

Os Dispositivos Móveis e o Compartilhamento *Online* de Conteúdo na Apropriação Política da Linguagem Audiovisual na Contemporaneidade¹

Tomaz Affonso Penner²

Natália Cardoso Rodrigues³

Paola Maíra Gomes Caracciolo⁴

Museu Paraense Emílio Goeldi, Belém, PA

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Resumo

O trabalho busca discutir de que maneira o audiovisual vem sendo produzido com a captação de som e imagem a partir de dispositivos móveis, plataformas relativamente baratas e acessíveis. Quais as repercussões que o compartilhamento *online* tem sob uma perspectiva política na construção de uma nova realidade social e midiaticamente mais democrática.

Palavras-chave: Audiovisual; contemporaneidade; dispositivos móveis; *cibercultura*; política.

A apropriação tradicional da realização audiovisual de hoje é reflexo de uma educação excludente e coercitiva. Segundo Fiori (1986), a educação e a conscientização são processos contínuos na construção humana. Desse modo, o que se vê nos dois aspectos apresentados, em geral, são vias de mão única sem um retorno aparente. Existem sujeitos dominantes e objetos dominados, sendo os primeiros responsáveis iluminados pela sabedoria e produção de conhecimentos e conteúdos, à medida que os outros são velados e manipulados para a manutenção do quadro opressor.

Dentro da cultura audiovisual, essa situação resulta em uma massa de espectadores sentados em poltronas e sofás que assistem os produtos técnicos e

¹ Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, durante o XXXV Congresso de Ciências da Comunicação, realizado de 03 a 03 de setembro de 2012.

² Recém-graduado em Comunicação Social – Publicidade pela Universidade Federal do Pará (UFPA) e bolsista do projeto Labcom Móvel - Estudos e Práticas de Comunicação Pública da Ciência na Amazônia (MPEG/UFPA), e-mail: tomazpenner@gmail.com

³ Recém-graduada em Comunicação Social – Publicidade pela Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: natalia.rodriguesp@gmail.com

⁴ Recém-graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará (UFPA) e bolsista do projeto Labcom Móvel - Estudos e Práticas de Comunicação Pública da Ciência na Amazônia (MPEG/UFPA), e-mail: Paola.caracciolo@gmail.com

ideológicos de um grupo seletivo. É importante que se estabeleça uma nova dinâmica para o processo de produção audiovisual, por meio da qual a criação e realização sejam instâncias democraticamente acessíveis ao maior número possível de pessoas.

Segundo Freire (2005), a construção de uma consciência crítica só é possível por meio da comunhão, do diálogo intersubjetivo entre as pessoas. Desse modo, a democratização da produção audiovisual seria um elemento não apenas pragmático, mas ideológico e estratégico para o processo de tomada de consciência em uma abrangência social, politicamente falando. A sedução proporcionada por imagem e som associados, em um país onde a leitura não é devidamente estimulada, significa poder que, contemporaneamente, ainda se concentra em poucas instituições e vozes.

O mundo é significado no permanente significar ativo, que não é atividade de uma consciência pura, mas desenvolvimento dialético da consciência do mundo ou do mundo consciente. [...] Na medida em que o ser humano dá significados ao mundo, neste se reencontra, reencontrando, sempre, e cada vez mais, a verdade de ambos. Neste momento, a conscientização já se prefigura como ação transformadora e não como visão especular do mundo: refazer-se, com autenticidade, implica em reconstruir o mundo (FIORI, 1986, p. 04).

Se estabelece, portanto, um processo dialético de compreensão do mundo, que é o reflexo de um processo dialético de produção de representações desse mundo. Assim, fica clara a importância da democratização da realização audiovisual para a construção de pluralidade e de vozes ativas, multiplicando os locais de falado e sobre o mundo.

É necessário, desse modo, que além do discurso de grandes produtoras ou emissoras de televisão, também se estabeleçam como produtores de conteúdo representações locais de comunidades e populações que, maioritariamente, não têm voz no circuito tradicional audiovisual. A organização individual ou em grupos é necessária para a apresentação das demandas desses indivíduos ou grupos. O audiovisual aparece, nesse aspecto, como uma ferramenta política e de construção de autonomia, emancipação e democratização.

