

## Opinião Pública e as Jornadas de Junho: um estudo sobre a regulação dos discursos midiáticos no Brasil

Janine Justen  
janine.justen@gmail.com  
<http://lattes.cnpq.br/8161996386056310>

Marcio d'Amaral  
marcio.damaral@terra.com.br  
<http://lattes.cnpq.br/7322409196325122>

### RESUMO

Este trabalho visa demonstrar como a opinião pública se constrói através da mídia na contemporaneidade, problematizando a questão dos interesses do capital atrelados à lógica de mercado dos *jornais-empresas* em contraponto à motivação ideológica da chamada *mídia livre*. Procura-se ressaltar que são as novas versões, em paralelo às velhas versões (as tradicionais) – e não em substituição às mesmas – a grande guinada da cobertura jornalística atual. A crise da Verdade e dos referenciais parece abrir brechas para a insurgência de uma pluralidade de vozes que, mais do que imprimir *outras* impressões aos acontecimentos, dão ao fato uma imagem complexa, explorando as tensões de leitura e visões de mundo existentes entre jornalistas, os produtores de notícia, e a audiência, agora participativa. Como estudo de caso, um episódio de ampla repercussão no Brasil e no exterior, capaz de abalar as estruturas do cenário midiático do país ou, ao menos, suscitar alternativas ao manejo estrito da informação: as *Jornadas de Junho*.

**Palavras-chave:** opinião pública; verdade; discursos; Jornadas de Junho.

### Introdução

A percepção de que a maior parte das posturas alternativas ao que vem se estabelecendo como discurso mais afiado às características socioculturais no mundo globalizado, o discurso pós-moderno, é de aspecto tecnofóbico ou reducionista, condenando a atuação dos meios de comunicação à uma ditadura midiática sem precedentes, é o que se constitui como motivação primeira deste trabalho. Assim, considerando válida a hipótese de que sejam as maneiras de transmissão do fluxo informacional as principais responsáveis pela formação de um imaginário social de valores e identidades, em confluência com as lógicas da eficácia e da regulação mercadológica da produção de subjetividades, a crise dos fundamentos e da Verdade são pontos cruciais a serem problematizados para que possamos pensar em alternativas a

este paradigma de tendências totalizantes.

Para tal, adotou-se como ponto de partida a noção foucaultiana de relações de poder, que atribui aos lugares de fala a legitimidade dos discursos e a disseminação de suas *verdades* e paradigmas através da difusão de enunciados sociais. A estratégia é traçar um diagnóstico do cenário midiático atual com o objetivo de entender a ascensão das *novas mídias*, que compõem a moderna conformação do midiativismo, em complemento às já consolidadas técnicas da mídia tradicional, cuja característica mais marcante é a capacidade de atrelar interesses do capital a manejos políticos a fim de corroborar suas linhas editoriais mediante conquista de audiência – reflexos de visões de mundo bastante específicas, porém, majoritariamente travestidas de padrões de linguagem universais, de ideais neutros e imparciais, que buscam isentar os seus respectivos veículos de pesares circunstanciais, como orientações partidárias e defesa descabida de pessoas públicas ou organizações associadas a governos e instituições financeiras.

