

UMA LEITURA DE CAMPOS SOCIAIS À LUZ DO FENÔMENO DA MUDIATIZAÇÃO

Micael Vier Behs*

Resumo

A questão central que entusiasma a realização deste artigo está focada na convergência entre os campos sociais – especialmente o campo religioso – e os aparatos midiáticos enquanto agenciadores de uma nova organização social. Por intermédio de competências discursivas, os veículos de comunicação passaram a revitalizar as dinâmicas de funcionamento dos mais diversos campos sociais e, conseqüentemente, acabaram por reformular o conceito de esfera pública. O artigo aponta que, para além de garantir legitimidade junto à esfera pública pelo domínio de certas modalidades discursivas, os campos sociais também são reconhecidos através de simbólicas, insígnias, marcas e índices de pertença a um determinado universo de apreensão de conhecimentos. A pretensão de cada um dos campos que compõem a arena social está centrada justamente na possibilidade de recriar as estruturas da experiência moderna, vivenciadas cada vez mais no interior de “espaços de controle” de um dado saber específico.

Palavras-chave: Mudiatização. Religião. Esfera Pública

Abstract

The central question that inspires the accomplishment of this article focuses on the convergence between social fields - especially the religious field - and the media apparatus as management of a new social organization. Through discursive abilities, the mass media began to revitalize the dynamic functioning of various social fields, and therefore eventually reshape the concept of public sphere. The article points out that in addition to ensuring legitimacy in the public sphere the area of certain discursive modalities, social fields are also recognized through symbolic insignia, marks and indices of belonging to a given universe of apprehension of knowledge. The claim of each of the fields that make up the social arena is centered precisely on the possibility of recreating the structures of modern experience, experienced more inside "space control" of a given specific knowledge.

Keywords: media coverage. Religion. Public Sphere

Os campos sociais representam instâncias nas quais são organizadas disciplinas e saberes específicos. Cada campo detém os seus peritos credenciados,

* Professor da Univates e Unisinos, Mestre em Ciências da Comunicação. E-mail: micaelvier@yahoo.com.br

que investidos por uma dada gramática, oferecem aos públicos a possibilidade de compreender e interpretar aspectos da realidade complexa que o circunda.

Além de garantir legitimidade junto à esfera pública pelo domínio de certas modalidades discursivas, os campos sociais também são reconhecidos através de simbólicas, insígnias, marcas e índices de pertença a um determinado universo de apreensão de conhecimentos. A pretensão de cada um dos campos que compõem a arena social está centrada justamente na possibilidade de recriar as estruturas da experiência moderna, vivenciadas cada vez mais no interior de “espaços de controle” de um dado saber específico.

Contudo, para serem interpelados junto à esfera pública os mais diversos campos sociais – seja da saúde, da educação, da política, da religião – precisaram instaurar regimes de publicitação e anunciabilidade dos seus afazeres. Na avaliação de Pissara Esteves (1998, p. 143), a função dos mecanismos de mediação consiste justamente em “garantir a abertura dos campos sociais ao exterior, para que cada um deles possa se relacionar com os demais”.

A mediação assinalada pelo autor corresponde à atividade dos dispositivos técnicos midiáticos na construção de processos inter-relacionais produzidos a distância. Sob esta perspectiva, o que vemos e ouvimos sobre o mundo parece refletir aquilo que a mídia, de modo fragmentado e descontínuo, consegue apreender através de aparatos técnicos capazes de reproduzir, a sua maneira, as discursividades procedentes das atividades de cada um dos campos sociais.

Para além de meros instrumentos de veiculação de mensagens, as tecnologias da comunicação estão estabelecendo um novo ambiente de técnicas, práticas e linguagens através do qual a sociedade contemporânea experimenta, constrói e vivencia as interações sociais. A crescente penetrabilidade da midiatização nas modalidades de organização social faz com que as estratégias de sentido dos diferentes campos estejam cada vez mais subordinadas a operações que têm, na realidade midiática, suas principais referências. A função dos *mass media*, portanto, é alimentar e revitalizar as dinâmicas dos campos, atuando como espécie de dispositivo de regulação social.

A fim de compreender melhor a concepção de campo dos media, assinalo que o lugar de saída deste corresponde a um modo de perceber e construir o mundo não mais arraigado a dispositivos naturais, focados na cultura oral e nos modelos de interpretação dos fatos por atores sociais, mas sim na emergência de interações

sócio-técnicas. Nesse novo ambiente, delimitado por ferramentas tecnológicas, a vida ganha formatos e espessuras que são definidos justamente pela presença de contextos simbólicos instaurados por tecnologias dispostas em diferentes formatos.