O crescimento da internet e a popularização de dispositivos de captura audiovisual apresentam um ambiente que contribui para a produção e veiculação mais democráticas. É claro que a possibilidade de publicação de determinado conteúdo na rede não é garantia de que ele será acessado por uma quantidade expressiva de pessoas e o acesso universal a dispositivos com filmadora não pode existir em um país

onde milhões de seres humanos ainda vivem na miséria, como é o caso do Brasil. O *ciberespaço* que, segundo Levy, se caracteriza como

o universo das redes digitais como lugar de encontros e de aventuras, terreno de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural (...) designa menos os suporte de informação do que os modos originais de criação, de navegação no conhecimento e de relação social por eles propiciados (LEVY, 1998: p.104).

Desse modo, ele precisa ser analisado como uma via em potencial para a democratização e apropriação da linguagem audiovisual. Principalmente quando se leva em consideração o crescimento do acesso àqueles dispositivos móveis anteriormente mencionados, como celulares, *tablets*, câmeras portáteis, entre outros.

Longe de estabelecer um mecanismo de individualização da produção audiovisual e de tudo que ela possa demandar ou expor em seu conteúdo, a análise à qual esse trabalho se propõe diz respeito à aproximação de identidades sob uma perspectiva classista-marxista, entendendo a fragmentação que a contemporaneidade impõe. Como será possível organizar politicamente movimentos e ações por meio do crescimento de acesso aos dispositivos móveis e ao espaço na rede para a produção audiovisual? De que maneira a multiplicidade ideológica de sons e imagens repercute em uma organização sob uma perspectiva classista de transformação social?

A pesquisa tentará dar conta, portanto, de colocar o potencial do audiovisual como possibilidade de promoção de valores e ideias de grupos originalmente marginalizados, além de identificá-lo como elemento estratégico para profundas alterações na ordem social. Busca-se entender de que maneira a alternativa à mídia hegemônica do audiovisual, aqui apresentada como a produção disponibilizada na *web* a partir de dispositivos móveis, pode ser uma grande contribuição para a tomada e transformação de consciência política contemporaneamente.

Realidade fragmentada

Jean-François Lyotard, filósofo francês, definiu a pós-modernidade como a era da incredulidade em relação às metanarrativas. Ou seja, as visões totalizantes da história são desacreditadas no sentido de despedaçar regras gerais de conduta ética ou política, por exemplo. Sobre esse fenômeno:

Ela designa o estado da cultura após as transformações que afetaram as regras dos jogos da ciência, da literatura e das artes a partir do

fim do século XIX. Estas transformações serão situadas aqui relativamente à crise das narrativas. (LYOTARD, 1989: p. 11).

Uma metanarrativa assume o sentido de uma grande narrativa, uma visão totalizante da história. Ela conseguiria conter em si uma verdade absoluta por meio da qual toda a sociedade poderia ser explicada. Com o seu fim, se estabelece uma potencialidade plural de interpretações e análises do mundo, sem a possibilidade de engajamento em projetos totalizantes, globalizantes ou unificados.

Desse modo, não há mais certezas ou grandes ideologias, o mundo tornou-se fluido. A definição proposta por Bauman (2001) no que se refere à fluidez, ela tem reflexo na construção da identidade na contemporaneidade. Nesse contexto, é bem mais difícil organizar demandas políticas e sociais

Bauman descreve, ainda, a existência de um “lixo humano”, pessoas cuja existência não contribui para o perfeito funcionamento do ciclo econômico capitalista. São mulheres, negros, homossexuais, miseráveis, mendigos... A multiplicidade acaba tornando difícil encontrar um objetivo comum entre os descontentes: "não existe um *lar óbvio* a ser compartilhado pelos descontentes sociais [...] os ressentimentos sociais estão órfãos [...] A guerra por justiça social foi portanto *reduzida* a um excesso de batalhas por reconhecimento" (BAUMAN, 2001: p. 41, 42 e 43, sem grifos no original). A criação de novas – e menores – bandeiras dificulta a luta, a identificação e a busca por uma solução universal e abrangente, quando se fala em uma perspectiva unificadora reconhecida em diversas esferas, inclusive a midiática.