Neste sentido, buscamos apontar a real importância das *versões* de um episódio de caráter (trans)nacional e atual, que tivesse sido capaz de abalar, senão provocar diferenciadas performances, no campo midiático contemporâneo – as manifestações de junho. Vandalismo, luta por direitos, esquerda X direita, anarquia? Diversas foram as abordagens, os editoriais, veículos e plataformas que se apropriaram de discursos carregados de adjetivação e juízo de valor, ampliando-se o caráter opinativo em detrimento do exclusivamente informacional – que após a década de 1950 ganhou ares de mandamento obrigatório, quando nos alinhamos ao modelo norte-americano de jornalismo –, além de abrir precedente para que outros dispositivos ganhassem maior visibilidade na rede, como foi o caso da iniciativa *Mídia Ninja*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *Mídia Ninja* é um coletivo midiático que prima por “narrativas independentes, jornalismo e ação” (significado de sua sigla) em transmissões “sem corte e sem censura”, na intenção de criar posicionamentos paralelos ou opostos ao discurso uníssono e comprometido por interesses político-econômicos da imprensa tradicional. Com a cobertura das manifestações, o coletivo ganhou força e visibilidade na internet, consolidando o que ficou conhecido como *fenômeno do midiativismo* (ou mídia livre). Informações disponíveis em [www.facebook.com/midiaNINJA](http://www.facebook.com/midiaNINJA). Último acesso: 27 de novembro de 2013, às 15h26.

## Falemos, então, da Verdade

Amplamente abordada nas obras *Ordem do Discurso* e *Microfísica do Poder* de Michel Foucault, a Verdade<sup>2</sup> aparece não mais como um termo pleno, coercitivo e de função corretiva, assumido desde a *alétheia* com os gregos clássicos aos dogmas da moral cristã, mas ao contrário, multifacetado e legitimador de lugares de fala dos mais variados: não só Igreja, mas também imprensa, Estado, universidades, família, só para citar alguns. O que está em jogo aqui é a difusão de discursos, instrumentos capazes de coibir, reduzir e manipular, mas também de gerar conhecimento. São, antes de tudo, mecanismos de poder, cuja dinamicidade indica uma interlocução ramificada.

(...) o discurso – como a psicanálise nos mostrou – não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; e visto que – isto a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar (FOUCAULT, 2008, p.10).

Através da busca do que essas instituições compreendem como sua própria verdade, postas em complexas redes de interesses, a sociabilidade não obedece mais, necessariamente, a regras verticais de hierarquia ou fluxos unidirecionais de comportamento, relativizando os conceitos de hegemonia<sup>3</sup> e resistência, presentes agora em todos os patamares de interação com variações apenas no que diz respeito à intensidade. Podemos apostar, então, em duros moldes para o que se convencionou socialmente como *certo* e *errado*? Para Platão, há cerca de 25 séculos, a resposta foi “sim”. A moral e os bons costumes se consolidaram como pilares da humanidade e a retórica dos sofistas, julgada e punida, deu-se como ato consumado. No entanto, de certa maneira já previsto por Nietzsche no fim do século XIX, a crise dos referenciais, que ganha corpo no século seguinte, é anunciada com a morte de Deus em *Zaratrusta* e a

---

2 Quando grafada em letras maiúscula trata-se de um fundamento. Já para fazer menção apenas à ideia de discurso, não há esta necessidade.

3 Adotou-se aqui o uso marxista do termo *hegemonia*, que indica a direção intelectual e moral em virtude da qual uma classe consegue ser aceita como guia legítimo e obtém o consenso ou a passividade dos demais.

linguagem começa a mudar de figura. O homem não deve mais ser condenado ou absolvido por valores supra-terrenos. Tem início a cultura do imediatismo, levando embora consigo a Verdade.

A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (FOUCAULT, 2012, p.52).

O discurso pós-moderno eclode, no fim do século XX, para romper definitivamente com as acepções vigentes do nascimento da Filosofia até o final do século XIX. Uma vez sustentada pela lógica da eficácia, a pós-modernidade imerge numa busca incansável por produção de resultados. Essa ditadura tecnológica faz com que os efeitos substituam as causas, subvertendo toda a metafísica de Aristóteles. O *para que serve* se apropria do *o que é*, o que, considerando Platão, aumenta significativamente a probabilidade do erro. Válido agora, só mesmo o rendimento e a performance. Para os pós-modernos, “o real, a verdade e o fundamento fazem obstáculo à eficácia, são uma teimosia ressentida que se levanta contra o acontecimento representado pelo advento tecno-lógico” (AMARAL, 2010, p.353).

