

**Mídia, cotidiano e identidade religiosa:
uma análise da Mídia Católica contemporânea**

*Media, everyday life and religious identity:
an analysis of contemporary Catholic Media*

Rubem José Bruno SAMPAIO¹

Resumo

A centralidade da mídia na organização da vida social contemporânea ampliou sua função como instância mediadora do cotidiano, da cultura e das identidades. Nesse cenário, as mídias religiosas, especialmente as mídias Católicas Apostólicas Romanas, configuram um fenômeno comunicacional relevante para a análise acadêmica, ao articularem doutrina, valores e formas de pertencimento que extrapolam o espaço institucional da Igreja. Este artigo analisa a mídia católica contemporânea a partir de uma perspectiva comunicacional, destacando sua atuação no cotidiano e na identidade religiosa. Fundamentado em autores do campo da comunicação e da mídiatização, o estudo examina práticas comunicacionais em rádios, emissoras de televisão e plataformas digitais católicas, evidenciando conteúdos informativos, formativos e educativos. Argumenta-se que a mídia católica participa ativamente da construção de vínculos comunitários, da circulação de valores e da inserção do católico na vida social mídiatizada.

Palavras-chave: Comunicação. Mídia. Cotidiano. Mídia Católica.

Abstract

The centrality of media in the organization of contemporary social life has expanded its role as a mediating instance of everyday life, culture, and identities. In this context, religious media, especially Roman Catholic media, constitute a communicational phenomenon of relevance for academic analysis, as they articulate doctrine, values, and forms of belonging that extend beyond the institutional space of the Church. This article analyzes contemporary Catholic media from a communicational perspective, highlighting their role in everyday life and in the construction of religious identity. Grounded in authors from the fields of communication and mediatization, the study examines communicational practices in Catholic radio stations, television broadcasters, and digital platforms, highlighting informative, formative, and educational content. It is argued that Catholic media actively participate in the construction of community bonds, in the circulation of values, and in the insertion of Catholics into mediatized social life

Keywords: Communication. Media. Information. Everyday Life. Catholic Media.

¹ Especialista em Docência no Ensino Superior. Faculdade Vales de Minas.
E-mail:rubembrunoadv@gmail.com

Introdução

A mídia ocupa uma posição estruturante na organização da vida social contemporânea, atuando como instância mediadora das práticas sociais, da circulação simbólica e da produção de sentidos compartilhados. No campo da comunicação, consolida-se a compreensão de que os meios não podem ser reduzidos a dispositivos técnicos de transmissão, mas devem ser analisados como espaços de mediação cultural, nos quais se articulam linguagens, valores, disputas simbólicas e processos de identificação social (Martín-Barbero, 2009; Silverstone, 2011).

A relação entre mídia e cotidiano evidencia-se na forma como os processos comunicacionais se integram às rotinas ordinárias da vida social, organizando temporalidades, hábitos e práticas culturais. A presença contínua dos meios nas experiências diárias contribui para a constituição de referenciais simbólicos que orientam a percepção da realidade, a tomada de decisões e a construção de vínculos sociais, tornando a mídia um dos principais ambientes de socialização na contemporaneidade (Canclini, 2015; Morais et al., 2020).

Nesse contexto, a identidade é compreendida como uma construção social dinâmica, continuamente reelaborada nos processos comunicacionais. As narrativas midiáticas oferecem repertórios simbólicos por meio dos quais os sujeitos reconhecem a si mesmos e aos outros, negociando pertencimentos, diferenças e formas de visibilidade social (Hall, 2016). Essa dinâmica se intensifica em um cenário de midiatização e plataformização, no qual a circulação de discursos se amplia e se fragmenta.

As mídias de orientação religiosa inserem-se plenamente nesse cenário. Longe de se restringirem à difusão de conteúdos doutrinários, funcionam como instâncias mediadoras entre a experiência individual da fé e sua dimensão social. No caso da mídia católica, observa-se a articulação de práticas comunicacionais que contribuem para a manutenção de vínculos comunitários, para a circulação de valores éticos e para a orientação da vivência religiosa no cotidiano, para além dos espaços institucionais da Igreja.