Marcas da contemporaneidade, como o conformismo e a aglomeração em grupos ou tribos e a cultura padronizada, segundo Maffesoli (1998), vêm de um fenômeno interpretado como o desgaste da ideia de indivíduo, dando lugar a uma massa indistinta. Essa massa caótica e “monstruosa”, como o sociólogo a denomina (1998: p. 119), não sabe o que fazer com a noção estática de identidade (individual, nacional, sexual) dos sujeitos, característica moderna.

Essa massa testemunha o aspecto fluido e mutável da identidade. Ela pode se agrupar e reagrupar de acordo com o local, a realidade e as experiências do sujeito. Maffesoli considera que essas possibilidades já existiam, e a massa veio dar legitimidade a elas e torna visíveis elementos antes ignorados pelo projeto político. É

como se a massa garantisse a possibilidade de a individualidade não ser assim tão individual, mas seja, potencialmente, cabível de ser compartilhada com outros indivíduos, por mais subjetiva que ela se apresente.

Fica entendido que “a identidade” diz respeito tanto ao indivíduo quanto ao agrupamento no qual este se situa: é na medida em que existe uma identidade individual que vamos encontrar uma identidade nacional. (MAFFESOLI, 1998: p. 117).

Em uma etapa inicial, a massa é disforme, reagrupável, continente de todas as coisas e de todos os seus opostos. Contemporaneamente, o autor francês defende que é possível, apesar disso, haver uma reapropriação real dos elementos da massa, após os testes primários, que ele próprio considera incivilizados e apolíticos. É possível, a partir daí, criar uma política que não se debruce mais sobre o “eu”, mas sobre o “nós”, sobre a possibilidade de estar junto e lutar junto pelas identificações mais profundas que foram retiradas e incorporadas da massa pelos indivíduos.

Essa nova organização ressurgiu com força na contemporaneidade e tem razões principalmente afetivas, não sendo proeminentemente essencial ou social. Utilizaria mecanismos de identificação, e a fusão entre os indivíduos ocorreria em momentos de êxtase, que mesmo pontuais, podem caracterizar a atmosfera de uma época. Maffesoli (1998) associa esse cenário com a sociedade espetacularizada onde se vive hoje. Nesses momentos cruciais de afoqueamento dos grupos, é possível que microdiscursos individuais tomem grandes proporções e se tornem representativos de uma coletividade, mesmo que atomizada. E tudo isso pode ser potencializado com a realidade construída a partir da utilização dos dispositivos móveis e do compartilhamento *online*.

Das telas para os monitores

Barbero (2003) define que a partir de 1960, a indústria cultural ganhou supremacia com a popularização da televisão. Entende-se que a partir dessa tecnologia, o audiovisual serviu à necessidade de padronizar o comportamento humano, enaltecendo o que é desejável e diminuindo o de sentido oposto. A homogeneidade desenvolvimentista estabelecida se configurava na publicidade, na programação televisiva e nos cinemas, em uma lógica funcional de emissão e

recepção. Segundo o autor, “A televisão unifica para todo o país uma fala na qual, exceto para efeito de folclorização, a tendência é para a erradicação das tendências regionais” (Barbero, 2003, p. 280).

Segundo Wolton (1996), o grande trunfo do audiovisual está na associação entre sons e imagens e a infinidade de emoções e interpretações que esses dois elementos, associados, podem causar na audiência. Ainda de acordo com Wolton (1996, p.68), “A ambigüidade inerente à mensagem reforça, então, o peso do contexto cognitivo ou sociocultural do processo de significação e de interpretação”, no que diz respeito à televisão. Observa-se uma análise que já potencializa o receptor do processo de comunicação tradicional como tendo alguma relevância, mas ainda o coloca distante do local de produção dos conteúdos audiovisuais. A respeito do cinema, o autor coloca que o fato de a construção audiovisual ser, nesse caso, mais elaborada e a recepção ocorrer em um local específico e por um público limitado, o torna estética e estilisticamente particular.

