

A importância da crítica para a construção de uma mídia cidadã¹

Janaine S. Freires AIRES²

Resumo

Neste artigo, vamos discorrer sobre o papel dos Observatórios, especialmente o Observatório da Mídia Paraibana, no processo de consolidação da cidadania. Levamos em consideração que o discurso midiático perpassa as várias orientações das nossas práticas sociais, estabelecendo, mantendo e transformando as relações de poder. O exame dos nossos processos midiáticos desenvolvido pelos observatórios, portanto, é expressão da necessidade do fortalecimento do Direito Humano à Comunicação. Nosso objetivo é refletir sobre a atuação dessas ferramentas para o fortalecimento da cidadania.

Palavras-Chaves: Crítica de Mídia. Direito Humano à Comunicação. Cidadania. Práticas Sociais. Observatório da Mídia Paraibana.

Introdução

“A mídia só se transformará em um espaço público democrático, representativo da pluralidade da sociedade, se as várias verdades e pontos de vista antagônicos forem simultânea e permanentemente tornados públicos e acessíveis” (MOTTA, 2008, p.37). A frase, que é uma das notas conclusivas do artigo “*Crítica da Mídia: da resistência civil ao desenvolvimento humano*” de Luiz Gonzaga Motta, é a nossa aposta como nota introdutória para discutir o papel dos observatórios de mídia no contexto da efetivação de uma Mídia Cidadã.

O presente trabalho traz uma reflexão sobre a importância da valorização da dimensão crítica no processo de Democratização das Comunicações no Brasil e da

¹ Artigo apresentado a IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e na IV Conferência Sul-americana de Mídia Cidadã, da Universidade Federal do Paraná, em 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Bolsista Faperj. Membro do Observatório da Mídia Paraibana. E-mail: janaineaires@gmail.com

construção de uma Mídia Cidadã, isto é, aquela comprometida com a pluralidade e com o respeito aos Direitos Humanos. Para tanto, foca-se a análise no papel desempenhado pelos Observatórios de Mídia, em especial o Observatório da Mídia Paraibana. Projeto que é resultado de uma iniciativa de estudantes do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba e vem atuando desde 2010.

O Observatório da Mídia Paraibana pretende: promover debates de temáticas significativas a partir dos produtos da mídia; estimular a reflexão crítica dos acadêmicos desta e de outras áreas das ciências humanas, como também de toda sociedade; e apontar ferramentas que contribuam na educação do sujeito para a mídia e na formação do comunicador para a sua práxis.

A concepção de Mídia Cidadã defendida leva em consideração o reconhecimento do papel político dos meios de comunicação, ou seja, seu perfil de serviço público conectado com as demandas do interesse coletivo, o que não é, no entanto, prerrogativa para que eles substituam outras instituições. Tal premissa torna fundamental a problematização do nosso ponto de vista sobre ações midiáticas que buscam legitimar a imprensa junto à opinião pública como o instrumento à serviço do povo capaz de atuar no que seria um vácuo institucional do Estado.

Assim como Sylvia Moretzsohn (2004), acreditamos que é sustentada por essa visão mistificadora “que a imprensa se arroga o direito de penetrar em outras áreas”. Sustenta-se, portanto, que a transformação da mídia em um espaço público democrático e plural deve ser atravessada pela regulamentação do setor. Por outro lado, destaca-se como uma dimensão importante a ser introduzida na efetivação desta mídia os espaços de resistência a indústria cultural e informativa, que “é um agente imprescindível ao desenvolvimento e é percebido pela maioria da população como um aliado, um companheiro necessário” (MOTTA, 2008, p. 21). A Mídia Cidadã, sob o nosso ponto de vista, é aquela capaz de, através das suas estruturas normativas e de produção, compreender a comunicação como um Direito Humano.

O “postulado”, amplamente difundido e balizado pela própria mídia, que debocha: “quem sabe faz, quem não sabe critica”, está diretamente conectado com o

esvaziamento da importância da dimensão crítica dos processos sociais. Ao passo que se rotula a crítica, deprecia-se o seu papel de mediação.