A Igreja Católica Apostólica Romana reconhece a centralidade da pessoa humana como princípio, sujeito e finalidade da vida em sociedade. Em leitura indireta dos documentos catequéticos, a comunicação social é concebida como prática a serviço do bem comum, da dignidade humana e da responsabilidade ética na circulação das

informações (Igreja Católica, 2005). Tal perspectiva oferece uma base conceitual relevante para analisar a mídia católica como fenômeno comunicacional e social.

Diante desse cenário, este artigo analisa a mídia católica contemporânea sob uma perspectiva comunicacional, destacando seu papel na construção do cotidiano e da identidade religiosa em uma sociedade marcada pela midiatização.

Mídia, cotidiano e identidade

A compreensão da mídia como fenômeno social exige superar abordagens estritamente instrumentais. A mídia atua como instância de mediação cultural, articulando práticas sociais, linguagens e formas simbólicas que estruturam a experiência cotidiana e os modos de sociabilidade (Martín-Barbero, 2009).

O cotidiano constitui um espaço privilegiado de produção e negociação de sentidos, no qual valores, normas e crenças são constantemente reafirmados ou tensionados. A mídia integra-se a esse campo ao oferecer narrativas interpretativas que organizam a percepção dos acontecimentos e influenciam hábitos, temporalidades e formas de engajamento social (Silverstone, 2011; Morais et al., 2020).

A identidade, por sua vez, deve ser compreendida como processo relacional e histórico, produzido no interior das práticas comunicacionais. Os meios de comunicação desempenham papel central ao disponibilizarem representações e discursos que permitem aos sujeitos reconhecerem-se como parte de comunidades simbólicas, ao mesmo tempo em que negociam diferenças e disputas por visibilidade (Hall, 2016; Tomaz, 2023).

No âmbito das mídias religiosas, essa mediação assume contornos específicos. A mídia católica participa da atualização de valores religiosos no cotidiano, integrando fé, cultura e vida social. Ao fazê-lo, dialoga com diferentes públicos e contextos, operando como espaço de formação simbólica e de circulação de sentidos religiosos em consonância com princípios de solidariedade, dignidade humana e bem comum (Igreja Católica, 2005).

A identidade religiosa, nesse contexto, não se constitui apenas como adesão doutrinária ou pertença institucional, mas como experiência vivida no cotidiano, mediada por práticas simbólicas reiteradas. A mídia participa desse processo ao oferecer narrativas, imagens e discursos que atualizam continuamente os referenciais de fé, permitindo que os sujeitos articulem sua identidade religiosa às dinâmicas da vida social

contemporânea. Trata-se de um processo no qual o pertencimento é reafirmado não apenas pela crença, mas pela participação simbólica em práticas comunicacionais recorrentes.

Sob essa perspectiva, a mídia católica opera como espaço de estabilização simbólica em um cenário marcado pela fragmentação das experiências sociais. Ao integrar conteúdos religiosos às rotinas ordinárias, seja por meio de programas jornalísticos, transmissões litúrgicas ou conteúdos digitais, esses meios contribuem para a construção de uma identidade religiosa que se mantém ativa no fluxo cotidiano da vida social. Essa dinâmica dialoga com a compreensão da identidade como processo relacional, permanentemente negociado nas interações sociais e midiáticas (Hall, 2016).

A presença recorrente da mídia no cotidiano contribui para a naturalização de determinadas formas de ver, interpretar e experimentar o mundo social. Ao integrar-se às rotinas diárias, a comunicação midiática passa a operar como referência simbólica estável, influenciando percepções, expectativas e formas de pertencimento. Silverstone (2011) destaca que a mídia não apenas informa sobre a realidade, mas participa ativamente da sua construção simbólica, ao estabelecer enquadramentos que orientam a interpretação dos acontecimentos. No caso das mídias religiosas, essa dinâmica assume um caráter particular, pois articula sentidos transcendentais às experiências ordinárias da vida social, contribuindo para que a identidade religiosa seja continuamente reafirmada e atualizada no cotidiano.

