



VIRAMUNDO: JORNALISMO UNIVERSITÁRIO PARA UMA COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA

Alessandra Marchioni

(Professora Doutora FDA/UFAL)

Karen Daniele de Araújo Pimentel

(Aluna de graduação FDA/UFAL)

Mateus Antonio Magalhães Gonçalves

(Aluno de graduação COS/UFAL)

Em tempos de inovações tecnológicas, em que meios de informação tradicionais perderam o domínio da cadeia de valor informativo, em razão da emergência da internet e da cultura digital, há espaço para a chamada “comunicação alternativa”? Há lugar para os chamados “jornais universitários”? No mundo do jornalismo *on line*, em que os conteúdos e as narrativas tradicionais foram superados, existe vez para jornais impressos com conteúdos e narrativas críticos e ideológicos?

Esse artigo busca apresentar as principais referências à imprensa alternativa, incluindo o jornalismo popular, que motivou a produção e edição do jornal universitário Viramundo, um modelo de periódico produzido por um coletivo de estudantes das Faculdades de Direito e de Comunicação Social da UFAL, que é distribuído trimestralmente na comunidade acadêmica e nos espaços sociais que definem as respectivas pautas de edição.

Bastante comum nas décadas de 60 e 80, a “comunicação alternativa” vem tentando superar os obstáculos da era digital e buscando se atualizar. Segundo CAPARELLI (1980), a “imprensa alternativa” historicamente propôs uma visão diferenciada àquela da grande mídia, a partir de “uma publicação de menor alcance, que apresentasse um conteúdo informativo crítico, para além da divulgação dos temas de massa”. Nesse contexto, o jornal universitário Viramundo: notícias para discussão, organização e participação política, caracteriza-se como um projeto de extensão acadêmica, que possui uma tiragem de 1000 exemplares por edição, geralmente veiculando matérias associadas ao debate de questões e demandas comunitárias, como a greve nos institutos federais e o saneamento básico de Maceió.

Palavras-chave: comunicação alternativa. jornal universitário. VIRAMUNDO.

VIRAMUNDO: JORNALISMO UNIVERSITÁRIO PARA UMA COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA,

VIRAMUNDO: UNIVERSITY NEWSPAPER FOR AN ALTERNATIVE COMMUNICATION.

Alessandra Marchioni¹

Karen Daniele de Araújo Pimentel²

Mateus Antonio Magalhães Gonçalves³

UFAL

RESUMO

Em tempos de inovações tecnológicas, em que meios de informação tradicionais perderam o domínio da cadeia de valor informativo, em razão da emergência da internet e da cultura digital, há espaço para a chamada “comunicação alternativa”? Há lugar para os chamados “jornais universitários”? No mundo do jornalismo *on line*, em que os conteúdos e as narrativas tradicionais foram superados, existe vez para jornais impressos com conteúdos e narrativas críticos e ideológicos? Esse artigo busca apresentar as principais referências à imprensa alternativa, incluindo o jornalismo popular, que motivou a produção e edição do jornal universitário Viramundo, um modelo de periódico produzido por um coletivo de estudantes das Faculdades de Direito e de Comunicação Social da UFAL, que é distribuído trimestralmente na comunidade acadêmica e nos espaços sociais que definem as respectivas pautas de edição.

Palavras-chave: comunicação alternativa. jornal universitário. VIRAMUNDO.

ABSTRACT

In the current moment of technological innovations, wherein traditional media have lost the domain of the information value chain due to the arising of the Internet and the digital culture, is there a room for the so-called "alternative communication"? Is there room for the so-called "university papers"? In the world of online press, in which the contents and traditional narratives have been overcome, is there any time for printed newspapers with critical and ideological contents and narratives? This article pursues to propound the main references to the alternative press, including the popular press, which motivated the production and edition of the university newspaper: *Viramundo*, a periodic model produced by a collective of students of the Law and Social Communication Faculties from the Federal University of Alagoas (UFAL), which is distributed quarterly in the academic community and to the targeted spaces which define the respective patterns of editing.

Keywords: alternative communication. university paper. VIRAMUNDO.

¹ Doutora e Mestre em Direito pela UFSC, professora adjunta no Curso de Direito da UFAL. Coordenadora do Projeto de Extensão Viramundo 2016-17.