Wolton pontuou, portanto, maneiras diferentes de fazer audiovisual, de acordo com a sua exibição e audiência, além de distinguir a sua recepção. Desse modo, é importante entender as novas condições de produção audiovisual a partir da popularização dos dispositivos móveis e do seu compartilhamento na *web*. É necessário entender que consequências a fluidez dos papéis de espectador e produtor têm na produção audiovisual e na sua repercussão. Em um mundo onde mais de 1,5 bilhão de pessoas estão conectadas (sendo mais de 45 milhões só no Brasil), mais de nove milhões acessam *blogs* mantidos por cerca de 170 milhões de blogueiros⁵, é preciso estudar as novas dinâmicas de construção audiovisual admitindo, como colocou André Lemos (2010, p. 29), “O caráter político do desenvolvimento tecnológico (...), já que a técnica é uma dimensão essencial da espécie humana que a coloca diante da natureza e de si mesma no desafio de transformação do mundo”. Observa-se, desse modo, a potencialidade política da apropriação da linguagem audiovisual e suas novas maneiras de produção e distribuição.

Deve-se colocar em foco, portanto, a utilização política que vem sendo feita a partir dessas novas possibilidades. Hoje, é possível observar um grande número de pessoas em fóruns, conferências, passeatas e atos registrando suas impressões da realidade, criando uma nova relação entre a tecnologia e os processos de comunicação

⁵Dados do *Ibope/NetRatings*.

social. É preciso entender o que será feito a partir disso, que tipo de produção audiovisual será gerada e como e onde ela irá repercutir. As novas formas de interação servem para expandir o que se entende por esfera pública, na qual estão inseridos indivíduos e grupos que antes não faziam parte do pequeno grupo de empresas de comunicação que comandavam o monopólio de produção e circulação de informação. Observe-se:

(...) a liberação da emissão não é apenas liberar a palavra no sentido de uma produção individual, mas colocar em marcha uma produção que se estabelece como circulação e conversação. A emissão livre e em rede cria assim uma potência para a reconfiguração social e política (LEMOS, 2010: p.26).

É claro que a *web* não é por si só um recurso puramente democrático e a redenção da comunicação para a humanidade. A lógica mercantilista se apropria da rede e cria mecanismos para que monopólios da informação se estabeleçam, em estruturas de poder que se adaptam à nova realidade. Contudo, ignorar a possibilidade de interação e estabelecimento de novas relações de comunicação a partir da *web* seria uma impertinência. Com a internet, novos formatos puderam ser criados, inclusive de produções audiovisuais, além de modelos de comportamento e potencial de relação entre produtores de conteúdo e a nova audiência, os internautas. Agora, existe a possibilidade de avaliar a recepção do que é publicado por parte da audiência e interagir com ela.

A internet é um espaço aberto para a veiculação de conteúdos e dinamizaçãodo papel anteriormente estático estabelecido entre produtores e espectadores. Existe, portanto, um ambiente propício ao armazenamento, à troca e à interação de conteúdos e pessoas. Agora, resta entender de que maneira é possível que as pessoas, habituadas a receber informações, principalmente quando se fala em audiovisual, poderão assumir papel ativo de produtores no processo comunicativo. Segundo Neder (2001), a eficiência tecnológica se tornou política e pública, quando que começou a serestabelecida politicamente na sociedade.

A resposta pode estar, portanto, nas novas tecnologias. Nos dias de hoje, tecnologias que capturam som e imagem são mais acessíveis do que nunca. Existem condições de parcelamento, níveis altos de concorrência... É claro que o acesso a esse tipo de tecnologia é impensável para muitas pessoas que sequer têm o que comer, mas

não se pode ignorar o fato de que nunca tantos seres humanos tiveram em suas mãos a possibilidade de captação audiovisual.

Vivemos num período histórico caracterizado como a “era da informação”, onde nos deparamos com a possibilidade de interação com novos aparatos tecnológicos, que estabelecem novas formas de comunicação entre as pessoas e das pessoas com coisas. Estamos vivenciando uma revolução, que tem como elemento central a tecnologia da informação e da comunicação (BRANCO, 2005: p. 227).