A dimensão ritual da comunicação, conforme formulada por Carey (1989), oferece um aporte relevante para compreender esse fenômeno. Ao invés de enfatizar a transmissão de informações, a comunicação ritual privilegia a manutenção da comunidade no tempo, a reafirmação de crenças compartilhadas e a produção de comunhão simbólica. No caso da mídia católica, essa lógica manifesta-se na recorrência dos formatos, na repetição dos discursos e na previsibilidade dos conteúdos, elementos que contribuem para a coesão identitária e para a continuidade da experiência religiosa no cotidiano.

Mídia católica contemporânea e práticas comunicacionais

A mídia católica contemporânea insere-se em um ecossistema comunicacional marcado pela convergência de meios, pela midiatização das relações sociais e pela

plataformização da comunicação. Rádios, emissoras de televisão, portais institucionais e redes sociais compõem uma malha comunicacional que amplia o alcance e diversifica os formatos de circulação de conteúdos religiosos, informativos e culturais.

A noção de plataformização contribui para compreender esse processo ao evidenciar que as plataformas digitais não operam apenas como suportes técnicos, mas como mediadoras ativas que organizam fluxos de informação, regimes de visibilidade e formas de engajamento (Gillespie, 2010; Bastos, 2022).

Sob essa perspectiva, a comunicação pode ser compreendida não apenas como transmissão, mas como prática cultural orientada à manutenção da comunidade no tempo. Carey (1989) propõe uma visão ritual da comunicação, segundo a qual os processos comunicacionais criam comunhão simbólica, reafirmam crenças compartilhadas e contribuem para a coesão social. As plataformas digitais contemporâneas atualizam essa lógica ao possibilitar novas formas de participação e circulação simbólica, sem romper com sua função social originária.

Iniciativas como o Vatican News exemplificam essa lógica ao estruturar fluxos comunicacionais globais, reorganizando as relações entre tempo, espaço e comunidade religiosa.

Padres comunicadores como Marcelo Rossi e Reginaldo Manzotti tornaram-se referências paradigmáticas dessa presença midiática, ao articularem liturgia, orações, fé, comunicação afetiva e formatos populares.

A presença midiática de agentes religiosos também implica transformações nas formas tradicionais de autoridade. Em contextos midiáticos, a autoridade religiosa não se sustenta exclusivamente na posição institucional, mas passa a ser construída por meio da visibilidade, da performance comunicativa e da capacidade de estabelecer vínculos afetivos com os públicos.

Esse deslocamento não elimina a dimensão institucional da Igreja, mas a reconfigura em diálogo com as lógicas contemporâneas da comunicação (Thompson, 2011).

Nesse sentido, a atuação de comunicadores religiosos em diferentes plataformas evidencia estratégias que combinam proximidade simbólica, linguagem acessível e recorrência comunicacional. A autoridade religiosa emerge, assim, como resultado de processos comunicacionais contínuos, nos quais engajamento, identificação e reconhecimento desempenham papel central. Conforme argumenta Bastos (2020), o

engajamento constitui uma dimensão fundamental da comunicação contemporânea, operando como elemento articulador entre visibilidade, participação e construção de sentidos.

Essa lógica reforça a compreensão da mídia católica como espaço de construção comunitária, no qual a fé é vivenciada não apenas como conteúdo, mas como experiência comunicacional compartilhada. Ao integrar práticas religiosas ao cotidiano midiático, esses meios contribuem para a manutenção dos vínculos comunitários e para a atualização simbólica da tradição religiosa em contextos sociais marcados pela aceleração do tempo e pela reconfiguração dos espaços de sociabilidade.

Essa atuação evidencia estratégias comunicacionais que ampliam a visibilidade pública da religião e a inserem no fluxo cotidiano da vida social, reorganizando formas de autoridade religiosa em contextos midiáticos (Thompson, 2011).

Nas redes sociais, iniciativas como Frei Gilson, O Catequista, Santa Carona e Sant Flow exemplificam práticas comunicacionais descentralizadas, baseadas na interação contínua e na proximidade simbólica.

Nessas experiências, a autoridade religiosa constrói-se por meio da performance comunicativa, do engajamento e da identificação cotidiana, dialogando com lógicas contemporâneas de participação e visibilidade (Bastos, 2020; Cabral Filho, 2021).