(...) é *como se* para eles [os pós-modernos] o ato de pensar tivesse a ver intrinsecamente com a eficácia de um mundo crescentemente regido pela fusão entre o saber-saber que desde os antigos gregos, pelo menos, carregou o peso da verdade, e o saber-fazer, que também arcaicamente, e também gregamente, vinha suportando aquelas coisas que nós, humanos, acrescentamos ao que há e se dá de si mesmo (AMARAL, 2010, p.352).

Baudrillard batizou a nossa época de “era da simulação” (BAUDRILLARD, 1981, p.9), condição intimamente ligada a crise da representação promovida pela falência dos referenciais. Isto porque a simulação é capaz de eliminar a verdade e a causa objetiva por completo a partir de práticas verossímeis, ou seja, promovendo a imagem do real em dimensões virtuais. É pura imagem de imagem, de imagem, de imagem... a ponto de já não sabermos mais o que ou quem conferiu o estímulo original. E assim nascem e se

consolidam os simulacros, já sem começo ou fim, mas de presença garantida e estrutural em nossa percepção de mundo. Para o pensador francês, “fingir, ou dissimular, deixam intacto o princípio da realidade” (BAUDRILLARD, 1981, p.9), enquanto que a simulação “põe em causa a diferença do ‘verdadeiro’ e do ‘falso’, do ‘real’ e do ‘imaginário’” (id. ib., p.10).

A identidade do homem contemporâneo não é mais um campo fechado, de valores restritos e pré-selecionados como se pensava até o século XIX. E, na contramão da descrença nas instituições, antes norte de conduta e instrumentos de forte coerção social, ganha forma a intensa ascensão do intermediário sensorial como base de toda a produção *mass media*, a grande reguladora de interações inter-indivíduos e indivíduos-meio – o homem delega sua própria subjetivação à mídia, acreditando numa suposta representação verossímil da vida cotidiana, que por tanto se reafirmar atinge o patamar da Verdade, condição alimentada, na dimensão virtual, pelos simulacros. “As representações midiáticas de indivíduos, grupos, instituições e acontecimentos formam como que a matéria-prima a partir da qual os indivíduos pensam sobre si mesmos e o mundo” (FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.7).

## **Construindo a opinião pública**

Extremamente conectada à questão da verdade, a *opinião pública* foi entendida, por séculos, como aquilo que se propaga, ou se deseja propagar, por um único interlocutor ou um grupo, na tentativa de alcançar e convencer o maior número de pessoas possível a partir de um único discurso. Mas neste momento em que vivemos, de transição entre uma comunicação centralizada, unidirecional e vertical para uma comunicação de relativa interatividade e multimidialismo<sup>4</sup>, essa noção de opinião pública passa a implicar, também, uma expansão das rígidas fronteiras entre emissor e receptor das mensagens, tornando complicado estabelecer pólos esquemáticos de fluxos de informação.

---

4 Em *Antropológica do Espelho – Uma teoria da comunicação linear e em rede* (2002), Muniz Sodré expõe, de maneira bastante embasada, a transformação da antiga *cultura de massa* para uma *sociedade de informação*, apontando a circulação acelerada de um grande volume de dados como principal diferencial entre os marcos.

A noção de opinião pública contrapõe-se à postura de passividade, sendo classificada de ativa. Ela é compreendida como portadora de ideias, sentimentos e tendências à ação que em milhares e milhares de homens se desencadeiam no mesmo sentido, face a determinados fatos da atualidade (CARVALHO, 2012, p.37).

