

Oficina de Vídeo-documentário Como Possibilidade de Horizontalização da Comunicação¹

Helio RONYVON²

Aline LUCENA³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte, RN

RESUMO:

Este artigo explora a possibilidade de horizontalização da comunicação por parte das classes economicamente desfavorecidas e que vivem nas periferias tanto geográficas quanto sociais. Para tanto, pretende-se fazer uma pesquisa bibliográfica que fundamente um estudo de caso a respeito de uma oficina de vídeo-documentário ministrada em setembro de 2011 na Escola Municipal Prof.^a Terezinha Paulino no subúrbio da cidade de Natal, sob a premissa de que a possibilidade de acesso, discussão, produção e difusão de um conteúdo próprio aumentaria a visão crítica dos participantes enquanto receptores de informação das grandes corporações. A fim de chegar nessa discussão, faz-se uma relação da modernidade, tanto no que concerne aos seus adventos tecnológicos, quanto ideológicos, com a cotidianidade do homem comum e seu posicionamento marcado pela centralização da informação.

PALAVRAS CHAVE: Comunicação; Horizontalização; Informação; Modernidade; Periferia.

INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação de massa (rádio, televisão, jornal, cinema etc.) exercem grande influência sobre a sociedade, principalmente no que diz respeito à população classificada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) como classe C (classe economicamente baixa), a qual, por falta de acesso a uma maior diversidade de informação (ou ao excesso desordenado desta) ou, ainda, devido à falta de políticas públicas que fomentem a visão crítica desses receptores, fica fora do processo de produção e discussão da informação, servindo apenas como receptores deslocados de temas determinados pela mídia dita legítima.

Sob a perspectiva de centralização da informação, este artigo visa fazer um estudo de caso, analisando a oficina¹ de vídeo-documentário ministrada pelo autor deste artigo na Escola Municipal Prof.^a Terezinha Paulino, situada no bairro de Parque dos Coqueiros,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Rádio e TV da UFRN, e-mail: helioronyvon@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da UFRN, e-mail: aline.lucena@gmail.com

periferia de Natal, durante o mês de setembro de 2011, com alunos do sexto ano do ensino fundamental.

Essa análise tem o intuito de abordar o processo de produção da informação pela periferia, através da educomunicação como possibilidade de horizontalização da comunicação, ajudando no processo de identificação e aumento da visão crítica e receptora dos telespectadores periféricos. Através de uma política de desenvolvimento e produção de conteúdo comunicacional, o fluxo de informação não seria apenas centro-periferia, mas também percorreria o caminho inverso, aumentando as discussões a respeito de como a periferia é representada.

A MODERNIDADE, O COTIDIANO E O RETRATO DO HOMEM COMUM.

Deve-se sempre fugir da ideia do senso comum que modernidade é apenas sinal de novas tecnologias e novas possibilidades de consumo. Ela, obviamente, está também ligada a isso, mas na sua essência, a modernidade é uma promessa de novo, não apenas ao que concerne aos bens, mas às ideologias e às noções até então pré-estabelecidas. A modernidade se vale das ideias tradicionais para fortalecer sua busca pelo novo, sendo assim, ela adapta as tradições às suas necessidades. O moderno é um vislumbre utópico que não se concretiza, ele sempre está por vir (MARTINS, 2000).

Nos países colonizados (com exceção dos Estados Unidos e dos países da Oceania), a modernidade chega com suas maiores contradições, uma vez que seus povos não tiveram tempo hábil de lutar pelos seus valores, lutar pelo que realmente é importante para eles. Os produtos advindos da modernidade estão em todos os lugares dos países categorizados como “do sul” (SANTOS, 2009, p. 19). Porém, a noção de consciência moderna desenvolvida por José de Souza Martins (a interiorização e o devido respeito pelas relações sociais e pelas normas da sociedade) ainda não chegou por essas bandas.

Não raro modernos automóveis são dirigidos como se os motoristas estivessem montados em cavalo chucro, sem nenhuma consideração pelo que é sem dúvida um dos ingredientes da modernidade: as regras e leis de trânsito. Como se os ‘animais’ de cada um fizesse suas próprias regras. (MARTINS, 2000, p. 42).