A chamada “sociedade midiaticizada”, portanto, não se caracteriza exclusivamente pela existência dos meios em si. A sociedade que surge permeada pelas mídias apresenta processos de inteligibilidade em que todas as suas operações estão atravessadas por lógicas, culturas, suportes e, essencialmente, por fluxos de meios organizados através de uma intensa atividade de caráter sócio-técnico.

Afetando e alimentado-se dos conteúdos produzidos pelos mais variados campos sociais, a competência primeira da midiaticização consiste em selecionar e difundir informações em larga escala, conferindo aos discursos um caráter público. A emergência deste fenômeno contemporâneo está amparada no direito à informação, na sua dupla vertente de informar e ser informado (ESTEVES, 1998, p. 148).

A partir do momento em que os campos passaram a gerir seu funcionamento levando em conta a emergência do fenômeno da midiaticização, o compartilhamento das experiências modernas foi reinventado através do advento de plataformas comunicacionais que substituíram os dispositivos naturais que até então orquestravam as possibilidades de se ler e interpretar o mundo. Com base nas modalidades midiáticas de interação e propagação de ideias, os campos passaram não somente a dialogar entre si, mas também a estabelecer um cenário concorrencial pela construção das experiências sociais.

Na perspectiva de Pissara Esteves (1998, p. 144), a confluência entre o campo das mídias e as instituições sociais conferiram à comunicação um “papel determinante na preservação de uma certa homogeneidade social”. No entanto, a difusão dos fenômenos midiáticos ocasionou mais do que a homogeneidade, levando a sociedade a um grau de complexidade incomparável a épocas anteriores.

A emergência de modalidades de mediação simbólica e a possibilidade de interações permanentes, executadas a distância por intermédio de aparatos sócio-técnicos, bem como o intercâmbio crescente de informações e a rivalidade entre os campos na disputa por melhor organizar a arena social, complexificaram as relações em sociedade e alçaram o fenômeno da midiaticização para o centro dos debates em torno das novas modalidades de organização social.

O Campo Religioso

Apesar dos efeitos societários gerados pelo pensamento racional e pelo advento da modernidade, Max Weber julgava impossível viver num mundo desprovido de crenças. A suposição do intelectual alemão foi confirmada. Igrejas, seitas, terreiros, e organizações religiosas se proliferaram - e continuam a proliferar mundo a fora -, gerando uma diversidade de expressões de manifestação da fé e confirmando a relevância da religiosidade como instrumento de amparo e oferta de bem-estar em meio à complexidade identitária atual.

Segundo enfatiza João Batista Libânio (1998, p. 67), a pós-modernidade emergiu como reflexo das crises capitalistas, “das guerras, da poluição e destruição da natureza, dos sonhos utópicos, da pressão e da censura de governos militares, democracias injustas e impopulares”. É justamente no seio desse processo caótico, analisa o autor, que a religião vem cumprir a sua função.

Concomitantemente à expansão de renovadas expressões de manifestação da fé, o campo religioso foi progressivamente apropriando-se de elementos tipicamente midiáticos com o objetivo de atualizar as suas atividades junto à esfera pública. Se no passado o campo religioso resolvia as suas questões internas no âmbito de suas fronteiras – cuja melhor ilustração destes espaços seriam os próprios templos –, hoje se observa que as ações da esfera religiosa estão sendo deslocadas do lócus físico presencial religioso para o cenário midiático caracterizado pela multiplicidade de fluxos informacionais e pela presença dos aparatos tecnológicos enquanto elementos de mediação social.

Mais do que em qualquer outro momento histórico, as tecnologias da informação foram arraigadas às experiências modernas e o tempo das máquinas tornou-se cada vez mais próximo aos tempos da cotidianidade. Este movimento de intervenção crescente de plataformas de comunicação voltadas à interação a longas distâncias incentivou o campo religioso, detentor de um discurso cristalizado em princípios rígidos, a “adequar” e flexibilizar sua simbólica aos moldes da mediatização.