Essa concepção tem uma série de implicações. Especificamente, no âmbito da formação acadêmica do comunicador, ela pode resultar na valorização da formação técnica em detrimento à formação teórica. O que parcialmente justifica, por exemplo, a defesa da graduação como uma simulação aproximada com o mercado. Porém, em um plano mais amplo, tal postulada alia-se à hegemonia da indústria cultural e informativa e aos interesses do sistema político-econômico em que ela se insere. Portanto, “há uma violência implícita na crítica da crítica. A recusa à crítica, sua expulsão para campos marginais da cultura, o relegar do juízo criticante à categoria de antiquismo, de melancolia anacrônica, é o novo estilo de violência da dominação” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 15).

Nesse sentido, resgatar a importância da dimensão crítica como força transformadora da mídia é combater diretamente esse novo estilo de violência e resistir às concepções que propõe o esvaziamento das ações de crítica dos processos comunicacionais.

Uma crítica midiática que ultrapasse “bom-senso”

Uma das grandes dificuldades para a implementação de mudanças na estrutura de mídia brasileira, e nos arriscamos a afirmar que talvez seja a principal delas, é a criação de uma vontade coletiva, ou melhor, de uma consciência social que compreenda o papel social dos meios e adote esta demanda como importante para a sociedade.

Enxergar a mídia como um ator social diferenciado, com centralidade nas relações sociais, ao ponto de introduzir o debate na agenda do brasileiro não é nada fácil. Afinal, a não compreensão dos meios de comunicação como um serviço público, potencializada pelos paradoxos da nossa estrutura midiática³, e da comunicação como um direito de alguma forma figuram como características predominantes no cenário

³ Que define o serviço como público, mas entrega para a exploração privada, sem definir mecanismos de controle social eficientes.

simbólico de discussão sobre a Comunicação no Brasil. A mídia colabora ainda mais para desenhar este ambiente, uma vez que diária e pedagogicamente apresenta o controle remoto como “regulação” suficiente e promove a confusão entre a liberdade de imprensa e a liberdade de expressão, por exemplo.

Por outro lado, o debate sobre a democratização da comunicação, a construção de um marco regulatório e a formatação de ferramentas de contrapoder, como são os observatórios (MORAES, SERRANO & RAMONET, 2013), geralmente são promovidos por entidades e atores especializados na área. Embora exista uma parcela considerável de atores e experiências que estejam mergulhadas nesta discussão, e que dessa forma garantam a legitimidade a pauta e dentro dos seus contextos tenham representatividade, a discussão sobre a consolidação da mídia cidadã de algum modo permanece distante de grande parcela de brasileiros.

A ligação afetiva que se estabelece entre o público e a produção midiática também é outro elemento que impõe desafios para o debate crítico da mídia. Mas acima de tudo não podemos esquecer das inúmeras demandas sociais que são atendidas pelos meios no seu atual *modus operandi*, o que também explica a olhar negativo diante dos espaços de construção crítica dos meios.

Outros fatores determinantes neste processo, que muito podem nos ajudar a pensar na importância do papel da crítica na construção da mídia cidadã, são os valores arraigados a cultura brasileira conforme examinados por Muniz Sodré (1972, pp. 31-36), citamos entre eles:

1. **o espírito de conciliação**: que acomoda e impede rupturas e cuja linguagem apela com frequência para valores do bom-senso”. Em certa medida, essa concepção atribue às organizações uma ordem natural. Como exemplo: o argumento comum de que os meios não cometem crimes, apenas os noticiam. O bom-senso é, para Sodré, “uma das manifestações da ideologia da ordem estabelecida” (p. 31);
2. **o personalismo generalizado**: que atropomorfiza a História, confundindo os problemas sistemáticos com as individualidades excepcionais. Está presente no ponto de vista que identifica o coronel eletrônico como todo o

problema do sistema de mídia brasileiro e não o coronelismo como um sistema e um reflexo de uma estrutura política. Como também explica, a compreensão do bandido como problema e não o contexto que o gera;

3. **o gosto pelo verbalismo:** um tipo de erudição estéril e de uma educação elitista ainda cultuada nos meios dominantes da cultura brasileira.

A crítica não é bem recebida por que em uma cultura caracterizada pela conciliação, pelo personalismo e pelo verbalismo, ela soa como deselegante, como algo fora da ordem. É preciso retomar a discussão sobre a cultura brasileira para pensarmos a mídia, já que é comum de que somente guinadas normativas alterarão e apontarão novas formas de relacionamento com os meios. Nosso argumento é de que o debate também passa pelo cultural.