² Graduanda no Curso de Direito da UFAL. Bolsista no Projeto de Extensão Viramundo 2016-2017.

³ Graduando no Curso de Jornalismo ICHCA da UFAL. Bolsista no Projeto de Extensão Viramundo 2016- 2017.

1. INTRODUÇÃO

Esse artigo busca apresentar as principais referências à “imprensa alternativa”, incluindo o “jornalismo popular”, que motivou a produção e edição do jornal universitário Viramundo, um modelo de periódico produzido por um coletivo de estudantes das Faculdades de Direito e de Comunicação Social da UFAL, que é distribuído trimestralmente na comunidade acadêmica e nos espaços sociais que definem as respectivas pautas de edição. O Jornal Universitário VIRAMUNDO caracteriza-se como um projeto de extensão acadêmica, que possui uma tiragem de 1000 exemplares por edição, geralmente veiculando matérias associadas ao debate de questões e demandas comunitárias, como a greve nos Institutos Federais e o saneamento básico de Maceió.

Assim, tomando como pressuposto esses “tempos de inovações tecnológicas”, em que meios de informação tradicionais perderam o domínio da cadeia de valor informativo, em razão da emergência da internet e da cultura digital, pergunta-se: se há espaço para a chamada “comunicação alternativa”? Se há lugar para os chamados “jornais universitários”? No mundo do jornalismo *on line*, em que os conteúdos e as narrativas tradicionais foram superados, existe vez para jornais impressos, com conteúdos e narrativas críticos e ideológicos?

Esse trabalho está dividido em três itens: o primeiro sobre a imprensa alternativa e seus pontos de contato com o jornalismo popular, inclusive suas contribuições para a construção de um jornal universitário. Depois, sobre o processo de formação coletiva do grupo de estudantes da Faculdade de Direito e da Comunicação Social e a produção do jornal universitário VIRAMUNDO. Por último, a descrição metodológica, métodos e técnicas, para a construção do Jornal VIRAMUNDO.

2 A IMPRENSA ALTERNATIVA E O JORNAL UNIVERSITÁRIO

A imprensa alternativa tem por objetivo propor uma visão diferenciada àquelas propostas pela chamada “grande mídia”. Esses jornais podem exercer um papel de

esclarecimentos da sociedade, porém só até o limite dos interesses de seus proprietários, vinculados à manutenção de um complexo econômico, política e institucional. (CHINEM, 1995, p.11)

A imprensa alternativa seria, então, o modo encontrado por quem não concorda com a forma com a qual a “grande mídia” lida com as informações, situando-se aí, os jornais universitários. Dessa forma, Chinem (1995 p.84-87) define e caracteriza o jornalismo alternativo como sendo “o meio onde a informação não é tratada como mercadoria e os critérios culturais e informativos prevalecem sobre os comerciais, difundindo a verdade acima de tudo”.

O jornalismo alternativo não é aquele que busca o utópico, que tenta transmitir uma informação isenta de opinião. Ao contrário, esse tipo de jornalismo é a maneira encontrada por quem não se sentia representado pelas escolhas temáticas e/ou posição ideológica da “grande mídia” em apresentar e interpretar fatos e fenômenos sociais. Trata-se de uma publicação de menor alcance, que privilegia a difusão de assuntos dificilmente explorados, ou abordados a partir de um senso comum hegemônico (CAPARELLI, 1980, p.44). De qualquer modo, resta claro que a imprensa alternativa não veio para substituir a de massa, isso ocorre principalmente em razão da quantidade de recursos destinados à sua manutenção, tanto financeiros como materiais para enfrentar a concorrência massiva da grande imprensa (ABRAMO, 2003).

2.1 EM BUSCA DA INCLUSÃO DO PONTO DE VISTA POPULAR

Comunicação popular é um meio de imprensa alternativa, diferenciando-se do jornalismo tradicional pelos conteúdos, formato, gestão e pela participação do público que influencia diretamente na pauta desses meios de comunicação. A comunicação popular se constrói com a finalidade de representar segmentos da população subalterna que lutam por melhores condições de vida, movimentos sociais mobilizados pela justiça social, buscando suprir a falta de expressividade dessa camada da população.