O processo de passagem dos conteúdos propriamente religiosos para o cenário midiático, no entanto, acarretou mudanças substanciais nas modalidades

através das quais o religioso engendra sentidos na sociedade. Por intermédio de recursos disponibilizados pelos veículos de mídia, a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)¹ recriou sensibilidades e elaborou estratégias inovadoras de vinculação com a membresia.

O primeiro nível de afetação do campo dos media ocorre justamente no cruzamento de agendas múltiplas no interior da agenda do campo religioso. Num cenário em que o discurso midiático e religioso se co-determinam, instaurando uma ordem polifônica e interdiscursiva, questões referentes à moral, ao meio ambiente, ao aborto, à saúde, à política, à família, à sexualidade são recuperados através dos discursos de salvação proferidos pelas igrejas.

Essa ampla variedade temática debatida no interior do ritual religioso não diz respeito propriamente à adesão e flexibilização das manifestações da crença aos parâmetros sugeridos, ou impostos, pela midiaticização. O que ocorreu, de fato, foi o deslocamento do lugar ocupado pelo campo midiático na organização societária, passando de mero espaço representacional à posição de centralidade.

Ao estruturar a vida e as dinâmicas dos campos sociais para além da mera noção de lugar de mediação, a midiaticização² tornou possível o diálogo entre campos sociais teoricamente distanciados, a exemplo da religião e da política. A mediação midiática, diferentemente da comunicação face a face, é movida por ambientes, tecnologias, discursos, meios e suportes que fazem com que os campos sociais sejam interligados e possam interagir.

Ao projetar os campos sociais para a arena das discussões públicas através de competências discursivas, a midiaticização possibilitou o confronto de ideias, o questionamento entre os peritos credenciados e a fiscalização das competências que garantem a legitimidade dos campos frente a um quadro da experiência específica – religiosa, política, econômica, ambiental, educacional.

Ao empreender uma análise da midiaticização como processo interacional de referência, Braga (2006, p. 14) assinala que o funcionamento de uma sociedade

¹ A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) representa o exemplo mais emblemático, em termos de Brasil, da inserção das lógicas e processualidades midiáticas na construção de uma dada modalidade de se fazer religião na contemporaneidade.

² O conceito de midiaticização refere-se ao emprego das tecnologias da comunicação na construção de um novo ambiente de práticas, técnicas e linguagens através das quais a sociedade passou a experimentar e vivenciar as interações sociais.

Na perspectiva assinalada por Sodré (2002), a midiaticização corresponderia a uma nova qualificação da vida, “um bios virtual” responsável por organizar os processos de sociabilidade modernos muito além da noção de uma simples mediação passiva.

pautada por lógicas de mídia gerou a “deslegitimação” dos campos sociais na medida em que estes “não conseguem mais se subtrair por distanciamento do público geral, nem manter uma proteção esotérica para suas lógicas de campo”.

Com o desenvolvimento da midiatização, gera-se a impressão de que desaparecem as habituais separações entre campos de significação – entre entretenimento e aprendizagem – educação; política e vida privada; economia e afetos; essências e aparências; cultura e diversão. (Braga, 2006, p. 18)

Revisando a ideia proposta por Braga, pode-se inferir que a midiatização gerou uma reconfiguração – e não a deslegitimação – dos campos sociais na perspectiva de espaços autônomos abstratos detentores de um poder específico. Antes de excluir a legitimidade dos campos, a midiatização tornou-se um ingrediente de instrumentalização, de auxílio e complementariedade das lógicas que possibilitam a estes mesmos campos operarem sentido coletivo e dialogarem com disciplinas outras do conhecimento.

A reconfiguração nos modos de estruturação dos campos sociais deve-se, essencialmente, à reconfiguração da própria comunicação enquanto instrumento privilegiado para o oferecimento de visibilidade pública. A penetrabilidade crescente dos veículos de comunicação de massa, tanto em termos quantitativos quanto qualitativos, nas formas de organização sociais contemporâneas, atribuiu às mídias propósitos que extrapolam a velha concepção de instrumento espelhante da realidade.

Para além de retratar o tecido social, a mídia passou a conformar a realidade na medida em que os agentes constituintes dos campos começaram a estruturar as suas ações tendo em vista a possibilidade de serem retransmitidos midiaticamente. Por outro lado, a sociedade passou a ser “educada” nas formas de mídia e a acessar a realidade através dos conteúdos difundidos pelos dispositivos de comunicação massiva.