No campo radiofônico, emissoras como a Rádio Catedral FM, da Arquidiocese do Rio de Janeiro, incorporam práticas jornalísticas ao veicular o programa jornalístico e de prestação de serviços, o “Em Dia com a Notícia”, que tem como lema “Um olhar cristão sobre a realidade”, articulando fé e informação no cotidiano dos ouvintes.

Estudos sobre rádio e audiência jovem demonstram que a diversificação de formatos e a presença nas redes sociais fortalecem vínculos e ampliam a relevância social do meio (Fontes, 2023; 2024).

Web rádios católicas, por sua vez, expandem essa lógica ao integrar conteúdos educativos, culturais e de cidadania, promovendo uma experiência comunicacional que dispensa a necessidade de deslocamento para outros ambientes midiáticos e aqui citamos a Web Rádio Amparo, da Igreja Nossa Senhora do Amparo em Tanguá – RJ, que além do conteúdo religioso, tem programas “Falando de Direito” apresentado pelo advogado Rubem Bruno que informa direitos de linguagem simples, “Deus nos faz sorrir” da dentista Fernanda Quintanilha sobre saúde bucal, “Ao Redor da Mesa” de Ricardo Franco, que ensina as pessoas cozinharem sem desperdício, “Psicologia e Vida” da

psicóloga Paula Barreto que trata de saúde mental e outros programas.

A circulação midiática intensifica o poder simbólico da comunicação ao reorganizar formas de influência e visibilidade social. No entanto, a recepção não deve ser compreendida como passiva. Conforme Rancière (2012), os sujeitos interpretam, negociam e ressignificam os conteúdos a partir de seus repertórios culturais, exercendo formas de agência no processo comunicacional.

Historicamente, a comunicação ocupa papel central no cristianismo. As cartas paulinas constituem exemplos de mediação comunicacional que mantinham a comunidade unida no tempo e no espaço. As plataformas digitais contemporâneas atualizam essa função, reafirmando a comunicação como prática social de construção da comunidade (Carey, 1989).

Comunicação, educação e formação no cotidiano

A atuação da mídia católica no cotidiano evidencia que os processos formativos não se restringem aos espaços formais de ensino nem à catequese institucional. Ao integrar conteúdos religiosos, informativos, culturais e de utilidade pública, esses meios operam como instâncias de mediação comunicacional nas quais saberes, valores e referências sociais são continuamente produzidos e atualizados. Trata-se de uma formação difusa, realizada no fluxo das práticas comunicacionais cotidianas, em consonância com a compreensão da mídia como ambiente privilegiado de socialização e produção de sentidos na contemporaneidade (Martín-Barbero, 2009; Morais et al., 2020).

Nesse contexto, observa-se que a dimensão educativa da mídia católica manifesta-se tanto por meio de conteúdos confessionais quanto por iniciativas não confessionais. No âmbito confessional, programas de caráter doutrinário veiculados por emissoras televisivas, como *Escola da Fé*, apresentado por Felipe Aquino na Canção Nova, bem como ações desenvolvidas em plataformas digitais por iniciativas como *O Catequista* do Diácono Alexandre Varela e Viviane Varela, Padre Paulo Ricardo e *Santa Carona* do Guilherme Cadoiss, exemplificam práticas comunicacionais voltadas à formação religiosa contínua, com ênfase na sistematização de conteúdos doutrinários e morais. Paralelamente, experiências radiofônicas e em web rádios católicas, como os programas já mencionados *Falando de Direito* e *Ao Redor da Mesa*, vinculados à Web Rádio Amparo, evidenciam a circulação de conhecimentos jurídicos, sociais e culturais em

linguagem acessível, promovendo educação cidadã sem ruptura com o ambiente simbólico religioso. Essa coexistência de conteúdos reforça a compreensão da comunicação como processo formativo transversal, que articula fé, cultura e cotidiano.