Para Regina Festa (p.25; 1984, p.169-170), “a comunicação popular nasce efetivamente a partir dos movimentos sociais, mas, sobretudo da emergência do movimento operário e sindical, tanto na cidade como no campo”. Assim é que, a comunicação popular busca representar as sociedades de acordo com seu segmento e

suas necessidades, transmitindo a realidade de cada um de modo que esses possam se sentir representados e participativos no cotidiano. Na comunicação popular se inclui a literatura de cordel e os pasquins, e também comunicações gestuais e orais, como anedotas, provérbios e outras manifestações culturais populares.

Sua principal característica é, portanto, explorar conteúdos próximos ao cotidiano do leitor, a partir de uma linguagem coloquial, quase a encontrada nas ruas, podendo ainda usar cenas de humor como charges ou quadrinhos.

Ao mesmo tempo, a orientação do editorial do jornal deve ser comunitária, ou seja, as matérias produzidas para o jornal devem atender aos anseios e reivindicações da comunidade que, dentro do possível, determinará quais as notícias que devem ser divulgadas pelo jornal, desde que não atendam nenhum interesse pessoal ou partidário (DORNELLES, 2004).

Em vista disso, mesmo com as grandes evoluções tecnológicas no ramo editorial, que encaminham o jornalismo de grande porte para outras vertentes, o jornalismo comunitário continua sendo importante para o convívio social e para a inserção do indivíduo na sociedade. Dessa forma, a função estratégica assumida pelos jornais universitários é a de aproximar os temas e assuntos locais às comunidades e vice-versa. Além disso, percebe-se que a iniciativa de construir uma imprensa universitária é importante para a construção da identidade da própria universidade, em especial e no caso concreto da Faculdade de Direito de Alagoas, pois realiza a tarefa coletiva de recontar (passado) e também construir (presente e futuro) o histórico social. (MOREL, 1986).

2.2 ENTRE A MÍDIA IMPRESSA E A MÍDIA DIGITAL: A ALTERNATIVA DO JORNALISMO UNIVERSITÁRIO

As novas e incontáveis formas jornalísticas, decorrentes da ampliação, transformação e reconfiguração das formas jornalísticas tradicionais, são consequências do advento da cibercultura, um fenômeno “sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica, associadas à convergência das telecomunicações com a informática, na década de 70” (COSTA, 2012, p. 14).

Disso decorre o fato de que os meios de informação tradicionais perderam o domínio da cadeia de valor informativo, cuja lógica acabou modificada em relação ao sistema de produção de notícias jornalísticas anterior, principalmente em razão do reconhecimento das sociedades como agente produtora de notícias e difusora de informações: “o leitor, o ouvinte, o telespectador agora têm totais condições, sem nenhuma *expertise* ou poderio financeiro, de produzir informação e opinião” (COSTA, 2012, p. 14).

Certamente, embora não invalide o papel dos jornalistas e do jornalismo impresso na sociedade, o mundo digital permite que outros atores também participem e colaborem para o mundo da informação e da comunicação, a partir da modificação das relações de poder e das experiências humanas, colocando em xeque toda espécie de narrativa tipicamente totalizante (COSTA, 2012, p. 12). Importa destacar que o jornalismo, seja ele impresso ou digital, institucionalizou-se como um dos principais campos de mediação da experiência moderna e contemporânea do mundo. Dessa maneira, a emergência da comunicação/jornalismo deve-se ao projeto de transparência e visibilidade da esfera pública, da constituição de um sujeito *esclarecido, emancipado e autônomo* que reivindica a si a legitimidade das maneiras de *ser, fazer e de dizer*. (ANDRADE E BENTEVI, 2013, p.6)

Assim é possível constatar o convívio do jornalismo impresso criativo combinado ao jornalismo alternativo de natureza digital, também conhecido como comunicação alternativa, que possibilitou a ascensão de novos e mais baratos meios de comunicação como os *blogs* e *twitters*, mais diretos e eficazes de se fazer comunicação. Esses novos meios, combinados a diferentes formas de narrativas, aparecem relacionados ao jornalismo e à comunicação universitária, agora, sintetizados não apenas como jornalismo alternativo e popular, mas reunindo esforços para além da comunicação impressa tradicional (jornal impresso) expressos em outras formas (LEITE E SANTOS, 2013, p.02).