Ao perder o status de elemento unificar e homogeneizador da totalidade das experiências, o campo religioso também cedeu espaço à midiatização com intuito de

potencializar o impacto das expressões religiosas e multiplicar os canais de acesso dos fiéis ao universo de manifestação da crença. No entanto, o processo de vinculação entre mídia e religião gerou uma série de transformações na identidade e na configuração das igrejas, crescentemente influenciadas por ferramentas e processualidades advindas das lógicas que permeiam o funcionamento dos veículos de comunicação massiva.

A mais notável reconfiguração do campo religioso a partir da convergência com elementos procedentes da esfera da midiatização diz respeito ao próprio significado atribuído ao culto, que deixa de ser um espaço de acolhida para converter-se em um lugar de encenação e de espetáculo.

Como atividade estruturante do campo religioso, a midiatização ocupou o “lugar” preferencial através do qual a religião se apresenta ao público; contacta a membresia; reivindica o seu olhar e a sua adesão ao universo de manifestação da crença por intermédio de dispositivos de comunicação. Tais dispositivos, antes mesmo de propagarem os conteúdos religiosos, passaram a constituir espaços onde os fiéis depositam a sua fé, tornando as práticas religiosas mais difusas no tempo e no espaço.

Além de possibilitar a permanente conectividade entre o universo religioso e os seus públicos por intermédio do que denomino de “templos-mídia”³, os dispositivos de comunicação impuseram marcas bastante evidentes aos modos de organizar, difundir e operar a religiosidade na modernidade.

Num período histórico em que a construção do real depende crescentemente do sincronismo entre textos e imagens difundidas em larga escala, os agrupamentos religiosos estão constituídos em torno de uma estética fortemente centrada no desempenho performativo dos atores religiosos. A presença de plataformas midiáticas dispostas no interior dos ambientes litúrgicos tornou a arquitetura e a dinâmica dos cultos semelhante aos programas de auditório. A coloquialidade dos ministrantes de culto; a gestualidade da membresia; o som; a iluminação; as escrituras projetadas ao fundo do púlpito; o olhar do pastor que fala para o público, mas também para as câmeras; o isolamento acústico dos templos; e a dinâmica da celebração, que se divide em rezas curtas, testemunhos rápidos, cantos, aplausos e

³ A expressão “templo-mídia” faz menção à similitude crescente entre o ambiente litúrgico e a estética dos programas religiosos televisionados.

adorações fervorosas representam indícios desse movimento de adaptação do religioso às lógicas do espetáculo midiático.

O ato de manifestação da fé nos moldes midiáticos gerou, portanto, novas rotinas, hábitos e disposições na vida do campo religioso fazendo com que suas engrenagens fossem acionadas cada vez menos por intermédio de laços comunitários centrados na tradição – ou em uma economia afetiva –, e cada vez mais pela presença de elementos técnicos dotados de racionalidade e inteligibilidade⁴. Nesse sentido, a celebração religiosa tornou-se um fazer para a mídia. A preocupação maior passou a estar focada na produção de mensagens com o intuito de manter permanentemente ativa a circulação de conteúdos entre o templo e a reprodução midiática. O fazer religião – e não o refletir sobre esse mesmo ato de fazer – tornou-se o modo privilegiado de sobrevivência de igrejas neopentecostais, a exemplo da Universal do Reino de Deus.

As tensões e dificuldades de passagem do conteúdo religioso para o midiático levaram ao esvaziamento do púlpito enquanto espaço historicamente consagrado para a prática da religião. O que se percebe hoje é uma transferência do capital religioso – mas também político, econômico, social, educacional, científico –, para os veículos de mídia que, além de orquestrar as práticas dos campos, tornaram-se os elementos constitutivos de um novo ideal de Esfera Pública.

A Esfera Pública Mediatizada

O princípio da laicidade moderna, embora apresente dificuldades conceituais, ofereceu, ao menos em tese, a legitimidade necessária para que qualquer indivíduo – independentemente de crença, classe, sexo, raça ou corrente de opinião – pudesse intervir no espaço de produção da vida social, econômica e política denominada por Habermas como Esfera Pública.