Panorama dos observatórios de mídia da Paraíba

Na Paraíba, alguns instrumentos se articulam como espaços de observação crítica de mídia sem se apresentarem como observatórios de mídia. Um deles é o *blog* *Bucho Furado* – o Wikileaks da Imprensa, desenvolvido por jornalistas paraibanos que adotam o anonimato para produzirem suas reflexões. O “*Bucho Furado*” tem 110 internautas como seguidores do *blog* e outros 2.320 seguidores no *Twitter*.

O anonimato é uma das principais características da produção do *blog*. Através dele, os jornalistas que produzem os textos podem revelar fatos dos bastidores da mídia paraibana do estado, análises críticas sobre veículos em que esses jornalistas podem atuar. Porém, por outro lado, as reflexões ali geradas não conseguem se transformar em instrumentos políticos de reflexão e monitoramento da mídia do estado, já que o lugar de onde partem não é revelado. Tal situação não torna as reflexões menos importantes, pelo contrário. Além de garantir a difusão do que é informação dos bastidores de produção, o anonimato permite que os vários jornalistas, profissionais da mídia no estado e mesmo os espectadores possam debater as reflexões expostas de modo mais confortável. Entretanto, é fundamental destacar que o anonimato também tem seu lado

negativo, já que permite que as reflexões se transformem em motes para ataques pessoais.

Já o *blog* “Parem as máquinas”, foi criado em 2005, pela jornalista e radialista Cláudia Carvalho e tem uma média de 204 notas produzidas por ano. Em sua maioria, as postagens trazem detalhes sobre o universo do jornalismo paraibano, contudo não há um comprometimento em gerar apontamentos críticos sobre elas.

O Observatório da Mídia Paraibana, por sua vez, foi criado por estudantes de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba que o identificavam como fundamental na construção de um modelo de formação que não privilegiasse apenas a formação técnica. Com o projeto, os estudantes fundadores acreditavam que a contribuição com a problematização da mídia era passo fundamental para conformar um ambiente mais combativo e reflexivo das práticas midiáticas dentro de um curso de nível superior.

A proposta do projeto também é promover o levantamento dos proprietários dos meios de comunicação na Paraíba, ligando-os as empresas nacionais, pesquisando a realidade política e econômica dos veículos de comunicação do Estado. Além de servir como instrumento de pesquisa, o Observatório pretende ser mais um espaço de produção acadêmica para os estudantes de Comunicação, unindo teoria e prática.

Outro aspecto diferencial do Observatório da Mídia Paraibana é o anseio em atuar também nas escolas de ensino fundamental e/ou médio, servindo como um instrumento pedagógico na leitura crítica da produção midiática. Para tanto, foram criadas dois projetos paralelos: a Oficina de Produção e Leitura Crítica de Mídia e a Oficina de Pequenos Meios.⁴

Desde a criação, o Observatório da Mídia buscou estabelecer relações com o curso de comunicação em que surgiu, partindo da concepção de que a implantação de observatórios juntos às escolas de comunicação “criam um vínculo crítico com a cultura profissional, podem inovar processos pedagógicos, assegurar-lhes um caráter ético, dar-

⁴ Ambos os projetos podem ser acessados nos links
<http://observatoriodamidiaparaibana.blogspot.com.br/p/oficina-de-leitura-e-producao-critica.html>
<http://observatoriodamidiaparaibana.blogspot.com.br/p/oficinas.html>

lhes visibilidade pública” (MOTTA, 2008, p. 26). Porém, muitos foram os entraves para a execução do projeto que tornam sua atuação muito aquém ao pretendido.

Ao longo de sua atuação, o Observatório desenvolveu variadas metodologias para a produção de suas reflexões. Inicialmente, eram realizadas reuniões semanais entre os estudantes fundadores para a leitura de textos e compartilhamento de observações para a futura composição de artigos a serem publicados no *blog*. Em um segundo momento, esta metodologia foi abandonada e as reflexões passaram a ser produzidas pelos colaboradores, sendo publicadas a medida que eram confeccionadas. Mais tarde, a metodologia foi alterada novamente e as reflexões passaram a ser reunidas em grandes editoriais e publicadas bimensalmente no blog. Nesta ocasião, adotou-se o *mailchimp*⁵ como ferramenta para difundir os textos produzidos através de uma mala direta.