É possível metaforizar a relação de centralização da informação dos países do “Norte” sobre os do “Sul” com a relação de domínio e defasagem do espaço midiático sofrida pelos habitantes de zonas periféricas das capitais brasileiras. Em menor escala, uma vez que se trata de âmbitos locais, mas ainda assim de forma intensa, as elites socioeconômicas seriam os

representantes diretos dos países do norte, ao passo que a periferia veria como equivalente os subjugados do sul (WOLTON, 2006, p. 68).

A possibilidade de obtenção eletroeletrônica, como os celulares, os televisores de alta definição e as câmeras digitais, por exemplo, levam os usuários desses produtos a crerem que o simples fato de fazerem uso dessas tecnologias já é “sinal de uma emancipação e de uma maior igualdade social” (WOLTON, 2006, p. 14), quando, na verdade, eles são apenas parte do processo de consumo e fortalecimento da verticalização da comunicação, uma vez que não fazem uso dessas tecnologias para serem ouvidos pela sociedade, aumentando o espaço e os temas usualmente discutidos. Isso não significa que os receptores são passivos e digerem as informações de maneira não crítica, mas sim que eles ficam a mercê de uma mídia que informa, mas não comunica, já que não há espaço nelas para os receptores se expressarem.

(...) nessa periferia do mundo moderno, artifícios são usados para prolongar o estado de novo, segundo a lógica tradicional e camponesa do uso, do usuário, e não do consumidor. A modernidade se apresenta assim, como a máscara para ser vista. (MARTINS, 2000, p. 39).

Outra característica intrínseca ao moderno é a necessidade de subjugar o tradicional, como se este fosse um fator de retrocesso, e, nesse processo, ele acaba por inferiorizar também a importância do homem comum e da vida cotidiana, quando na verdade, é esse homem e essa vida que se responsabilizam pelo mínimo de efetivação da modernidade nos países periféricos, afinal são eles no contexto cotidiano que fomentam os ideais modernos (MARTINS, 2000, p. 57).

Maior parte dos meios de comunicação vigente nos dias atuais são adventos da modernidade, o cinema (base tecnológica para a televisão) é um exemplo disso. Os primeiros filmes, os quais datam do final do século XIX, vislumbravam registrar o homem comum em sua vida rotineira. Eram registros curtos da população esperando um trem na estação, dos proletariados deixando as fábricas ao final de um dia de trabalho (COSTA in MASCARELLO, 2006, p. 17-18), enfim, nada muito elaborado se comparado ao cinema atual.

Apesar das técnicas terem se desenvolvido, o encantamento do cinema pelo homem comum, aquele que constrói sua história por conta própria (MARTINS, 2000), não apenas não diminuiu como passou a influenciar outros meios de comunicação, como a televisão, por exemplo.

Com a possibilidade do som, o homem comum passou a ser ouvido pelos meios de comunicação audiovisuais, tornando-se uma fonte essencial de confiabilidade entre o receptor e o produto, uma vez que a história sendo contada por quem a vivencia é um fator de grande respaldo. Segundo Bernadert, os entrevistados seriam a “voz da experiência”, eles falam de suas vivências e dão suporte ao discurso elaborado pelo cineasta. Esse discurso é introduzido no filme por meio de uma voz onisciente e onipresente, o qual detém as rédeas de tudo (BERNARDET, 2003).

Walter Benjamin, em seu texto “O narrador – Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”, disserta sobre a experiência de narrar, acreditando que apenas aquele ser com grande vivência, tanto no que se refere a conhecimento de mundo, quanto ao seu autoconhecimento, pode ser considerado um bom narrador. Para justificar isso, ele afirma que a voz da experiência é incontestável e elabora o perfil de dois tipos de narradores que para ele são a base para qualquer outro: o marinheiro comerciante e o camponês sedentário (BENJAMIN, 1936).

Porém, os formatos documentais de produção cinematográfica e televisiva não podem ser absorvidos como retrato fiel da realidade. Toda produção audiovisual é uma construção, é uma perspectiva de alguém sobre algo (WOLTON, 2006, p. 131). Logo, esse algo estará totalmente influenciado pela visão de mundo e carga ideológica de quem o produz e detém os meios de produção. Sob essa visão, os cineastas soviéticos passaram a ver o cinema como ferramenta social, pela qual poderiam difundir suas ideias, não apenas por ser um meio que atingiria a massa, mas principalmente por ele ser de fácil absorção (DA-RIN, 2004, p. 112-113). Os produtos documentais falam mais sobre quem produz do que sobre aquele que ele tenta captar.