Na avaliação do filósofo e sociólogo alemão, a esfera pública burguesa vigente no século XVIII corresponderia a um espaço de aglomeração de “pessoas privadas reunidas em um público” com o objetivo de discutir sobre as leis gerais de regulamentação do trabalho social e intercâmbio de mercadorias. Nestes ambientes

⁴ Segundo Jesús Martín Barbero, as tecnologias não representam instrumentos a serviço de uma dada sociedade, mas definem um certo ambiente sobre o qual essa mesma sociedade pode ser pensada e estruturada. Nesse sentido, o saber técnica corresponderia ao modo de inscrição do simbólico que irá caracterizar a modernidade.

em que prevalecia a prática do segredo, a sociabilidade era determinada pela “igualdade de status”, sendo banida a participação de mulheres, pessoas desprovidas de propriedade ou sem educação formal. (Habermas, 1984)

Assim como a Grande Revolução empalideceu o brilho da corte inglesa, que correspondia ao espaço privilegiado de controle da esfera pública burguesa vigente à época, o fenômeno contemporâneo da midiaticização também reformulou as práticas, o acesso, e o próprio conceito de uma esfera que se proclama pública.

Frente à complexidade das relações societárias na modernidade, decorrente do próprio crescimento populacional e das múltiplas interações entre os campos sociais que fazem atuar entre si as suas agendas, a midiaticização tornou-se uma espécie de “calota” que plaina sobre o tecido social captando, afetando e difundido suas práticas por intermédio de competências discursivas. A produção midiática de discursos ininterruptos sobre os fatos do mundo, difundidos por intermédio de dispositivos técnicos, tornou as questões discutíveis gerais, não somente em termos de relevância, mas também em relação à acessibilidade.

Num período em que os antigos debates promovidos no ambiente da corte, nos salões ou cafés passaram a ser publicizados através de aparatos midiáticos, o acesso do público aos assuntos que de fato pertencem à coletivamente foram, por assim dizer, democratizados. Antes de procurar encobrir, ocultar ou manter os debates públicos em segredo, prática usual durante o período de vigência da esfera pública burguesa, os imperativos que regem o funcionamento das mídias estão ancorados pelos regimes da visibilidade e da transparência. (Esteves, 1998, p. 149)

O campo dos media consiste, assim, numa grande estrutura, disposta em diferentes formatos, responsável por organizar e traduzir o campo perceptivo dos leitores, ouvintes, telespectadores e internautas. Representa um espaço comum de acesso à realidade imediata, com possibilidades latentes de interferência e interatividade com seus diferentes públicos através da web 2.0 e dependente do domínio de uma certa gramática computacional por parte dos seus usuários.

No entanto, embora a midiaticização represente este lugar de publicitação e visibilidade dos acontecimentos cotidianos por intermédio de competências eminentemente discursivas, o controle sobre as retóricas midiáticas ainda pertence a conglomerados que centralizam a difusão massiva de informações, deixando aberturas esporádicas para manifestações isoladas que se constituem através do

domínio de aparatos tecnológicos – por grupos ou indivíduos isolados - disponibilizados pela internet.

Embora o ato de “tornar público” tenha sido relegado preferencialmente aos detentores clássicos dos conglomerados de mídia, oferecendo espaços menos “potentes” midiaticamente a grupos organizados, a esfera pública que emerge deste cenário não excluiu os espaços físicos de encontro para o debate de temáticas sociais, políticas, econômicas, religiosas ou culturais. Contudo, até mesmo nesses ambientes restritos as discussões giram em torno de assuntos propostos pela agenda midiática, tendo em vista a impossibilidade da participação cidadã direta na grande maioria dos eventos corriqueiros.

Do mesmo modo que grupos com interesses comuns recorrem às mídias para obterem um panorama geral dos acontecimentos que, subordinados a certos critérios de noticiabilidade, oferecem uma espécie de síntese daquilo que de mais relevante ocorreu em âmbito local, nacional e internacional, os mais variados campos sociais também disputam espaços nesta arena de produção de sentidos. Conquistar espaços no disputado mercado midiático significa existir publicamente, fomentar o debate e ser lembrado pelos públicos crescentemente influenciados pelas verdades e inverdades proferidas por intermédio de dispositivos comunicacionais, na medida em que a nossa organização de sentidos passa crescentemente pelo filtro das mídias.

Tendo que se adaptar a esse novo cenário em que a própria manifestação da crença tornou-se alvo de disputas concorrenciais, a religião também foi levada a participar do espaço público midiático com o intuito de conquistar adeptos, produzir sentidos, seduzir, ser lembrada e explicitar as suas verdades via discursos midiáticos⁵.