Aplicando a classificação adotada por Albornoz, Herschmann & Santos (2008), o Observatório se organiza como um “observatório fiscal”, aquele em que se monitora o funcionamento dos meios e dos seus conteúdos, mas também como um “observatórios *think tank*”, isto é, aqueles que colaboram através de suas atividades formulação de políticas públicas.

O Observatório da Mídia Paraibana entende que problematizar as realidades midiáticas construídas é necessário para percebermos o funcionamento do mundo que nos cerca. Para tanto, é indispensável desmistificar essas realidades estabelecidas pelo olhar externo - o outro, que se coloca como neutro nas abordagens midiáticas. Segundo Venício de Lima a concentração dos meios de produção de comunicação atinge uma proporção sem precedentes na propriedade privada da mídia, originado um crescente e vigoroso processo de oligopolização, potencializando os poderes dos velhos atores brasileiros e permitindo a emergência de novos e poderosos atores globais privados (2004).

Poucas empresas dominam o mercado mundial nesta fase de convergência no ramo das telecomunicações e, com isto, a produção de conteúdo também sofre

⁵ O MailChimp é uma ferramenta de envio de e-mails que permite o disparo de até 12 mil mensagens gratuitamente. mailchimp.com/

influência, pois o que deveria ter sido um fator na diversidade de conteúdos, devido às facilidades da convergência tecnológica, sofreu o inverso. Esta também é uma dimensão que tem de ser trazida ao debate para as discussões dos meios em seus espaços regionais.

Ao projeto apresenta-se uma série de desafios: *i)* geral – romper com a tradição de desvalorização da crítica conforme já apontamos; *ii)* política – articular-se com outros espaços de reflexão da mídia e interagir com outras organizações sociais, com o intuito de ampliar a capacidade de formulação de políticas públicas para o setor das comunicações no estado; *iii)* metodológicas – identificar e avançar nas estratégias de produção e difusão de reflexões e na elaboração de projetos capazes de aprofundar as pesquisas; *iv)* institucional – fortalecer o observatório como espaço de reflexão sobre a mídia, através de sua rotina, bem como articulando-se com outros observatórios.

A localização dos observatórios de mídia no campo midiático

Como atores sociais, os observatórios podem ser considerados “organismos jovens” no campo da comunicação, resultados do desejo de algumas instituições de “conformar mecanismos mais eficientes de observação e sistematização de dados relevantes e estratégicos para a dinâmica das sociedades contemporâneas” (ALBORNOZ, HERSCHMANN & SANTOS, 2008, p. 2).

O jornalismo, como uma expressão e uma linguagem da mídia, tem a particularidade de reverberar em várias esferas de recepção (no campo acadêmico, os leitores habituais, os estudos de matérias jornalísticas em sala de aula, o uso do material jornalístico como agenda para outros dispositivos discursivos como blogs, chats, fóruns); de produção (interfaces como agência de publicidade, assessorias de comunicação, empresas); e de discursos (FERREIRA, 2002).

Os observatórios de mídia, neste sentido, são importantes para gerar reflexões no espaço destas instâncias de reverberação. Afinal,

aquilo que se torna visível através da mídia produz segmentações, constrói solidariedades, dissemina projetos ou visões de mundo, catalisa debates, faz delançar processos de prestação de contas ou estimula a mobilização cívica.

As instituições da mídia conectam diferentes atores, instituições e mundos sociais. (CASTRO & MAIA, 2006, p. 15)

Portanto, promover a reflexão sobre eles, implica examinar as nossas relações sociais, as nossas estruturas político- econômicas e também nossas trocas simbólicas.

À grosso modo, os observatórios de mídia são resultados da perspectiva que entende que a pauta de programação da comunicação comercial, em grande medida, busca atender a uma demanda global de consumo rápido e que, assim, não corresponde às demandas da sociedade civil. Muito embora o Brasil seja um dos países com o maior número de observatórios,

poucos são realmente dinâmicos: apenas um segmento pequeno deles demonstra grande capacidade de articulação com a sociedade civil organizada, de gerar dados estratégicos através de pesquisas dispendiosas e regulares e/ou gozam efetivamente de autonomia em relação às instituições públicas e privadas (ALBORNOZ, HERSCHMANN & SANTOS, 2008, p. 2)

Esta ausência de dinamicidade e, em certa medida, de organicidade também é sentida no Observatório da Mídia Paraibana, que ainda tem sua capacidade de articulação com a sociedade civil bastante reduzida e enfrenta dificuldades em gerar dados estratégicos para a compreensão das relações midiáticas do estado.

