brasil é um dos quadros da revista televisiva Fantástico, que aborda os costumes e tradições específicas de diversos lugares do Brasil. A partir desta análise pode-se perceber a difusão cultural existente na espetacularização da mídia, na vida dos seus receptores, que de maneira indireta tem uma parte da cultura de um dos personagens imbutidos em sua vida. A partir da análise de quatro quadros veiculados, verificam-se aspectos que representam a hibridização cultural e a abordagem de culturas locais, como exótico e excêntrico.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura; Identidade; Sociedade; Telejornalismo.

INTRODUÇÃO

A cultura brasileira é rica: além da extensão territorial vasta, contém fluxos migratórios de diversos países, desencadeando um Brasil miscigenado e de diversidade cultural infinita. Aliado a isso, a globalização que leva informação e tecnologia a todas essas comunidades populares fazendo com que elas sejam influenciadas por outros modos de vida. Já o meio televisivo aborda mais, em seu cotidiano, notícias gerais de assuntos ligados ao dia-a-dia da população e, em casos extremos, como programas e telejornais semanais, a cultura ganha espaço no meio.

A revista eletrônica do Fantástico está no ar há 35 anos, levando semanalmente, todos os domingos, uma programação diferente aos telespectadores, tratando de assuntos diferenciados e, dentro do Fantástico, há vários quadros de entretenimento, saúde e pré-história. O *Me leva Brasil* é um quadro que existe há 8 anos na revista eletrônica, e leva aos receptores entretenimento contanto histórias de pessoas simples, assim contribuindo para rede nacional a cultura que está embutida no personagem.

Com a análise qualitativa do quadro *Me leva Brasil*, pode-se confirmar a existência de culturas e costumes singulares, sendo difundidos em rede nacional, agregando valores

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduando 7º. semestre do curso de Jornalismo da Unime Itabuna, email: tadomartins@yahoo.com.br



na cultura e no costume de cada telespectador. Quando o quadro busca personagens simples e irreverentes, é em sua maioria para mostrar como vivem essas pessoas num mundo globalizado, em constante desenvolvimento industrial, econômico e tecnológico.

No estudo foram analisados quatro quadros do Me leva Brasil, dois do ano de 2005 e dois do ano de 2008, que mostram o “telejornalismo” de maneira diferente, ou seja, uma revista eletrônica que leva para a sociedade informação de maneira descontraída. Na revista Fantástico os receptores contam com todo tipo de notícia, principalmente de tragédia, mas para descontração eles exibem notícias leves, então entra em cena o quadro estudado que além de informar, acaba ocorrendo uma difusão cultural.

Entretanto, para embasar teoricamente o trabalho serão utilizados para fomentar os argumentos os conceitos de alguns estudiosos como Renato Ortiz, Gabriel Cohn, Edgar Morin, Néstor Canclini, Luiz Lima, Umberto Eco e Martin Barbero. Desta forma é pretendido mostrar um formato midiático de hibridizar as culturas individuais dos receptores que assistem o quadro.

1 - CULTURA BRASILEIRA

Para conhecer e aprender a cultura brasileira é necessário saber: o que é cultura? Qual sua definição? Partindo de um dos livros mais consultados por estudantes, teóricos e pesquisadores, o dicionário Aurélio diz que: cultura é “ato, efeito de cultivar”. Essa definição tem reflexos quando é observada, em comunidades populares, a preocupação que eles têm para permanecer viva a cultura conservada pelos seus ancestrais, que hoje já sofreu influências de outros costumes e tradições.

Mas, não há só essa definição existente no Aurélio, uma outra é “o complexo dos padrões de comportamento, das crenças, das instituições, das manifestações artísticas, intelectuais, etc., transmitidos coletivamente, e típicos de uma sociedade”. Atualmente, as culturas populares mantêm conservados costumes identitários de seus povos, porém com as informações estando disponíveis a todos, no rádio, em jornais e revistas, televisão e Internet. Segundo Morin (2006, p. 77) “a cultura não deve ser considerada nem como um conceito nem como um princípio indicativo, mas como a maneira como se vive um problema global”.