A análise aqui tratará das mídias mais acessíveis, econômica e tecnicamente falando. Tratam-se de celulares, câmeras portáteis e *tablets*, que já fazem parte, culturalmente, da vida de milhões de pessoas pelo Brasil. No país, já existem 140 milhões de celulares nas mãos de cerca de 73% da população brasileira. Aqui, o número de pessoas conectadas a partir de dispositivos móveis chega a 9% do total de 8,1 milhões de usuários de banda larga, números superiores aos registrados em países como Estados Unidos e França. De acordo com o International Data Corporation - Brasil, cerca de 450 mil *tablets* foram vendidos no Brasil durante o ano de 2011.

Percebe-se, portanto, que são criadas condições para que o grande público, antes relegado à apreciação passiva, agora é potencial produtor de conteúdo, e conta com espaço *online* para compartilhá-lo. Desse modo, é possível que as pessoas utilizem equipamentos relativamente simples e de baixo custo para registrarem as suas próprias impressões da realidade. E a veiculação desses conteúdos também é inovadora, uma vez inserida no *ciberespaço*. As relações estabelecidas com a audiência são completamente novas, havendo uma possibilidade muito maior de diálogo e interação.

Desse modo, hoje é estabelecido um ambiente muito mais democrático. Vozes e grupos antes marginalizados têm potencial para produzir e veicular conteúdos e compartilhar suas ideias, demandas e anseios mundo afora. Sob essa conjuntura, é importante entender quem está produzindo o quê. Em um mundo onde a lógica de mercado dá as regras para a comunicação, de que maneira as realizações contra-hegemônicas estão sendo feitas e exibidas? Por que as produções independentes e plurais surgem na contemporaneidade?

Esses conteúdos são reflexo da própria estrutura social contemporânea, na qual existe um movimento de reconhecimento das diferenças entre os indivíduos. Admitese, hoje, a não-homogeneidade étnica e cultural dos agrupamentos humanos, o que

impede a homogeneidade do discurso audiovisual, por exemplo. Essa fragmentação dá origem a um contingente de inaptos aos interesses mercantis do sistema, os excluídos. São seres humanos marginalizados e que atendem ao interesse sistêmico de garantir alguma reserva de força de trabalho. Estão ali para suprir potenciais necessidades de mais trabalho humano para a produção capitalista. São, portanto, descontentes que demandam espontaneamente legitimidade e inclusão, aspectos potencialmente alcançados a partir da participação em espaços políticos.

A democracia portátil

A partir da sofisticação tecnológica, novas formas de comunicar foram sendo estabelecidas. Com a fragmentação vivenciada na contemporaneidade e exposta anteriormente, os segmentos da sociedade passaram a demandar representação e legitimidade. Os meios de comunicação tradicionais não são o suficiente para contemplar a diversidade pós-moderna. Munidas de celulares, *tablets* e câmeras portáteis, aparelhos cada vez mais acessíveis, as pessoas agora podem assumir atividade na produção de informação participativa compartilhada *online*, paradigma relacionado ao conceito de *cibercultura*. A ele:

A cibercultura (Lemos, 2004) é o conjunto tecnocultural emergente no final do século XXI impulsionado pela sociabilidade pós-moderna em sinergia com a microinformática e o surgimento das redes telemáticas mundiais; uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação social. Esse conjunto de tecnologias e processos sociais ditam hoje o ritmo das transformações sociais, culturais e políticas nesse início de século XXI (LEMOS, 2010: ps. 21 e 22).

Desse modo, com os meios de produção de conteúdo nas mãos dos usuários, a tendência é que os processos comunicativos se tornem cada vez mais bidirecionais e interativos. Com essa construção, onde a mediação técnica é controlada pelos agentes da conversação e não por centros de editores de informação, será possível um mundo mais plural. A partir dessa conjuntura, é possível entender uma comunicação que contemple os diversos fragmentos sociais construídos na contemporaneidade. A partir da participação em espaços políticos, esses grupos podem garantir legitimidade e representação compartilhando seus próprios conteúdos.