3. O PROCESSO DE FORMAÇÃO COLETIVA DE UM JORNAL UNIVERSITÁRIO

3.1A EMERGÊNCIA DOS COLETIVOS EM MEIO À CRISE DA REPRESENTATIVIDADE DEMOCRÁTICA

Segundo Dardot e Laval (2015), pelo menos desde a década de 80, é possível explicar a emergência de novas formas de comunicação e articulações políticas, também a partir da falência do sistema democrático liberal, que vem sendo substituída por uma nova “razão de mundo”, associada a práticas e a ideologias organizadas para estimular a concorrência individual e a emergência da gestão privada sobre os bens públicos.⁴

Em relação às formas de organização política, o neoliberalismo influenciou a mudança de condutas efetivas dos indivíduos, incitando-os a ‘cuidar deles mesmos’, independente da solidariedade coletiva e do sentimento de pertencimento de classe. (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 243).

É desse modo que, destituído do seu conteúdo político unificador, respondendo no mais das vezes a interesses de determinadas classes e grupos de interesses, o Estado vem se situando como um resultado da disputa de forças políticas, cada vez mais distantes das demandas sociais (BOURDIEU, 2004).

Em contraposição a esse contexto (des)institucionalizado, surgem novas formas de participação e mobilização, bem como os diversos movimentos e coletivos sociais. Nesses termos, a horizontalidade e as articulações dos grupos e coletividades sociais emergentes, para além das estruturas tradicionais de sindicatos e associações, associadas ao fluxo intenso de informações através das redes sociais vem sendo identificadas como a marca desses “novos” tempos.

A denominada “crise de representatividade” vivenciada no Brasil atingiu seu apogeu quando da eclosão das Jornadas de Junho de 2013. A série de protestos em massa que abalou o Brasil e deixou intérpretes, de todos os gêneros, consternados, seguiu uma tendência global de movimentação política, iniciada *Wall Street* em 2011.

No Brasil, as manifestações atingiram a cifra de três milhões de participantes no dia 20 de junho (SECCO, 2013 p. 75) e foram motivadas por uma pauta que confluiu às insatisfações sociais. Seguindo a tendência do movimento *Occupy Wall Street* (“Somos

⁴ Nesses termos, a chamada “razão neoliberal” pode ser caracterizada por quatro traços elencados pelos autores: a) mercado como uma realidade construída também através da intervenção Estatal, o que rechaça o *laissez-faire* do Liberalismo Clássico; b) ordem de mercado residente na concorrência e não na troca; c) Estado submetido à norma da concorrência; d) normas da concorrência atingem a esfera individual, levando ao “indivíduo-empresa” (DARDOT; LAVAL, 2016, pp. 377-378).

os 99%”)⁵ também utilizou a tática de ocupação dos espaços públicos e a estratégia das formas de *comunicação* digital e de *organização* dos espaços virtuais.

Daí emergiram os movimentos políticos não-partidários ou “coletivos”:

Se não existem as condições para a formação de uma opinião pública democrática – uma vez que a maioria da população permanece excluída e não representada no debate público –, não pode haver legitimidade nos canais institucionalizados (os partidos políticos) por meio dos quais se escolhe os representantes da população (LIMA, 2013, p. 93).

Nesse sentido, as organizações coletivas⁶, principalmente aquelas voltadas à mobilização e à satisfação das pautas da “cidade” e da “liberdade de comunicação”, vêm se tornando experiências frutíferas, agora (re)apropriadas pelo espaço acadêmico e universitário em torno da construção coletiva, por exemplo, de um jornal universitário.

3.2 A CONSTITUIÇÃO DO COLETIVO VIRAMUNDO

Nesse contexto, um grupo de alunos alguns originários do núcleo de pesquisa da Faculdade de Direito (FDA), outros provenientes de diferentes áreas de formação, como a Comunicação e o Teatro (ICHCA) da UFAL engajaram-se nessa atividade de extensão. Através do edital lançado pela Universidade Federal de Alagoas, Programa Círculos Comunitários de Atividades Extensionistas – PROCCAEXT (2016-2017) foi possível reunir seis alunos colaboradores e três bolsistas para realizar as atividades do projeto. Assim, as bolsas destinadas pelo Edital foram utilizadas não apenas para a assistência estudantil, como também para o financiamento das atividades do coletivo, principalmente a confecção dos jornais⁷.