A sociedade acaba adquirindo e conhecendo um pouco da história de diversas culturas, a depender do indivíduo ele acaba inserindo em sua vida um pouco dos costumes de outros povos.

À medida em que as culturas nacionais tornam-se mais expostas as influências externas, é difícil conservar as ideologias culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural. (HALL, 2005, p. 74)

Isso aconteceu quando os portugueses chegaram ao Brasil em 1500, logo no início eles encontraram culturas intactas, povos simples, com costumes e crenças bem distintos e diferentes da cultura portuguesa, no tempo colonial os indígenas nunca tiveram contato com informações e muito menos com culturas e povos diferentes. De acordo com Virgílio Pinto (2003, p. 9), este foi “um elemento importante para se compreender a fusão cultural e os processos de comunicação entre portugueses e indígenas”. A mímica, sem dúvida, foi o primeiro meio de comunicação entre os mesmos.

A partir dos primeiros contatos os indígenas começaram a sofrer influências culturais, os dois povos adquiriram de certa forma experiências culturais que ficaram inseridas no comportamento individual. Mas para ilustrar um pouco o início de uma hibridização cultural, Pinto relata um fato ocorrido com dois fugitivos, degredados e náufragos que atuaram como meio de comunicação entre europeus e índios, na época da colonização do Brasil, escrita na carta de Pero Vaz de Caminha.

João Ramalho e Diogo Álvares Correia, apenas para citar dois exemplos clássicos, viveram em harmonia entre as tribos indígenas, aprenderam seu idioma e tiveram muitos filhos, foram os primeiros intérpretes e suas proles constituíram a primeira geração mestiça, os mamelucos. Esta primeira geração foi também bilíngüe, apreendendo tanto o português de seus pais como o idioma nativo de suas mães. (PINTO, 2003, p. 9)

Como foi relatado, na mistura das raças entre portugueses e índios, percebe-se que os filhos mestiços possuem uma hibridização cultural genética, que iram levar consigo durante toda sua vida, depois iram conhecer novas culturas no decorrer de sua evolução como pessoa e se adaptaram com um pouco de cada uma.

Então, partindo desta lógica, analisa-se a cultura brasileira como uma das culturas mais ricas e influentes dentre os outros países, por ela ser muito mestiça, híbrida e adaptável, pois seus povos preservam em certas comunidades costumes, crenças e



tradições intactas, já outras deixam mostrar uma nova adaptação, devido a influência de outras culturas.

O popular é nessa história o excluído aquele que não têm patrimônio ou não conseguem que ele seja reconhecido e conservado, os artesãos que não chegam a ser artistas, a individualizar-se, nem a participar do mercado de bens simbólicos “legítimos”, os espectadores dos meios massivos que ficam de fora das universidades e dos museus “incapazes de ler e olhar a alta cultura porque desconhecem a história dos saberes e estilos. (CANCLINI, 2003, p. 205)

É partindo deste pensamento que o quadro televisivo *Me leva Brasil*, vem se expressar diante da sociedade, através da espetacularização midiática, mostrando artes, crenças, interferências de outras culturas, costumes e movimentos culturais diversos, encontrados em seus personagens que enriquecem o programa do *Fantástico* e o próprio quadro.

A cultura brasileira também faz parte da cultura de massa, pois é embutida na vida da sociedade costumes americanos, que vieram da massa, devido ao cinema que trouxe ao conhecimento da população brasileira o modo de vida americano, o fast food, a calça jeans, a coca-cola, Mc Donald's, isso pode ser visto em pequenas comunidades que tomam coca-cola e usam calça jeans. Até em algumas aldeias indígenas têm índios vestidos em uma calça jeans, com a difusão de culturas muitos índios deixarão de ficar como vieram ao mundo, eles se adaptaram a alguns estilos de vida civilizacionais utilizando vestes.

A cultura de massa não é típica de um regime capitalista. Nasce numa sociedade em que toda a massa de cidadãos se vê participando, com direitos iguais, da vida pública, dos consumos, da fruição das comunicações; nasce inevitavelmente em qualquer sociedade. (ECO, 1998, p. 44)

A globalização foi um ponto forte na modificação de costumes primitivos da cultura brasileira, nela está inserido a tecnologia e a economia que parte da troca de produtos e de conhecimentos, com isso, a modificação no estilo de vida brasileiro existirá sempre.