Classificada como mutante e efêmera, a opinião, por natureza, carrega o peso da instantaneidade, selando um pacto quase perfeito com o cenário do imediatismo atual, que, de acordo com as teorias de Martín-Barbero e Jean Baudrillard, é amnésico, acelerado e autista, cujos objetos produzidos são para fins de consumo necessitando rapidamente de substituição. Em confluência com a lógica da eficácia, indo de encontro às regras do sistema econômico vigente (o capitalismo, que traz como pano de fundo o mundo globalizado) e à ideia dos simulacros – uma vez que disseminada, torna-se apenas imagem de imagem de imagem, indicando, em alta potência, uma replicação viral –, a opinião pública consolida um paradoxal vínculo sócio-identitário, de forma quase estrutural, com as atividades da imprensa: a partir dela segmentam-se audiências, nichos urbanos, categorias profissionais etc., o que a coloca em posição cobiçada de mercadoria com poderoso valor agregado.

[A *opinião pública*] É um complexo de ideias, dos sentimentos, das tendências, que segundo determinações especiais das faculdades superiores, induz um considerável grupo de homens a reagirem e agirem identicamente diante de certos fatos da atualidade, conexos aos problemas da vida social (MORLION *apud* CARVALHO, 2012, p.38).

Substrato midiático, a informação é a imagem especular dos acontecimentos formada pela instrumentalização dos recursos de linguagem e matéria-prima para a construção da opinião pública a respeito de um determinado tema. Desprovida de quaisquer traços de neutralidade ou objetividade – para contrariar a lógica do utópico *bom jornalismo* –, a informação é sempre uma interpretação e, por isso, carrega consigo não só a visão de mundo de quem a enuncia, como também suas impressões e pontos de vista. “Não há aí uma *influência* sobre a realidade, mas ao contrário a *constituição* de uma realidade” (SODRÉ, 2006, p.99).

Assim, na contramão da crise da Verdade, a opinião ascende e se assume como via de participação popular nos processos de comunicação dos grandes meios midiáticos. Em *Antropológica do Espelho*, Muniz Sodré defende a tese de que a mídia implica uma

nova qualificação da vida, um “*bios virtual*” (2002, p.11), alterando os “costumes, conduta, cognição e sensorialismo” (id. ib., p.11) humanos. Para o teórico, este fenômeno se dá por duas razões básicas: o ápice das novas tecnologias desencadeado com a Revolução Industrial inglesa e a recente Revolução da Informação, que une a hiperaceleração temporal à expansão da capacidade de estocagem e circulação de um grande volume de dados. “Se a Industrial centrou-se na mobilidade espacial, a da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiquidade humana” (SODRÉ, 2002, p.14).

## **Sem mais, os fatos e as versões**

As “Jornadas de Junho”, como se refere o autor do livro *Cidades Rebeldes*, Lincoln Secco, às manifestações populares que saíram das redes sociais para tomar as ruas do país em mais de 350 cidades brasileiras no ano passado, foram eleitas marco de uma reforma político-social em potencial. “Eles não nos representam”, era o que gritavam aos quatro ventos os militantes sobre seus governantes. Eleitos? Sim. Representativos? Não, estavam deixando de ser. A mediação política teria ruído junto às instituições e suas ações não corresponderiam mais às demandas e reivindicações de um corpo social que agora se planeja organizar de maneira linear, sem líderes ou partidos.

Motivados pela Primavera Árabe, que ocorreu em 2010 no Oriente Médio e em países do norte da África – dos quais destacam-se Tunísia, Egito, Líbia e Síria – e pelo *Occupy Wall Street*, que tomou os arredores do coração financeiro de Manhattan no ano seguinte, os manifestantes brasileiros exigiam outros horizontes para um prognóstico mais justo, participativo e transparente, fazendo do ambiente virtual seu espaço de recrutamento de pessoal, planejamento e intervenções, uma espécie de prévia e chamariz daquilo que se veria concretamente nos logradouros urbanos.