O coletivo toma como ponto de partida o questionamento sobre a possibilidade de contribuir para o debate e a construção de um “modelo alternativo” de comunicação,

⁵ Somos a maioria e essa maioria pode, deve e vai prevalecer. Na medida em que todos os outros canais de expressão estão fechados por causa do poder do dinheiro, não temos outra opção a não ser ocupar os parques, praças e ruas de nossas cidades até que nossas opiniões sejam ouvidas e nossas necessidades atendidas (HARVEY, 2012).

⁶ *It's crucial to leave behind this sterile binary. The struggle against authoritarianism needn't entail neo-anarchism, just as effective organization doesn't necessarily require a Leninist party. What is required, however, is taking seriously the fact that we are up against an enemy that has no doubt at all that it is in a class war, and which devotes many of its enormous resources training its people to fight it* (FISHER, 2013).

⁷ O jornal universitário Viramundo possui 8 páginas e está em sua terceira edição. É impresso trimestralmente com tiragem de 1000 exemplares, pela Imprensa Oficial Graciliano Ramos.

que misturasse a lógica dos jornais impressos à criatividade do design gráfico digital e contemporâneo, à visibilidade das demandas sociais locais em forma de escrita popular.

Á semelhança do jornal A MARGEM, jornal produzido pelos estudantes da Faculdade de Direito e outras Faculdades, da Universidade Federal da Paraíba, propõem-se a noticiar uma seleção de fatos e ideias que passam despercebidas do dia-a-dia do cidadão alagoano, mas que poderão ser recuperados pela pauta jornalística, com conotação contra hegemônica.

O projeto parte de uma resistência coletiva, na maior parte dos casos, articuladas a organizações de mesma natureza, reunidas para promover a democracia e participação popular local e difundir debates de cunho social. Por sua natureza coletiva o Jornal busca promover a mobilização da comunidade acadêmica, sublinhando a importância das organizações da sociedade civil.

A produção do conteúdo do jornal VIRAMUNDO é construída de forma compartilhada e coletiva, assim, não apenas os membros do projeto participarão de sua confecção, mas também os movimentos parceiros darão sua contribuição para fazer como que a universidade esteja atenta às demandas sociais.

4. METODOLOGIA DE CONSTRUÇÃO DO PROJETO DO JORNAL UNIVERSITÁRIO VIRAMUNDO

Para colocar em prática o objetivo de realizar a comunicação popular, foi necessária a construção de uma metodologia própria de trabalho que privilegiasse a coletividade em detrimento de uma “linha de produção” textual própria de grandes meios de comunicação de massa.

Assim, partindo do pressuposto da horizontalidade, o Jornal Viramundo desenvolve uma série de atividades: a) discussão em grupo; b) formação e análise de textos dentro da temática de cada edição; c) oficinas de produção textual, diagramação e edição; d) divulgação das atividades relacionadas aos sujeitos de cada edição preparada; e) utilização das plataformas de mídia (*Facebook*, blog, *Whatsapp*) para divulgar notícias, textos e eventos que dialoguem com a proposta do jornal

Nesse sentido, o jornal é pensado em reuniões de pauta que tentam chegar a um tema comum, que orienta a linha editorial do exemplar. A seleção da pauta que norteia a

revisão textual tem conduzido à decisão conjunta pela assinatura coletiva de cada edição.

Uma vez prontas as versões finais de cada texto, é o momento de realizar a escolha das imagens, títulos e destaques para a página cultural, este último item bastante voltado à valorização da cultura local. Em seguida, providencia-se a adequação e revisão gráfica e a impressão, com financiamento de quota das bolsas financiadas pela Universidade. Por fim, a distribuição é feita pelo grupo, em contato direto com o público, ambiente em que o diálogo é geralmente parte integrante da avaliação quanto à receptividade da edição.