Esses processos formativos mediados pela mídia ocorrem em um ambiente marcado por disputas simbólicas que atravessam a produção, a circulação e a recepção dos conteúdos comunicacionais. Ao organizar narrativas recorrentes, enquadramentos temáticos e regimes de visibilidade, a mídia atua como instância pedagógica difusa, orientando modos de interpretação da realidade social, hierarquizando temas e legitimando determinados discursos em detrimento de outros. Trata-se de uma formação que não se realiza de modo neutro, mas que está inserida em relações de poder e em lógicas de mediação próprias da sociedade midiaticizada, nas quais aprender e interpretar tornam-se práticas cotidianas indissociáveis da comunicação (Martín-Barbero, 2009; Morais et al., 2020).

A intensificação da midiaticização e da plataformização amplia esses processos ao reorganizar fluxos comunicacionais e formas de autoridade simbólica. Ainda que as plataformas digitais ampliem possibilidades de participação e circulação discursiva, elas também operam mecanismos de hierarquização da visibilidade e do engajamento. Como observa Bastos (2020), a formação mediada pela comunicação contemporânea se realiza em tensão permanente entre participação ativa e condicionamentos estruturais, configurando aprendizagens que se dão no cotidiano, por meio da recorrência, da interação e da negociação de sentidos.

A recorrência dessas práticas comunicacionais contribui para a constituição de um ambiente simbólico no qual a experiência religiosa se torna parte integrada da vida social midiaticizada. A repetição de formatos, temas e discursos favorece a estabilização de sentidos e a criação de expectativas compartilhadas, elementos centrais para a construção de vínculos comunitários. Thompson (2011) observa que, em contextos de midiaticização, os meios passam a desempenhar papel decisivo na organização das relações sociais, influenciando formas de autoridade, reconhecimento e pertencimento. No caso da mídia católica, essa lógica se expressa na capacidade de articular tradição religiosa e linguagens contemporâneas, permitindo a atualização simbólica da fé em diálogo com as transformações do espaço público e das práticas culturais.

As abordagens teóricas que articulam comunicação e educação oferecem subsídios para compreender essas práticas sem reduzi-las a modelos pedagógicos

tradicionais. A perspectiva da educomunicação, conforme formulada por Ismar de Oliveira Soares, compreende os processos educativos mediados pela comunicação como constitutivos de ecossistemas comunicacionais orientados à participação, à circulação democrática do conhecimento e à formação cidadã (Soares, 1999). Essa abordagem permite interpretar as práticas da mídia católica como experiências educativas que se realizam no cotidiano por meio da mediação, do engajamento e da construção compartilhada de sentidos, em diálogo com outras leituras do campo que enfatizam o papel formativo da comunicação na vida social (Cabral Filho, 2021; Bastos, 2020; Saldanha, 2021). Ainda que nomeadas de formas distintas, essas perspectivas convergem ao reconhecer que a comunicação constitui um espaço central de formação social, no qual os sujeitos aprendem, interpretam e ressignificam conteúdos, valores e práticas no curso ordinário da vida social.

A formação que emerge desses processos comunicacionais caracteriza-se por sua natureza não formal e contínua, desenvolvendo-se no interior das práticas sociais mediadas pela comunicação. Diferentemente dos modelos pedagógicos estruturados, essa aprendizagem ocorre de modo difuso, por meio da exposição recorrente a narrativas, valores e enquadramentos que orientam a compreensão da realidade. Martín-Barbero (2009) enfatiza que aprender, nesse contexto, está profundamente associado aos modos de circulação cultural e às mediações que atravessam o cotidiano. Assim, a mídia católica atua como espaço de aprendizagem social ao integrar conteúdos religiosos, éticos e culturais às experiências ordinárias, favorecendo processos formativos que se realizam na intersecção entre comunicação, cultura e vida cotidiana.

Considerações finais

A análise da mídia católica contemporânea evidencia que seus processos comunicacionais ultrapassam a função estritamente informativa ou evangelizadora, configurando-se como práticas sociais que incidem diretamente sobre o cotidiano e a construção da identidade religiosa. Ao operar em diferentes meios e plataformas, a mídia católica participa ativamente da produção de sentidos, da circulação de valores e da mediação simbólica entre fé, cultura e vida social, inserindo-se nas dinâmicas próprias da sociedade midiaticizada.