Segundo Ortiz (1998, p. 15), “a globalização é um fenômeno emergente, um processo ainda em construção”. Quilombolas, indígenas, urbanos todos já são beneficiários da globalização em formas diferentes, com a tecnologia a televisão, rádio, telefone e Internet a informação chega a todos.



Evidentemente uma análise que se abre para o entendimento da mundialização da cultura se choca com boa parte da tradição intelectual existente. O que se propõe estudar é justamente um conjunto de valores, estilos, formas de pensar, que se estende a uma diversidade de grupos sociais vistos até então como sonhos de seus próprios destinos. (ORTIZ, 1998, p.21)

Cada indivíduo tem o livre arbítrio de escolher e aceitar o que deve ser aproveitado de uma determinada cultura para agregar em sua bagagem cultural. No Brasil existem povos de diversas partes do mundo, que migraram para o Brasil, provavelmente, por ser um país mais híbrido e diversificado culturalmente, estando apto a todo tipo de cultura e costume, porém cada cultura coabita a outra, se alimentando dela mais não desconfigurando suas raízes.

A mundialização da cultura reconfigura também o sentido da cidadania: “De tanto crescer para fora, as metrópoles adquirem características de muitos lugares. A cidade passa a ser um caleidoscópio de padrões, valores culturais, línguas e dialetos, religiões e seitas, etnias e raças. Distintos modos de ser passam a concentrar-se é a conviver no mesmo lugar, convertidos em síntese do mundo”. (BARBERO apud JANNI, 2003, p. 61)

A cultura brasileira possui a diversidade cultural, de raças e etnias, devido à vinda de habitantes provenientes de outros países que possuem diferentes costumes. Assim, percebe-se que a fortes influências em hábitos distintos de outras culturas, na cultura brasileira.

2 – O TELEJORNALISMO E A DIFUSÃO CULTURAL

A divulgação cultural por intermédio da mídia, transmite aos receptores uma infinidade de informações, que eles provavelmente não obteriam se fossem conhecer pessoalmente sua história cultural, pois a televisão trás comodidade as pessoas. O telejornalismo tem a possibilidade de fornecer essas informações a seus receptores, sendo um emissor ativo de notícias.

Rezende (2000, p. 31) afirma que “a TV é o principal veículo de comunicação do sistema de comunicação de massa brasileiro”, e por ela estar nesse meio os emissores das mensagens televisivas, aproveitam para formar opiniões aos indivíduos sobre determinados assuntos. Quando a TV aborda temas polêmicos como estupro, assassinato, eles viram o assunto principal em conversas populares, até mesmo assuntos não polêmicos do cotidiano como economia se estiver na pauta jornalística acaba entrando nas conversas informais e informal.



Num mundo cada vez mais globalizado, cresce a insegurança, o descompasso com uma realidade que somos incapazes de absorver completamente – natural o interesse por assuntos que circundam nossa vida e o cotidiano que nos é familiar ou próximo (e pelo que é próximo no tempo: quanto mais tempo real, melhor)”. (PERREIRA JÚNIOR, 2006, p. 97)

Para que a televisão ajude na divulgação das culturas, é necessário que ela seja sempre pautada como um dos assuntos dos telejornais local, estadual e nacional. Mas, a televisão brasileira costuma seguir um enquadramento feito como modelo de telejornal, o padrão “Globo” que é seguido praticamente em todas as emissoras afiliadas e também nas emissoras que não são afiliadas, que acabam obtendo um formato único para abordar determinados assuntos.

A função de vigilância dos eventos pode levar a uma função chamada pelos norte-americanos de “agenda setting” que constitui em os meios de comunicação determinarem a agenda da discussão pública, ao selecionar assuntos de maneira tendenciosa, favorável aos interesses das classes dominantes e dos próprios meios. (BORDENAVE, 2002, p. 33)

Com a agenda setting citado acima, fica mais fácil entender como os assuntos viram notícias entre a sociedade, por que é a partir desta agenda que os assuntos mais importantes nos telejornais viram tema de conversas populares. Na revista Fantástico, o espaço feito para o quadro do Me leva Brasil, despertou nas comunidades de massa o interesse em saber sobre as culturas existentes nos personagens e virou assunto principal de muitas conversas por ser diferente do formato jornalístico.