Como causa inicial, os transportes públicos. Indignados com a baixa qualidade dos serviços oferecidos a preços exorbitantes, o anúncio de que as tarifas aumentariam ainda mais foi a gota d’água. O Movimento Passe Livre (MPL) de São Paulo, que defende o

“acesso amplo e irrestrito à cidade”<sup>5</sup>, iniciou passeatas em vias públicas de tráfego intenso em dias úteis, como a Avenida Paulista e a Marginal Tietê, na intenção de dar visibilidade às queixas da população e alcançar os ouvidos dos patamares responsáveis. O problema é que a mídia tradicional fechou os olhos para as aglomerações nos grandes centros, mantendo-se alheia aos acontecimentos até ser obrigada a noticiá-los. Desta vez, foi o público, os próprios atores sociais, quem ditou as regras. Contrariando os interesses dos jornais-empresas que por motivos editoriais ainda não haviam se pronunciado, as manifestações recebiam novos adeptos a cada encontro e se espalharam para as cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Curitiba, Maceió e Porto Alegre, chegando a Brasília e ao Congresso Nacional<sup>6</sup>. Ficou difícil negá-las. Logo, o debate passou a ser sobre a *forma* como se narrariam as recentes mobilizações, pois a pauta já tinha virado questão obrigatória.

Agravada pela postura policial, que assumiu o caráter de violência legitimada pelo aparelho estatal para *conter* e *reprimir* as manifestações – mesmo que, de acordo com a Constituição Federal de 1988, esse seja um direito garantido por lei –, a cobertura midiática não mediu esforços para estampar manchetes sensacionalistas e reducionistas na tentativa de deslegitimar as ações populares: “Crime contra a ordem pública”, estava em todas as primeiras páginas, portais de notícias, nos rádios e telejornais. A referência à ação dos autonomistas – daqueles rotulados anarquistas, os “Black Blocs”<sup>7</sup>, às vezes por eles próprios, às vezes pela mídia – no final das manifestações, se dava sempre no horário nobre, pautando deste modo os telejornais. Na Rede Globo, por exemplo, era assunto garantido no Jornal Nacional, programa *essencialmente informativo* que antecede, na grade, a telenovela de maior audiência da emissora, a das 21 horas.

---

5 Descrição retirada da Carta de Princípios do Movimento Passe Livre de São Paulo, disponível em: <http://saopaulo.mpl.org.br/>. Último acesso: 26 de novembro de 2013, às 23h47.

6 Segundo estimativas oficiais da Polícia Militar, no dia 17 de junho de 2013, cerca de 100 mil pessoas se reuniram na cidade do Rio de Janeiro, na Avenida Rio Branco. Em São Paulo, o número atingiu a marca dos 65 mil.

7 Normalmente equipados com roupas impermeáveis, máscaras de gás, gorros, capacetes e escudos, o grupo que faz uso da tática “Black Bloc” se destaca do resto dos manifestantes. Quando há confronto direto com a polícia, eles tomam a frente do grupo, empunham pedaços de madeira, pedras e lançam coquetéis *molotov*. Com origem no fim da década de 1980, na Europa, o *bloco negro* ganhou força com a crise do capitalismo neoliberal, na virada dos anos 2000.



Classificada como “reação exagerada” pelos militantes, a ação da polícia era corroborada por declarações polêmicas das autoridades (chefe das secretarias de segurança, prefeitos e governadores), mas a versão dos manifestantes pouco aparecia – um choque com os mandamentos do *bom jornalismo*, em tese, norteado pela pluralidade de fontes e por um ideal de neutralidade. Instaura-se, portanto, a discussão entre versões, deixando os fatos opacos na dicotomia real-simulacro: vândalos ou manifestantes; repressão ou manutenção da ordem; depredação de patrimônio público ou luta por direitos? No que deveríamos *acreditar* ou quais visões deveríamos *defender*?