Para Martins, o cotidiano não é simplesmente o lugar do rotineiro, mas sim o lugar das possibilidades, no qual o homem comum se vale das faltas de recursos para construir caminhos alternativos e criativos (MARTINS, 2000, p. 62-63). Na área da comunicação, isso não diverge muito, o cidadão que está à margem se vale de brechas na estrutura verticalizada para ter sua voz ouvida, ter seu discurso propagado.

PROGRAMA MAIS EDUCAÇÃO E OFICINAS DE FOMENTO DA VISÃO CRÍTICA.

O Programa Mais Educação é um projeto do governo federal que visa uma escola pública de tempo integral, na qual os estudantes teriam oficinas teórico-práticas das mais

diversas áreas do conhecimento no turno inverso ao que costumar estudar. Ou seja, os alunos do turno matutino teriam oficinas no turno vespertino e vice-versa. Dessa forma, eles passaram o dia no ambiente escolar rodeado das mais diversas formas de aprendizagem, além de terem a possibilidade de entrar em contato com atividades e esportes que usualmente não teriam acesso.

A Escola Municipal Prof.^a Terezinha Paulino, a qual serviu de base para essa pesquisa, contava com seis oficinas, sendo duas de esporte (Futebol e Taekwondo), duas de reforço pedagógico (Matemática e Português), duas de comunicação social (Rádio e Vídeo) e uma de música (Flauta Doce).

Atendendo às diferentes necessidades acadêmicas, físicas e motivacionais dos alunos, cada oficina pretendia proporcionar aos integrantes o contato com diferentes áreas do conhecimento. Sob esse viés, as oficinas de comunicação pretendiam desenvolver não apenas o caráter técnico, mas principalmente a perspectiva de recepção da informação. O intuito era tornar os estudantes receptores mais críticos, por meio de análises e discussões dos produtos midiáticos, tendo as bases da Educomunicação como alicerce para as aulas.

Entende-se por Educomunicação o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos, ou seja, os ambientes das relações de comunicação, cuja primeira manifestação é a relação das novas gerações com as tecnologias (MARTIN-BARBERO apud SOARES, 2002, p. 19-20). Esses espaços podem ser espaços educativos presenciais ou virtuais, incluindo as relações ao uso dos recursos da informação no processo de aprendizagem (SOARES, 2002, p. 19).

Outra área importante da Educomunicação é a denominada “educação para a comunicação”, a qual alimenta os estudos da recepção e volta-se para as reflexões em torno da relação entre os polos vivos do processo de comunicação (relação entre os produtores, o processo produtivo e a recepção das mensagens), assim como, no campo pedagógico, para os programas de formação de receptores autônomos e críticos frente aos meios (SOARES, 2002, p. 20).

(...) quanto mais informações houver, mais precisamos de *conhecimentos* para interpretá-las. É preciso, pois, completar o volume crescente de informações de toda a natureza, distribuídas pelo mundo inteiro, por um gigantesco esforço de produção de conhecimentos para a construção dos marcos de interpretação dessa revolução da informação. (WOLTON, 2006, p. 137).

As referidas oficinas de comunicação do Projeto Mais Educação vislumbravam não apenas por os alunos em contato com os processos de produção que abrangem essa área do conhecimento, mas principalmente trazer a tona uma discussão crítica a respeito das informações das quais eles são receptores, levando-os a perceber que cada veículo comunicacional abrange uma mesma informação de acordo com sua carga ideológica, e essas mensagens passam por um processo de negociação com as ideologias de quem as recebe, para só depois serem absorvidas ou não. (WOLTON, 2006, p. 33).

O modelo “vídeo-documentário” foi escolhido não só devido à sua facilidade de produção, uma vez que requer um menor número de equipamentos para a sua realização, mas também devido ao fato desse formato possibilitar a maior aproximação entre os produtores e o meio no qual estão inseridos, nesse caso em particular, o ambiente escolar.