De acordo com Lima (2005, p. 125), “o aprimoramento do gosto popular pelo aprimoramento dos produtos de arte popular não é uma questão tão simples como gostaríamos de crer”. Por isso o repórter do quadro Maurício Kubrusly em suas matérias traz de maneira descontraída um pouco da cultura popular e da arte popular de alguns personagens para serem transmitidos aos telespectadores, despertando neles o gosto em conhecer outras culturas, assim ele conseguiu prender os receptores para assistir as reportagens, desta forma absorvam conhecimentos sobre a cultura difundida em rede nacional, por intermédio do próprio quadro.

Os fatores que intervêm na produção de comportamentos provocados por mensagens são muito numerosos e complexos. Alguns correspondem à estrutura psicológica da pessoa, outros mantêm relação com características da própria mensagem, ainda outros originam-se no contexto social da situação. (BORDENAVE, 2002, p. 24)



O formato de saber como chegou no indivíduo a informação e como ele assimilou é um pouco complicado, pois cada um interpreta o que vê de sua maneira, varia muito de pessoa para pessoa, cada um tem seus costumes, ideologias e bagagem cultural diferentes, então o que poderá ser absorvido das informações para que seja tirado proveito será individualizado.

Mas, o profissional da comunicação poderá levar aos receptores o material inserido com suas ideologias, com objetividade e responsabilidade. Segundo Perreira Júnior (2006, p. 93), “ao assumir o papel de mediador entre o real e o público, o jornalista busca intermediários para entender o mundo”. Assim, entendendo o mundo, a cultura posta em plena difusão na espetacularização televisiva no quadro *Me leva Brasil*, o jornalista acaba vivenciando a rotina de vida dos personagens para depois passar as informações aos receptores de forma descontraída e familiar.

Ortiz (1998, p. 27) destaca como “uma cultura mundializada não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela cohabita e se alimenta delas”, pode-se destacar além dos costumes e tradições a linguagem utilizada por cada cultura, o sotaque, em cultura de outros países, a pronúncia, todos os tipos de linguagem que é transmitido para outras pessoas, acaba influenciando nos discursos que algum indivíduo possa utilizar explorando algum vício de linguagem de determinada comunidade.

3 – ME LEVA BRASIL: UM OLHAR PLURAL

O primeiro *Me leva Brasil* foi ao ar no primeiro Domingo do ano 2000. A produtora atual do quadro Evelyn Kuriki lembra que “era um link que aparecia um gaúcho e um nordestino”, as entradas do quadro era ao vivo de alguma festa de algum lugar do Brasil. Já a partir deste momento é preciso identificar a pluralidade cultural que o quadro estaria abordando, o contraste do gaúcho e do nordestino, foi para retratar dois povos muito lembrados pela população brasileira em suas conversas e até mesmo sendo fonte de brincadeiras a exemplo das piadas falando das duas culturas.

Entretanto, o repórter Maurício Kubrusly ao ser convidado para apresentar um quadro irreverente pelo diretor do *Fantástico*, Luiz Nascimento, teve como idéia principal “buscar personagens simples com costumes simples de qualquer lugar do Brasil”.

A idéia segundo o repórter não era bem espetacularizar a diversidade cultural existente no Brasil, mas mesmo não abordando o lado da cultura, a televisão acaba



levando de certa forma a cultura existente nos personagens, pois eles já vêm com uma cultura embutida em seus atos rotineiros de vida e as pessoas são escolhidas para participar do quadro pelo que elas fazem para sobreviver ou se divertir.

No episódio transmitido no dia 13 de março de 2005, disponível em: <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL694535-15607-130,00.html>>, Maurício Kubrusly retrata o garimpo de ouro no Tocantins, a cidade Natividade é a mais antiga do estado, que possui ainda os costumes de extrair ouro artesanalmente, de forma precária sem segurança para descer nos túneis e até a forma de se comunicar com os garimpeiros dentro do túnel, é feito com um cano que vai da superfície até o subsolo. Depois, o repórter mostra os artesãos da cidade que ainda trabalham manualmente confeccionando jóias, as jóias feitas na cidade possuem traços únicos da cultura que ela carrega até hoje, com os traços coloniais iguais às jóias dos reis e rainhas.