Como pensar, nessa conjuntura, uma mídia conivente com os interesses do capital e, portanto, atrelada as artimanhas do Estado, quando grande parte de seu público não consente com tais medidas? Da necessidade, fez-se um *outro* circuito, um circuito paralelo de fluxo de informação. E a alternativa apareceu através da internet. A experiência das *novas mídias* possibilitou que aparelhos de telefone celular, os modernos *smartphones* (com câmeras de alta resolução e conexão rápida a redes sociais integradas), microcomputadores e *tablets* ocupassem postos de fiscais e delatores, fazendo das plataformas *onlines* (*Youtube*, *blogs*, *Facebook* e *Twitter*, por exemplo) seus mais eficazes meios de compartilhamento. “Eu vejo, eu mostro”, este era o lema dos relatos, que começaram a brotar no mundo virtual sob a égide da credibilidade de testemunhos. “Um modelo digital não é *lido* ou *interpretado* como um texto clássico, ele geralmente é *explorado* de forma interativa” (LEVY, 1993, p.122).

A pluralização de ofertas de pontos de vista se deu a partir do deslocamento das vozes oficiais, aquelas personificadas pelos jornalistas dos grandes conglomerados midiáticos, às vozes dos cidadãos comuns que, concordando ou não com a razão das manifestações, disseminavam seus olhares e impressões obtidos na vivência das situações descritas ou, apenas, construídos na observação das informações disponíveis. Cada manifestante apresentava uma nova versão, cada morador, cada comerciante, cada transeunte, incitando de maneira intensa a participação ativa do público, que não mais era direcionado (ou condicionado) por abordagens escassas e superficiais de veículos específicos, mas deparava-se com uma vasta gama de narrativas disponíveis para análise seletiva – vale destacar, versões essas muitas vezes contraditórias entre si e

opostas ao discurso da mídia tradicional. Foi necessário, então, questionar-se, interpelar-se pelo *verdadeiro*.

Um modelo digital normalmente não é nem ‘verdadeiro’ nem ‘falso’, nem mesmo ‘testável’, em um sentido estrito. Ele apenas será mais ou menos útil, mais ou menos eficaz ou pertinente em relação a este ou aquele objetivo específico. Fatores muito distantes da ideia de verdade podem intervir na avaliação de um modelo: a facilidade de simulação, a velocidade de realização e modificação, as conexões possíveis com programas de visualização, de auxílio à decisão ou ao ensino (LEVY, 1993, p.121).

Para Nietzsche (2002), *é preciso ter ainda um caos dentro de si para poder dar à luz uma estrela dançante* e é a partir de uma profunda crise dos fundamentos e dos enunciados que se pode pensar em uma nova estruturação da cobertura jornalística no Brasil, consolidada, anos a fio, por um sistema de poder excludente e filtrante, de origens monopolistas e aristocráticas, que condicionava discursos e público a vieses pouco interativos. Decretada a falência da Verdade e da representação em detrimento à lógica dos simulacros, a opinião se estabelece, novamente, como um instrumento de inserção social: *é preciso escolher, é preciso saber*, pois não há mais uma única interpretação previamente concebida acerca dos fatos, uma interpretação absoluta e inequívoca, nem mesmo quando se trata dos *acontecimentos jornalísticos*, por muito delegados incorruptíveis. Essa possibilidade de múltiplas vozes dissonantes, embora simultâneas, ampliou o caráter opinativo em detrimento do exclusivamente informacional, além de abrir precedente para que outros dispositivos ganhassem maior visibilidade na rede, como foi o caso da iniciativa *Mídia Ninja*, com modelo de transmissão “sem corte e sem censura”, em tempo real, direto das ruas.

De um lado, a mídia tecnicamente isenta de opiniões e pareceres, tradicional, cuja orientação pós-1950 é de apenas informar, embora sua atividade esteja repleta de jogos de poder e sentido. Em oposição, as investidas do midiativismo, que propõe uma mídia livre e independente, zelando pelo “faça você mesmo” ao invés de se prender a amarras contratuais por vezes paralisantes. Advindas do universo do *jornalismo-cidadão*, essas *novas mídias* fazem valer os preceitos de um *outro* jornalismo, não mais unidirecional e vertical, mas em rede e multipolarizado. Ainda embrionárias? Sem dúvida. Mas diante das atuais circunstâncias, traçam projeções um tanto quanto promissoras, apresentando ao

público e aos próprios repórteres, que agora se revezam entre emissores e receptores das mensagens, diferentes meios de se produzir e distribuir *discursos sociais*.