O tema abordado pela oficina foi *Bullying*, com o qual todos os participantes estão diretamente envolvidos, seja de forma ativa, seja de forma passiva, em maior ou menor proporção. Ela se deu durante duas semanas e todas as etapas do desenvolvimento do produto documental foram abordadas, desde a escolha do tema e produção do argumento, até a escolha do material a ser editado, passando pelos processos mais técnicos de iluminação, direção, produção de roteiro base e noção básica de manuseio da câmera, a qual foi escolhida na tentativa de aproximação máxima com os aparelhos celulares e filmadoras digitais possuídos por grande parte dos componentes da oficina. Esta não possuía entrada para microfone, o que dificultou o processo de realização, porém a vivência na cotidianidade e suas dificuldades possibilitaram vias alternativas criativas, as quais foram: a escolha por gravar em determinadas salas com maior isolamento acústico e em horários específicos nos quais se sabia que a interferência sonora era menor, por exemplo. Escolhas que não poderiam ser feitas caso os produtores não fossem homens comuns em um ambiente cotidiano, uma vez que não conheceriam a fundo as emergências provenientes dessa realidade social e estariam condicionados aos fatores de produção ditos como “essenciais”. Nesse caso, vias alternativas seriam menos exploradas, o que dificultaria a execução do projeto. Essas características técnicas foram escolhidas no intuito de mostrar para eles que os meios técnicos de produção são menos importantes que a carga crítica da produção. Assim, eles poderiam continuar produzindo de forma autônoma, de acordo com seus recursos.

A base do processo de construção documental por meio da imagem era passar para os alunos que o simples fato de se produzir algo não configurava a comunicação em si (WOLTON, 2006, p. 16). Dessa forma “não há relação direta entre imagem e comunicação. Eis o que está no centro de um debate antigo: na imagem, cada um se perde, procura e

encontra algo essencial, mas não diretamente comunicacional” (WOLTON, 2006, p. 84-85). Sendo assim, é essencial pensarmos no receptor antes mesmo de pensarmos na produção da informação, pois caso não haja a devida recepção, absorção, crítica e reconstrução dialética não há efetivamente a comunicação.

A fim de elevar a visão crítica enquanto receptores, a legitimidade de algumas emissoras e determinados programas de televisão foram questionados. O excesso de credibilidade dado ao telejornal Jornal Nacional e à emissora Globo, por exemplo, foi debatido. Para tanto, levantou-se a questão da percepção da carga ideológica dos discursos apresentados por essa emissora e como ela molda a informação para que seu discurso seja eficaz sem ser necessariamente óbvio. A partir disso, foi iniciada uma discussão a respeito da legitimidade das informações e qual é, atualmente, o papel de grande parte dos ditos “formadores de opinião”, jornalistas e apresentadores de TV (WOLTON, 2006, p. 47).

Segundo Wolton, a sociedade do passado com seus receptores mais homogêneos, a quantidade relativamente pequena de mensagens circulantes e o menor número de canais daquela época possibilitavam que a informação fosse sinônimo de comunicação. Na sociedade atual, na qual os receptores são mais diversos, as mensagens são abundantes e os canais são demasiados, tem-se a sensação de que a sociedade da informação está suplantando a da comunicação (WOLTON, 2006, p. 151).

INFORMAÇÃO, PROPAGAÇÃO E COMUNICAÇÃO.

Em sua noção mais simples, a horizontalização da comunicação visa o fim, ou pelo menos o desaparecimento gradativo, do conceito de *broadcast*, no qual um veículo ou organização costuma disseminar conteúdo de forma unilateral e pouco participativa, a fim de abrir espaço para que a comunidade receptora, os usuários comuns, possa ser ouvida e ter sua mensagem proliferada. A horizontalização da comunicação seria uma tentativa de igualar a voz do cidadão comum com a dos monopólios comunicacionais, desestruturando as estruturas verticais.

Apesar de algumas críticas do próprio Wolton a respeito da internet banda larga e sua real eficácia na promoção da comunicação em detrimento à mera troca informacional, acreditando ele que a internet não efetiva necessariamente a comunicação (WOLTON, 2006, p. 85), é importante levar em consideração a perspectiva de que ela, a internet, aliada a uma estrutura educacional que possibilite um uso adequado de suas ferramentas, pode ser a brecha necessária na fundamentação verticalizada dos meios de comunicação formais para possibilitar a proliferação da voz dos periféricos impossibilitados de falar. Para tanto, é

importante o diálogo e fomento da visão crítica dessas pessoas, a fim de tirá-las do simples papel de usuários, levando-os ao patamar de consumidores conscientes.