Os personagens dizem que eles tentam manter viva a cultura dos artesãos de ouro, por que com a globalização os meios tecnológicos já estão chegando na cidade, mas eles não conseguem reproduzirem os traços coloniais, apenas os novos perfis das jóias encontradas atualmente. Cohn (1975, p. 109) afirma “sobretudo no que diz respeito ao tratamento da ‘cultura de massa’ como ideologia, produzida num contexto de dominação através dos mecanismos de mercado”, com todos os meios tecnológicos chegando na cidade de Natividade os indivíduos não deixam que suas ideologias e princípios na confecção das jóias sejam afetados com os novos mecanismos do mercado citado pelo autor.

Em um segundo momento o Me leva Brasil visita a Bahia para conhecer o concurso de carrinhos de café, que foi exibido no dia 17 de fevereiro de 2008, disponível em: <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL698511-15607-130,00.html>> . No filme “Ó, pai Ó” é retratado esta cultura de sustentabilidade de algumas pessoas na Bahia, através da venda de cafezinhos nas ruas da capital baiana Salvador, os vendedores ambulantes personalizam os carrinhos de madeira para colocar as garrafas de café, desta forma segundo alguns personagens utilizados pelo repórter diz que chama a atenção dos clientes.

Além de mostrar a cultura do carrinho de café Maurício Kubrusly puxa um gancho para mostrar o estereótipo baiano de que a Bahia só é carnaval e mesmo que não tenha carnaval é possível encontrar algum grupo com instrumentos batucando nas ruas, até instrumentos reciclados. Uma das personagens deste quadro Cristiane Sena diz que ela pensa em “expandir a cultura do estado para outros estados como o Rio de Janeiro



para mostrar como funciona um dos trabalhos informais existentes na Bahia”. Depois de mesclar a reportagem com estes pontos relevantes é encerrado a matéria com realmente o concurso de carrinho de café, que é promovido por um francês que mora na Bahia há quase 30 anos.

Neste quadro observa-se a hibridização cultural que permeia várias partes do mundo, não sendo diferente aqui no Brasil.

A presença das tradições populares seja real, ela só pode se exercer enquanto fato local. Sabemos que não existe uma, mas um conjunto fragmentado de culturas populares, cujo raio de ação é curto-circuitado pelo Estado-nação e pelas indústrias culturais. (ORTIZ, 1998, p. 184)

No dia 12 de outubro de 2008 para comemorar o dia das crianças, o Me leva Brasil fez uma homenagem a elas mostrando a influência dos desenhos japoneses na cultura e no modo de vida de alguns jovens brasileiro, o episódio encontra-se disponível em:

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL795955-15607-130,00.html>>. Onde um grupo de jovens da cidade de Ribeirão Preto na grande São Paulo, se organizou entre amigos para gravar um DVD envolvendo monstros e lutas marciais, segundo esses jovens a inspiração veio das histórias em mangá, histórias em quadrinhos em formato japonês.

A representação da diferença não deve ser lida apressadamente como o reflexo de traços culturais ou étnicos preestabelecidos, inscrito na lápide fixa da tradição. A articulação social da diferença, da perspectiva da minoria, é uma negociação complexa, em andamento, que procura conferir autoridade aos hibridismos culturais que emergem em momentos de transformação histórica. (BHABHA, 1998, p. 20 E 21)

Com a mundialização cultural que prolifera para outros países a cultura de um determinado lugar, acaba levando costumes locais para que ele vire um costume global. De acordo com Ortiz (1998, p. 20) a “cultura existiria no plural, enfoque antagônico à visão abrangente do iluminismo. Apesar das polêmicas sobre como defini-la conceitualmente, esta dimensão pluralista permanece e permeia a tradição antropológica”.