Dentro desse contexto, entra uma nova forma de produção audiovisual, admitindo-se essa linguagem como ferramenta de propagação ideológica acessível e eficaz a partir dos dispositivos móveis e do espaço virtual, ambos já esclarecidos anteriormente. Em um mundo mais individualizado, as maneiras de abordagem e a criação de relações com a audiência têm de ser adaptadas. O público demanda uma fragmentação para o estabelecimento de laços e a propaganda reflete isso. Observa-se:

A programação pode, portanto, ter vários sentidos radicalmente diferentes. Ora é o instrumento privilegiado de uma política de televisão geralista, ora é nem mais, nem menos, que o instrumento de uma fragmentação da oferta em função da demanda. Ora ela traduz a vontade de fazer conviverem todos os públicos, coisa que está no fundamento da televisão geralista, ora permite a segmentação de públicos e expectativas, contentando-se em oferecer aquilo que os públicos demandam. (WOLTON, 1996: p. 101).

Em uma análise bastante abrangente sobre o audiovisual Wolton (1996) classifica a mídia como “geralista” e “fragmentada”. Por televisão geralista, se entende a programação que historicamente estabelecida, considerando o público como uma massa homogênea. A mídia fragmentada, por outro lado, é uma forma possível de evolução do audiovisual. Ela seria uma maneira de criação de identificação com o público, apresentando a ele traços característicos de sua própria realidade e que, por isso mesmo, lhe seriam interessantes. É por essa segunda abordagem que os audiovisuais feitos a partir de dispositivos móveis e compartilhados na *web* devem seguir.

Segundo o sociólogo Manuel Castells (2006) existe um novo modelo de comunicação pessoal, que se baseia no controle individual e na partilha coletiva da informação. Os celulares e a internet seriam as ferramentas por meio das quais esse modelo se tornaria possível, proporcionando que informações sejam produzidas, mesmo que contrariem ou desmintam o que é transmitido pela grande mídia. E um ponto fundamental dessa estrutura é o seu alcance global.

essa onda mobilizadora, apoiada por redes de comunicação entre telefones celulares obteve efeitos impressionantes na Coréia do Sul, nas Filipinas, na Ucrânia, na Tailândia, no Nepal, no Equador, na França... Pode obter um efeito imediato, como em abril passado na Tailândia, com a destituição do primeiro-ministro Thaksin Shinawatra pelo rei BhumibolAdulyadej. Ou na Espanha, com a derrota, nas eleições legislativas em março de 2004, do Partido Popular de José María Aznar (CASTELLS apud LEMOS, 2010: p. 71).

São práticas comunicacionais, portanto, que oferecem à sociedade maiores níveis de controle e intervenção. Também tratam de incluir agentes marginalizados pela grande mídia, potencializando o número de vozes e discursos. É a partir desse contexto que o número de produções e produtores audiovisuais cresce e, desse modo, cresce também a diversidade de olhares sobre a realidade, olhares atentos interventores diretos na construção da democracia.

Bibliografia

- BARBERO, Jesus Martins. **Dos Meios às Mediações**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- BOGO, Ademar. **Identidade e Luta de Classes**. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008.
- BRITO, Rosaly de Seixas. Mídia, Construção do Imaginário Moderno e Identidade no Brasil. In: AMARAL FILHO, Otacílio. CASTRO-HORÁCIO, Fábio Fonseca. SEIXAS, Netília Silva dos Anjos. (Orgs.). **Pesquisa em Comunicação na Amazônia**. Belém: Editora Scriba, 2010. p. 187-204.
- FIORI, Ernani Maria. **Conscientização e Educação. Educação e Realidade**. Porto Alegre: UFRGS. 1986.
- LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.
- LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna**. Lisboa: Editora Gradiva, 1989.
- MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1998.
- MORGAN, Lewis Henry. A sociedade antiga. In: CASTRO, Celso (Org.). **Evolucionismo Cultural. Textos de Morgan, Tylor e Frazer**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2005.
- PENNER, Tomaz. **A Fragmentação do Discurso Classista na Propaganda de Partidos Socialistas: Um Estudo de Caso do Partido Socialismo e Liberdade**. 2011. 112f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Publicidade) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal do Pará, 2011. LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O Futuro da Internet. Em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Editora Paulus, 2010.
- SENNET, Richard. **A Corrosão do Caráter**. Conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.
- WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Editora Ática, 1996.