## **Considerações Finais**

Uns detentores da técnica, dos recursos financeiros. Outros munidos de emoção, ideais e força de vontade. Este é o caminho para se perceber a dimensão da transmissão de um fato em suas deformações e distorções, mas também em suas representações mais fiéis. Nesta história, não existe *certo* ou *errado*, apenas pontos de vista, que variam mediante circunstâncias e atores sociais. A valorização da multiplicidade do mundo enquanto tal, da vida, dos indivíduos e de suas faculdades clama por uma igual pluralidade de versões, não para dizer que todas se equivalem e, sim, para experimentar as tensões existentes entre elas, empenhando-se na ação – ação de informar, ação de transmitir, ação de reinterpretar. É pelo conjunto de possibilidades do acontecimento que nos aproximamos dele. Cabe a nós zelar para que esta diversidade se fortaleça e assuma, por direito, lugar cativo em meio ao fazer jornalístico, seja ele exercido em vias independentes ou corporativas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Marcio d'. **Sobre Tempos e História: o paradoxo pós-moderno**. In: LEÃO, Emmanuel Carneiro. *Pensamento do Brasil*, v.1. Rio de Janeiro: Hexis, 2010, p. 351-369.

BARBERO, Jesus-Martin. **Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, ano 1, n.1, Julio/Diciembre 2004. São Paulo: ALAIC, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1981.

BURKE, Peter. **História social do conhecimento II** – Da Enciclopédia à Wikipédia. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

CARVALHO, Aloysio. **O caso Última Hora e o cerco da imprensa ao Governo Vargas**. Niterói: Editora UFF, 2012.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. São Paulo: Graal, 2012.

\_\_\_\_\_. **Ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2008.

FREIRE FILHO, João; VAZ, Paulo (orgs.). **Construções do tempo e do outro** – Representações e discursos midiáticos sobre a alteridade. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

NIETZSCHE, Friederich. **O Crepúsculo dos Ídolos**. Porto Alegre: L&PM, 2009.

\_\_\_\_\_. **Assim falava Zarathustra**. E-Book: eBooksBrasil.com, 2002.

PLATÃO. **Górgias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis, Vozes, 2006.

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

## SOBRE OS AUTORES:

Janine Justen – Mestranda em Mídias e Mediações Socioculturais pela Escola de Comunicação da UFRJ, bolsista Capes. Graduada em Jornalismo pela mesma instituição, tendo concluído dois anos de iniciação científica sob fomento CNPq/Pibic. Há três anos é pesquisadora do Laboratório de História dos Sistemas de Pensamento do IDEA (Programa de Estudos Avançados – ECO/UFRJ). Seus esforços têm a intenção de problematizar o que se entende por discurso pós-moderno, apontando alternativas não reativas e não ressentidas à configuração midiática contemporânea. Estuda as relações histórico-temporais entre produção de subjetividades, poder e verdade, com ênfase nos mecanismos de regulação de discursos.

Marcio Amaral – Professor emérito da UFRJ e coordenador-fundador do Laboratório de História dos Sistemas de Pensamento do IDEA (Programa de Estudos Avançados – ECO/UFRJ). Possui graduação em Ciências Jurídicas e Sociais pela PUC-Rio (1970), mestrado em Comunicação pela

# Artefactum

Revista de estudos em Linguagens e Tecnologia

UFRJ (1974), doutorado em Letras pela mesma instituição (1981) e pós-doutorado em Filosofia pela Universidade de Paris V Sorbonne Sciences Humaines. Atualmente se dedica às áreas de Comunicação, História, Filosofia e Religião.