A literatura de cordel é lembrada no quadro do dia 17 de setembro de 2005, disponível em: <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL694913-15607-130,00.html>>, através do personagem Antônio Lucena, cordelista, ele foi quem produziu a abertura da minissérie “O auto da compadecida” exibida em 1998 pela Rede Globo de televisão, onde era retratada histórias em figuras de xilogravuras. O



personagem veio resgatar e mostrar para os telespectadores a história dos cordéis, atualizando a reportagem com as mudanças ocorridas na cultura brasileira e nos costumes, o repórter faz um link dos cordéis antigos com as histórias dos cordéis atuais, que tratam de assuntos do cotidiano com o objetivo de preservar a literatura de cordel que esta desaparecendo. Um grupo de jovens estudantes começaram a escrever os novos cordéis com temas da atualidade em uma linguagem mais jovem, sem as histórias inventadas pelos cordelistas mais antigos.

A autonomia das artes (literatura, música, artes plásticas) possibilita a criação de uma nova instância de legitimidade cultural. Legitimidade que não deriva apenas dos valores intrinsecamente artísticos, mas se associa a uma determinada classe social. (ORTIZ, 1998, p. 186)

Quando se fala em legitimidade o autor explana a questão da preservação dos matrimônios, das culturas, dos costumes que em boa parte das comunidades brasileiras, apesar de sofrer influências de outras culturas não deixam que suas fontes de origem desapareçam.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Me leva Brasil por ser um quadro transmitido em rede televisiva, fazendo parte de uma comunicação de massa, vem permeando o interesse da sociedade para com a diversidade cultural, onde traz informações e comodidade para seus receptores que acabam absorvendo outros modos de vidas existentes no mesmo Brasil, sem precisar fazer viagens para conhecê-las, com apenas um clique em qualquer aparelho da comunicação de massa eles acabam conhecendo outras culturas.

Esse quadro se caracteriza como telejornalismo pela transmissão de informação e pelo veículo de entretenimento como difusão cultural. As reportagens são leves e não abordam assuntos que estão na mídia o tempo todo. Na maioria das vezes trata de assuntos do cotidiano pouco discutido entre os cidadãos, as pessoas simples que formam um cenário cultural híbrido. Apesar da globalização afetar a rotina de vida dos habitantes, ela veio possibilitar a igualdade de informação.

A televisão em seus telejornais e na programação diária atende aos telespectadores na parte da difusão cultural de forma homogênea, com características identitárias para cada cultura, essas estratégias comerciais da TV são apenas para atingir sua lógica de lucro. O Me leva Brasil veio um pouco que quebrar isso, ele assume a



pluralidade das culturas, em um programa diferente excêntrico, ousado, exótico, mas este formato de divulgar as culturas não chega a ridicularizar ou vulgarizar as culturas, o quadro veio valorizar mais elas e chamar a atenção da sociedade para a riqueza cultural existente no país que não é só “verde e amarelo”.

REFERÊNCIAS

- BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens: Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Trad.: ÁVILA, Myriam; REIS, Eliana Lourenço de Lima; GONÇALVES, Gláucia Renate. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e 'cultura de massa'**. 2. ed. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 1975.
- ECO, Umberto. **Cultura de massa e 'níveis' de cultura**. In: Apocalípticos e integrados. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- FANTÁSTICO, **quadro do Me leva Brasil**. Disponível em: <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,JOR130-15607,00.html>>, acesso no período de 22 de outubro à 25 de novembro de 2008.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio: o dicionário da língua portuguesa**. 6. ed. Curitiba: Positivo, 2005.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad.: LESSA, Ana Regina; CINTRÃO, Heloísa PEZZA. 2. Ed. São Paulo: EDUSP, 2003.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad.: SILVA, Tomaz Tadeu da; LOURO, Guacira Lopes. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Globalização comunicacional e transformação cultural**. In: MORAES, Denis de. (org) Por uma outra comunicação: mídia, mundialização e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: necrose**. Trad.: SANTOS, Agenor Soares. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- ORTIZ, Renato. **Cultura e sociedade global**. In: Mundialização e cultura. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- PERREIRA JÚNIOR, Luis Costa. **A apuração da notícia: Métodos de investigação da imprensa**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- PINTO, Virgílio Noya. **Comunicação e cultura brasileira**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2003.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. 2. ed. São Paulo: Summus, 2000.