No cenário sócio-cultural contemporâneo em que a adesão obrigatória à igreja foi extinta, o campo religioso precisou “emoldurar” as suas rotinas e discursividades às fronteiras delimitadas e geridas pelas mídias. A partir do advento desta esfera pública midiática, os dogmas e preceitos que regem o funcionamento e determinam a identidade do campo religioso adquiriram status de verdade ao

⁵ É importante enfatizar que em períodos históricos recentes, a adesão à religiosidade era compulsória. O indivíduo desprovido de religiosidade era considerado herege e poderia inclusive ser banido da sociedade ou condenado à morte pela Inquisição. As práticas da Inquisição foram extintas ao longo do século XVIII, embora só em 1821 se dê a extinção formal em Portugal numa sessão das Cortes Gerais.

serem retransmitidos e decodificados ao grande público por intermédio de recursos de uma dada “mostrabilidade” específica, que corresponde à “mostrabilidade” midiática.

O espaço público midiático se tornou, por assim dizer, o ambiente privilegiado das produções simbólicas com vistas à adesão religiosa. Na perspectiva assinalada por Bourdieu (1996, p. 170), os atos simbólicos proliferaram as disposições necessárias para que os fiéis obedecessem aos preceitos religiosos sem terem a consciência de estarem submetidos a um ato de obediência. Na realidade, a retórica religiosa prega que Deus sempre oferece para além da possibilidade de retribuição, o que coloca o fiel em permanente estado devedor em relação à igreja, que corresponderia ao elo mais estreito entre as coisas do mundo e as benesses do sagrado.

A maneira mais curta encontrada pela Igreja Universal do Reino de Deus para ocupar espaço na esfera pública midiática e, conseqüentemente, poder multiplicar suas discursividades com vistas à adesão de fiéis nos moldes de submissão assinalados por Bourdieu, corresponde à apropriação e controle direto de uma complexa “redoma” de veículos de comunicação.

A aquisição dessa redoma de mídias, que envolve canais de televisão, estações de rádio, portais na internet, jornais e revistas, oferece uma noção da importância que a linguagem e a comunicação adquiriram para a manutenção e proliferação dos campos sociais, inclusive o religioso. Segundo assinala Pissara Esteves (1998, p. 163), embora o campo da comunicação não disponha de recursos pragmáticos a exemplo do campo militar ou econômico, por exemplo, suas funções expressivas revestem um valor eminentemente voltado à ação. Nesse sentido, projetar discursos, sons e imagens à esfera pública pode representar uma maneira inteligente de induzir a performances pragmáticas através do simples fato de dizer e mostrar.

Voltada justamente para o exercício do dizer e do mostrar segundo pontos de vista pré-determinados pela igreja, a redoma de mídias inaugurada pela IURD possibilitou a constituição de territórios informacionais voltados à regulação social e à regulação de sentidos. Através de processos informacionais regidos por interesses institucionais que atuam sobre processos tecnológicos, a igreja de Edir Macedo conseguiu implantar elos de conectividade permanente entre a igreja, os fiéis, e possíveis adeptos disseminados nessa complexa e difusa esfera pública midiática.

Proliferando os canais de acesso da sociedade aos poderes terapêuticos, pessoais e sociais da religiosidade, as tecnologias da informação passaram a compor não somente as ferramentas de acesso à nova esfera pública, mas transformaram-se em espaços de manifestação da fé e expressão da religiosidade na Idade Mídia.

Referências Bibliográficas

BARBERO, Jesús Martín. *Razón Técnica y Razón Política: Espacios/tiempos no pensados*. In: Revista ALAIC. Ano I. N.1 Jul/Dez. São Paulo, 2004. pp. 22-37

BRAGA, José Luiz. *Mediatização como processo interacional de referência*. Versão revista de artigo apresentado no GT Comunicação e Sociabilidade, do XV Encontro da Compós, em Bauru, SP, 2006.

ESTEVES, João Pissara. *A Ética da Comunicação e os Media Modernos: Legitimidade e poder nas sociedades complexas*. Lisboa, 1998.

LIBÂNIO, João Batista. *A Sedução do Sagrado: o fenômeno religioso na virada do milênio*. In: *A Sedução do Sagrado – O fenômeno religioso na virada do milênio*. Petrópolis: Vozes, 1998.

HABERMAS, Jürgen. *Estruturas sociais da esfera pública*. In: *Mudança Estrutural da Esfera Pública: Investigação quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.