Em relação jornal, este é dividido nas seguintes seções: editorial; entrevista; um artigo teórico; uma matéria dividida em dois textos e as viradas culturais, com 8 páginas no total..

Ainda, há preocupação em reservar um espaço para um artigo de caráter propriamente teórico que objetiva orientar certa explicação sobre as relações sociais em questão, páginas 3. Em seguida, a entrevista visa associar os fatos concretos à crítica socioeconômica que se faz do atual modelo de sociabilidade. É também um espaço crucial de intersecção entre os membros do jornal e a sociedade civil, organizada, ou não, em movimentos sociais, em outras palavras, é o espaço em que ocorre a materialidade do jornal comunitário e popular, páginas 4 e 5. A última seção é voltada à divulgação de expressões artísticas locais, que não costumam ser identificadas pelo *mainstream*. Assim é que, as produções alagoanas da literatura, cinema, teatro, artes visuais e da música integram seção específica contidas na página 7.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Bastante comum nas décadas de 60 e 80, a “comunicação alternativa” caracteriza-se historicamente por uma visão diferenciada àquela da grande mídia, a partir de uma publicação de menor alcance, que apresenta um conteúdo informativo crítico, para além da divulgação dos temas de massa.

Nesse sentido, a “comunicação popular” é um meio de imprensa alternativa, diferenciando-se do jornalismo tradicional não apenas pelos conteúdos de natureza alternativa, como também pelo seu formato de apresentação e modo de gestão e

participação do público que influencia diretamente na pauta desses meios de comunicação.

Nesse contexto, um grupo de alunos alguns originários de um núcleo de pesquisa da Faculdade de Direito de Alagoas (FDA), outros provenientes de diferentes áreas de formação, como a Comunicação e o Teatro (ICHCA) da UFAL, sob a forma de uma organização “coletiva”, engajaram-se na tarefa extensionista de realização de um projeto denominado de VIRAMUNDO: notícias para discussão, organização e participação política. Esse projeto busca entre outros objetivos, potencializar outras habilidades recorrentemente exploradas nos respectivos espaços científicos, incluindo atividades de organização e gestão coletiva, leitura, compreensão e técnicas de entrevista e redação jornalística, experimentos e práticas da linguagem coloquial.

Assim é que, esse coletivo toma como ponto de partida o questionamento sobre a possibilidade de contribuir para o debate e a construção de um “modelo alternativo” de comunicação, que seja capaz de misturar a lógica dos jornais impressos à visibilidade das demandas sociais locais, propondo-se a noticiar uma seleção de fatos e ideias que passam despercebidas do dia-a-dia do cidadão alagoano, mas que podem ser recuperados pela pauta jornalística, de modo contra hegemônico.

A partir de então, foi necessária a construção de uma metodologia própria de trabalho que viesse a privilegiar a coletividade em detrimento de uma “linha de produção” textual própria de grandes meios de comunicação de massa.

Adotando o princípio da horizontalidade entre seus membros na divisão de atribuições no “pensar e fazer o jornal”, desenvolveu-se a seguinte metodologia: a) discussão em grupo; b) formação e análise de textos dentro da temática de cada edição; c) oficinas de produção textual, diagramação e edição; d) divulgação das atividades relacionadas aos sujeitos de cada edição preparada; e) utilização das plataformas de mídia (*Facebook*, blog, *Whatsapp*) para divulgar notícias, textos e eventos que dialoguem com a proposta do jornal.

O conteúdo do VIRAMUNDO está distribuído em 8 páginas e encontra-se publicado em sua terceira edição. É impresso trimestralmente com tiragem de 1000 exemplares, pela Imprensa Oficial Graciliano Ramos.

6. REFERENCIAS

ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro : Ed. Jorge Zahar, 2004.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Cortez Editora, 1980.

CHINEM, R. **Imprensa alternativa** - jornalismo de oposição e inovação. São Paulo, Ática, 1995.

COSTA, L. **A mídia sem filtro**. Observatório da Imprensa, edição 753, ano 17, julho de 2013. Disponível em:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_midia_sem_filtro>. Acesso em: 04/07/2013.

DARDOT, P. & LAVAL, C . **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo : Boitempo, 2016.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1998.