Uma das vantagens da situação atual, em que haverá mais e mais situações de interações técnicas, será justamente o fato de acelerar uma cisão *crítica* dos *estereótipos* relativos ao suposto receptor passivo e uma reabilitação da capacidade do indivíduo de ser crítico e inteligente, qualquer que seja sua posição na gestão dos fenômenos de informação e de comunicação. (WOLTON, 2006, p. 36).

A partir dessa brecha na comunicação vertical, a legitimidade das informações passadas por aqueles que dominam os meios de comunicação massivos como a televisão, por exemplo, poderia ser criticada e desmistificada, deixando de ser necessariamente verdades absolutas pelo simples fato de serem legitimados pelos veículos de comunicação. Uma vez que o receptor tem a possibilidade de ser ouvido, ele se vê em posição semelhante àquele ao qual assiste. Assim, a autoridade do “formador de opinião” diminui, havendo uma *negociação* entre o receptor e o meio (WOLTON, 2006, p. 29).

No que concerne à oficina, ela estava diretamente ligada às mídias sociais, uma vez que, apesar da baixa idade, maior parte dos participantes era usuários dessas redes virtuais. Ou seja, todo conteúdo produzido e todas as discussões postas em sala a fim de elevar o desenvolvimento crítico, a recepção e a percepção dos discursos recebidos, além do processo de criação foi postado e divulgado via internet. Isso levou os participantes a se verem como produtores do discurso e não apenas receptores sem credibilidade.

Tal qual acontece nas relações globalizadas de informação, nas quais os “países do Norte” centralizam e difundem a informação para os “países do Sul”, as estruturas da comunicação nacional e local seguem a mesma lógica. No caso do Brasil, o eixo Rio-São Paulo se encarrega do monopólio informacional, e em âmbito local, o centro domina as relações de informação e comunicação com a periferia. Porém a noção de diversidade não é respeitada, o que leva a uma homogeneização dos temas debatidos, não havendo um nível de relevância local e sim temas determinados de acordo com a relevância estabelecida por quem domina os meios. Afinal, “não nos comunicamos do mesmo modo no Norte e no Sul, no Oriente e no Ocidente. Se as ferramentas são idênticas, os modelos culturais e sociais são diferentes” (WOLTON, 2006, p. 29).

CONSIDERAÇÕES FINAIS.

A partir do momento em que a população se enxerga realmente como possíveis produtores de conteúdo midiático, e não apenas receptores sem direito a espaço sequer nas brechas da verticalização, ela passará a se questionar a respeito da forma pela qual é usualmente representada pelos meios de comunicação.

Nesse aspecto, o devido consumo, e não simples uso, dos produtos advindos da modernidade é fundamental para possibilitar a horizontalização da comunicação. Porém, para haver inicialmente a conscientização do potencial comunicacional desses produtos, políticas educacionais devem ser implementadas a fim de levar as discussões a respeito da comunicação para as periferias, propondo estratégias de ensino dos métodos de produção de informação e possibilidade de efetivação da comunicação, além de debates que os levem a questionar o conteúdo aos quais são submetidos.

A oficina de vídeo-documentário foi uma tentativa de elevar o conhecimento crítico dos participantes com relação ao conteúdo que eles absorvem e a forma que eles se enxergam, levando-os a produzirem algo de seu real interesse (e não algo imposto pela mídia como importante). Dessa forma, eles se veriam nesse produto final como seres possíveis de voz, não apenas representações superficiais reforçadas pelas elites comunicacionais em programas policiais.

Essa tentativa seguiu o fluxo do pensamento de Wolton no que concerne à expressão. “O indivíduo que aprendeu a melhor se conhecer e a se expressar é também mais crítico e está disposto a questionar qualquer esquema tradicional” (WOLTON, 2006, p. 30). Deve-se levar sempre em consideração que a expressão é apenas a primeira etapa da comunicação, a segunda se daria pela construção da relação (WOLTON, 2006, p. 14).