Sendo um campo social, a mídia está fundamentada naquilo que Luis Mauro Sá Martino (2003, p. 33) classifica como três leis gerais aplicadas ao conceito de campo social, proposto por Pierre Bourdieu. A primeira lei é o reconhecimento, por parte dos agentes daquele campo, de um objeto de luta comum; a segunda é a existência de pessoas dispostas a fazer parte do “jogo” e também conhecedoras das regras do campo social em questão; e a terceira é a unidade manifestada pelos agentes do campo na defesa de seus interesses em relação aos demais campos sociais.

Nesse sentido, os campos sociais são resultados de processos singulares gerados pelas relações sociais que o rodeiam. São espaços sociais articulados sobre categorias e posições que os definirão e os localizarão no conjunto da sociedade. Portanto, um campo social pode ser compreendido com um ambiente no qual se estruturam posições, ocupadas por agentes em competição, cuja lógica de funcionamento independe desses agentes, mesmo sendo reconhecida por eles (MARTINO, 2003, p. 32). Por fim, um

campo social é o ambiente no qual atuam uma série de agentes especializados na luta pela hegemonia dentro daquele campo, ou seja, é um espaço de disputa.

Inseridos nesse campo, os observatórios representam espaços de resistência às lutas na busca por hegemonia que se travam dentro do espaço do campo. Contudo, tal “resistência é pontual, localizada, pouco articulada, não compõe um conjunto coerente nem tem um conteúdo programático claro” (MOTTA, 2008, p. 22). Outro aspecto que inibe as movimentações dos observatórios nos espaços de disputa do campo é a questão de que “a grande variedade de origens, estruturas, temáticas tratadas, objetivos programáticos, metodologias utilizadas, âmbitos de atuação e grau de evolução, que caracterizam hoje o universo dos observatórios sociais, são em geral pouco perceptíveis ao público, mas afeta de forma significativa o trabalho desses organismos”. (ALBORNOZ, HERSCHMANN & SANTOS, 2008, p. 5)

Mesmo diante de tais dificuldades, o Observatório da Mídia Paraibana ainda conseguiu introduzir debates e articular-se diante dos espaços das disputas por hegemonia no campo. Foi o caso do artigo⁶ produzido no dia 1 de janeiro de 2012, intitulado “As cenas chocantes do jornalismo perícia”. O artigo refletia sobre a inflação visual de imagens chocantes de vítimas de acidentes e crimes nos portais paraibanos e teve uma grande repercussão ao ser publicado, no dia 10 de janeiro, no Observatório da Imprensa. O texto teve uma grande repercussão nas redes sociais e foi bastante compartilhado por profissionais da área. Porém, o aspecto mais importante a se destacar foi o fato de que o artigo também foi publicado em sites dos veículos de comunicação do estado como um instrumento de rivalizadas. Como citava o Portal da emissora concorrente, o Sistema Paraíba de Comunicação publicou o artigo em alguns de seus veículos, sob o título “Mídia nacional destaca jornalismo perícia da Paraíba”⁷. O artigo foi reproduzido na íntegra, mas teve as referências de sua produção parcialmente cortadas, o que não permitiu que os leitores soubessem que o texto havia sido produzido pelo Observatório da Mídia Paraibana.

⁶ “As cenas chocantes do jornalismo perícia”

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed676_as_cenas_chocantes_do_jornalismo_pericia

⁷ <http://www.jornaldaparaiba.com.br/polemicapb/2012/01/11/midia-nacional-destaca-jornalismo-pericia-na-paraiba/>

A repercussão do artigo resultou na resposta de um dos veículos que havia sido criticado, que produziu um texto intitulado “Não cometemos crimes, apenas noticiamos”, de autoria da subeditora do portal criticado, o Portal Correio⁸, o portal mais acessado do estado. Nele, a jornalista responsável criticava o papel dos pesquisadores de comunicação e dos profissionais da área que questionavam a atuação do portal, argumentando que não havia crimes na exposição de corpos de vítimas.