Os exemplos analisados demonstram que a formação promovida por esses meios

ocorre de maneira difusa e contínua, integrando conteúdos confessionais e não confessionais em um mesmo ambiente comunicacional. Programas doutrinários, iniciativas digitais e experiências radiofônicas voltadas à educação cidadã revelam que a comunicação religiosa não se limita à transmissão de dogmas, mas se articula com temas sociais, jurídicos e culturais, favorecendo processos de aprendizagem, reflexão e participação no cotidiano. Essa coexistência de conteúdos reforça a compreensão da mídia como espaço formativo transversal, no qual diferentes saberes são produzidos, negociados e ressignificados pelos sujeitos.

Do ponto de vista teórico, as contribuições do campo da comunicação e da cultura permitem compreender a mídia católica como instância de mediação e socialização, em consonância com abordagens que enfatizam o papel formativo da comunicação na vida social. As diferentes leituras que articulam comunicação e educação, entre elas a educomunicação, convergem ao reconhecer que os processos comunicacionais constituem experiências educativas que se realizam no fluxo ordinário da vida cotidiana, por meio da interação, da recorrência e da participação ativa dos públicos.

Sob essa perspectiva, a dimensão educativa da comunicação ultrapassa modelos pedagógicos formais e passa a ser compreendida como experiência social cotidiana. Abordagens do campo da comunicação e da educação, ainda que nomeadas de maneiras distintas, convergem ao reconhecer que os processos comunicacionais constituem espaços de aprendizagem social, nos quais os sujeitos interpretam, negociam e ressignificam valores, normas e práticas culturais. A educomunicação, conforme formulada por Ismar de Oliveira Soares, integra esse conjunto de leituras ao enfatizar a constituição de ecossistemas comunicacionais orientados à participação, à circulação democrática do conhecimento e à formação cidadã, compreendendo a comunicação como dimensão estruturante dos processos educativos que se realizam no curso ordinário da vida social (Soares, 1999; Cabral Filho, 2021; Saldanha, 2021).

Conclui-se, portanto, que a mídia católica contemporânea desempenha papel relevante na formação simbólica e identitária dos sujeitos, atuando como espaço de construção de pertencimento, de circulação de valores e de aprendizagem social. Ao integrar fé, cotidiano e comunicação, esses meios contribuem para a inserção do católico na vida social e para a compreensão da comunicação como dimensão constitutiva dos processos educativos e culturais na contemporaneidade.

Referências

BASTOS, Pablo Nabarrete. Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito. **MATRIZES**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 193–220, 2020.

BASTOS, Pablo Nabarrete. Hegemonia e engajamento em contexto de midiaticização e plataformização. **Liinc em Revista**, v. 18, n. 2, p. e6066, 2022.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz. Comunicação pós-massiva de massa. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 45, 2021.

CAREY, James W. **Communication as culture: essays on media and society**. Boston: Unwin Hyman, 1989.

FONTES, Helen Pinto de Britto. **Rádios jovens em disputa pela audiência**. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2023.

FONTES, Helen Pinto de Britto. Rádio em busca da audiência jovem: o papel das mídias sociais na construção de vínculos com ouvintes. **Radiofonias**, v. 14, p. 166, 2024.

GILLESPIE, Tarleton. The politics of “platforms”. **New Media & Society**, Thousand Oaks, v. 12, n. 3, p. 347–364, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2016.

IGREJA CATÓLICA. **Compêndio da doutrina social da igreja**. São Paulo: Paulinas, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

MORAIS, Larissa; BASTOS, Pablo Nabarrete; RIBEIRO, Renata Rezende; TOMAZ, Renata (Org.). **Mídia e cotidiano: uma cartografia de pesquisas**. Niterói: EdUFF, 2020.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

SALDANHA, Patrícia Gonçalves. Publicidade social e sua tipificação: uma metodologia de transformação social. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 18, n. 52, p. 292–313, 2021.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 2. ed. São Paulo: Loyola, 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. Comunicação/educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais. **Contato**, Brasília, ano 1, n. 1, p. 19–74, jan./mar. 1999.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2011.

TOMAZ, Renata. Olha quem está falando! Tensões entre visibilidade e audibilidade no protagonismo infantil digital. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 30, e43240, 2023.