Durante o processo de construção e discussão de informação, alguns aspectos interessantes foram mostrados no que concerne à visão deles sobre suas representações pelas mídias tradicionais de massa, o que reafirmou a ideia de que os receptores atuais não são mais tão passivos quanto a mídia costumava acreditar. Maior parte dos envolvidos na oficina se questionava a respeito do motivo pelo qual os bairros nos quais vivem só eram mostrados em situações específicas, geralmente ruins, como sendo uma zona de criminalidade ou com falta de infraestrutura, por exemplo. Com relação a isso, os participantes afirmavam que essa representação do subúrbio faria com que o restante da sociedade visse com maus olhos o lugar onde vivem, o qual, segundo eles, não é tão criminalizado e perigoso quanto mostrado pelos programas policiais. A partir dessa discussão, foi trazida a tona a necessidade da mídia de tentar subjugar o homem comum e seu lugar no cotidiano, valendo-se de uma legitimidade

imposta por ela própria para falar das comunidades periféricas de modo superficial e generalizante.

A fim de se estabelecer de fato a comunicação, além do processo de construção da informação, os participantes passaram por um debate cujo intuito era definir formas de não apenas divulgar o discurso produzido por eles, mas também levar a conscientização aos receptores, fazendo-os pensar a respeito do que recebem e, de alguma forma, devolvendo para os produtores seu posicionamento. A partir disso, seria possível criar um campo de relação entre produtores e receptores, a fim de não fortalecer dentro da própria periferia uma ideia de centralização da informação. A ideia era possibilitar um contato mais próximo entre os produtores e os receptores dentro da própria comunidade.

A alternativa encontrada pelos participantes para efetivar a comunicação e fomentar o debate foi a exibição aberta ao público, tanto escolar, quanto o restante da sociedade, do produto realizado na oficina – um curta vídeo-documentário com depoimentos e posicionamentos dos estudantes a respeito do tema *bullying*. Após a exibição, os participantes da oficina falaram a respeito da construção do produto midiático e das discussões sobre a evolução do nível de percepção crítica deles com relação ao conteúdo que costumam receber das mídias tradicionais.

Além da exibição, todo o material foi divulgado na rede a fim de quebrar as barreiras da periferia, passando a falar para um público mais amplo através de um blog e das mídias sociais, as quais possibilitaram, além da proliferação do discurso dos até então midiaticamente subjugados, o contato direto com pessoas dos mais diferentes níveis culturais, sociais e econômicos das mais diversas zonas geográficas.

Projetos como esse, que tentam elevar o nível de recepção da classe média baixa na tentativa de efetivar uma comunicação entre a periferia e o resto da sociedade, são de fundamental importância, uma vez que, a partir do conhecimento e do devido uso da mentalidade e dos produtos tecnológicos, a horizontalização da comunicação, mesmo que em uma pequena proporção, se torna possível.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros

BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1993.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cineastas e Imagens do Povo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

DA-RIN, Silvio. **Espelho Partido**. Rio de Janeiro: Azougue, 2004.

MARTINS, José de Souza. **A sociabilidade do homem simples**. São Paulo: Editora Hucitec, 2000.

MASCARELLA, Fernando (org.). **História do Cinema Mundial**. São Paulo: Papyrus, 2006.

SANTOS, Boaventura de Sousa. MENESES, Maria Paula (org.). **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Editora Cortez, 2010.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

Sites

BARBIZANI, Vinícius. **Cara-a-cara na horizontal**. Disponível em <http://www.cdndigital.com.br/tags/comunicacao-horizontal/>> Acesso em: 30.04.2012 às 10h

SHINKAI, Marie. **Manipulação dos meios de comunicação de massa**. Disponível online em http://www.nead.unama.br/site/bibdigital/pdf/artigos_revistas/104.pdf> Acesso em: 29.04.2012 às 23h.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Gestão Comunicativa e Educação: Caminhos da Educomunicação**. Disponível online em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/viewFile/4172/3911>> Acesso em: 29.04.2012 às 22h30.

>. Acesso em 4 de novembro de 2011

<http://www.ibge.gov.br/home/>> Acesso em 25 Junho de 2012.