Este episódio é interessante para refletirmos sobre vários quesitos, um deles, já discutimos: a desvalorização da crítica e a rotulação dela como um refugio para quem não sabe produzir mídia; outro é a localização das críticas produzidas no âmbito de um observatório e publicizados em espaços que já conquistaram certa legitimidade no campo midiático, como o Observatório da Imprensa, no contexto da disputa por hegemonia. A veiculação voluntária do artigo pelo Sistema concorrente só foi possível pela ampla repercussão que ele adquiriu nas redes sociais, associado ao desejo dele de contrapor-se ao seu principal adversário. Este caso, é uma demonstração de que a crítica de mídia não é absorvida pelo campo como uma ferramenta para repensar conceitos, propor mudanças coletivas ou mesmo refletir sobre as relações sociais que possibilitam as abordagens criticadas. E sim como uma ferramenta de conflito que só é legitimado quando representa os interesses hegemônicos do veículo, dos donos e da comunidade profissional que responde por ele. Afinal, sob esse prisma não se visualizar o interesse público como o norte da recepção das observações da imprensa.

Muito embora gere reflexões, promove debates e divide opiniões, absorvida dessa maneira pelo campo, a produção do Observatório perde sentido, já que ela só tem sentido se é “associada à multiplicidade, à variedade [...] crítica como forma coletiva, aberta, múltipla, admitindo as oposições, as diferenças, as contradições” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 23).

⁸ O Portal Correio foi reformulado, não disponibilizando seus antigos arquivos.

Considerações finais

O papel dos Observatórios de Mídia na efetivação de uma Mídia Cidadã é muito maior do que a aplicação de uma estratégia de monitoramento dos meios de comunicação. Estes instrumentos desempenham função estratégica no processo de convecimento social da importância pensar criticamente os meios.

Inúmeras variáveis interferem na produção das notícias e no comportamento dos meios de comunicação – as características da estrutura de propriedade dos veículos, o perfil da comunidade profissional que abriga, a organização da rotina de produção, a qualidade dos cursos de formação do comunicador, as suas condições trabalhistas, são só exemplos. E tudo isso é parte indissociável do contexto circunda a mídia. Dessa forma, o fenômeno não pode ser compreendido por procedimentos investigatórios simplistas.

Essa peculiaridade também é fator determinante para a crítica apresentada pelos Observatórios, que singularmente adotam a missão de apontar alternativas, dialogando com os profissionais e alfabetizando midiaticamente o público.

Referências

ALBORNOZ, Luiz; HERSCHMANN, Micael & SANTOS, Suzy dos. **Analisando o crescimento do número de observatórios de comunicação, cultura e informação no Brasil**. Associação Brasileira dos Programas de Pós Graduação em Comunicação – Compós, 2008. Disponível em: <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/20c36452adba687023fbd7bdd1b846c4.pdf> Acesso em 10/09/2012

CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola & MAIA, Rosiley (Orgs.) **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

FERREIRA, J. **Dispositivos discursivos e o campo jornalístico**. Ciberlegenda, Rio de Janeiro, v. 9, 2002. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/jairo4.htm>. Acessado em: 23 de outubro de 2010 (Acessado em 7 de novembro de 2010)

FIGENBAUM, R. Z. **Mediatização do campo religioso**: tensões e peculiaridades de uma relação de campos. UNIrevista, Vol. 1, n. 3, julho de 2006.

LIMA, Venicio L. **Mídia**: Teoria e Política. Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

MARTINO, Luis Sá. **Mídia e poder simbólico**: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Mediacriticism ou o dilema do espetáculo de massas**. In: PRADO, José Luiz Aidar (Orgs) **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massas às ciberculturas. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Crítica da mídia**: da resistência civil ao desenvolvimento humano. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério & MOTTA, Luiz Gonzaga (Orgs.). **Observatórios de mídia - olhares da cidadania**. São Paulo: Paulus, 2008.

MORAES, Dênis. SERRANO, Pascoal & RAMONET, Ignácio. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013.

SODRÉ, Munis. **A comunicação do grotesco**: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. 10. Ed. Petrópolis: Vozes, 1972.