PPGCIC
Programa de pós-graduação em COMUNICAÇÃO INDÚSTRIA CRIATIVA
Mestrado Profissional

Personagens de fronteira: as práticas de consumo de bens materiais e simbólicos no contexto sociocultural da fronteira São Borja (BR) - Santo Tomé (AR)

Sáryon da Costa **Azevedo**[1]

Resumo:
Esse trabalho busca fazer uma espécie de relato do processo de doutoramento em Comunicação o qual estou inserido, fazendo parte da pesquisa que está sendo desenvolvida junto ao Programa de Pós Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universíade Federal de Santa Maria, sob orientação da Prof.ª Drª Veneza Ronsini. Com ingresso no POSCOM no início do ano de 2023 a pesquisa encontra-se ainda em fase de construção e amadurecimento teórico conceitual, porem com algumas perspectivas já definidas. Sobretudo, no que diz respeito ao objeto empírico que será observado, bem como, a construção teórica metodológica que deverá ser utilizada. Aqui pretendemos, portanto, demonstrar as bases conceituais que estão sendo tensionadas e a metodologia que se pretende utilizar. Os resultados propriamente ditos, evidentemente por se tratar de uma pesquisa em fase inicial, ainda não é possível de se mencionar, fato esse que não retira a importância dessa iniciativa, especialmente nesse espaço de compartilhamento e circulação para a temática abordada. Senso assim o presente artigo busca dar visibilidade a essa pesquisa intitulada de "Personagens de fronteira: as práticas de consumo de bens materiais e simbólicos no contexto sociocultural da fronteira São Borja (BR) - Santo Tomé (AR)".

Palavras-chave: Comunicação; Consumo; Relações de Fronteira.

Introdução

A presente investigação científica aproxima-se efetivamente da linha de pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas, pois insere sua preocupação em estudo da incidência da esfera midiática na conformação das identidades com ênfase na construção de representações e significados. Pesquisar a temática da Comunicação e consumo no contexto sociocultural da região de fronteira abriga-se no interesse do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

1 Servidor Público Federal – Técnico em Audiovisual Unipampa Campus São Borja. Publicitário, Mestre em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC) pela Unipampa e doutorando em Comunicação (POSCOM) pela Universidade Federal de Santa Maria (conclusão previsto para final de 2026).

POSCOM/UFSM no que tange o papel da Comunicação Midiática na construção de dinâmicas sociais, matrizes identitárias, experiências de interação e processos de apropriação.

Que sentidos podem ser criados pelas interações socioculturais (conjunto amplo de ações que os indivíduos estabelecem no convívio em sociedade), sobretudo sob a perspectiva das práticas de consumo de bens materiais e simbólicos, e como que esse movimento pode nos oferecer elementos de compreensão das construções identitárias, especialmente no espaço singular de fronteira entre São Borja/BR e Santo Tomé/AR? Essa é a pergunta norteadora da pesquisa, ao mesmo tempo que serve de base problematizadora para as articulações entre o debate teórico conceitual, o objeto empírico de estudo, a construção metodológica e, obviamente, os resultados que provavelmente serão observados.

Desta forma a pesquisa, que se encontra em fase inicial, observa alguns fins que se pretende alcançar, ou seja, tem-se como objetivo geral compreender as práticas de consumo de bens materiais e simbólicos, na perspectiva das interações socioculturais e das construções identitárias, na fronteira entre São Borja/BR e Santo Tomé/AR e como esses acontecimentos permitem uma observação legítima dessa realidade. De forma específica, objetiva-se, portanto, a três movimentos: 1) realizar um mapeamento para identificar personagens (pessoas das duas cidades vizinhas / famílias) que vivenciem as semelhanças e diferenças nesse espaço fronteiriço, examinando os diferentes sentidos que essas pessoas estabelecem nesse fluxo transfronteiriço de integração, pertencimento, consumo, participação, cultura e tradições expressas rotineiramente. 2) Identificar manifestações através de depoimentos (entrevistas aprofundadas / observação participante) de pessoas pertencentes às duas comunidades (personagens de fronteira), verificando quais são as relações estabelecidas nessa região, a partir de suas práticas de consumo de bens matérias e simbólicos. Personagens que de alguma forma ou de outra vivenciam essa mescla cultural da fronteira em suas rotinas diárias (cotidianidades), seja em função do trabalho, da família, dos estudos e das mais diferentes necessidades. E por fim, 3) elaborar um esquema de análise que permita relacionar os conceitos estabelecidos na pesquisa teórica com as iniciativas empíricas de campo a fim de constatar as proximidades e os distanciamentos que possam ocorrer especialmente no que concerne à comunicação e ao consumo.

Existem algumas iniciativas importantes que investigam as relações de fronteira, em especial os limites entre os municípios de São Borja – Brasil e Santo Tomé – Argentina, porém sob as perspectivas históricas, geográficas, culturais, sociais e políticas do "espaço de fronteira", contrapondo aos poucos estudos que abordam o tema sob a perspectiva da Comunicação e do consumo. Portanto, a justificativa para a existência desta investigação dá-se, primeiramente, na importância de aproximar-se dessa temática das relações de fronteira, das comunidades e das identidades que já veem sendo pesquisadas, mas de forma especial sob a óptica da Comunicação e do consumo. Comunicação, na perspectiva das novas tecnologias de informação e da midiatização. E consumo, na perspectiva dos bens materiais e simbólicos que possam desvendar elementos que expressem como se estabelecem as relações socioculturais na região e quais os sentidos que são desenvolvidos a partir disso.

Vale ressaltar que se entende por bens simbólicos, a perspectiva de ser algo no nível das ideias (imaginação) ou objeto que tenha algum valor emocional e cultural para determinada pessoa, podendo representar uma lembrança ou um sentimento próprio de cada indivíduo. Já os bens materiais, podem ser entendidos como objetos moveis e imóveis, considerando sua estrutura física (material) e sua utilidade e objetivo de uso e/ou consumo. A delimitação do es-

paço/tempo que se está a pesquisar é definida como sendo a fronteira oeste do Rio Grande do Sul, onde o município de São Borja encontra-se separado e unido (ao mesmo tempo) à cidade-irmã de Santo Tomé, na Argentina. Esse limite geográfico (espaço) e político definem-se pelas margens direita e esquerda do Rio Uruguai. O período histórico (tempo) concentra-se em pesquisar a contemporaneidade, mais especificamente o período pós-construção da Ponte Internacional da Integração, com seus 1.400 metros, inaugurada em nove de dezembro de 1997.

Uma boa parte dos estudos realizados sobre as relações de fronteira provém de pesquisadores da Universidade Federal do Pampa – Unipampa, campus São Borja, muitos deles através do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas (PPGPP), grupos de pesquisas e professores da instituição. E, a mesma universidade, também possui o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC), que também apresentam algumas iniciativas de investigação com essa temática. Dessa forma, esta pesquisa também justifica sua relevância no fato de poder se tornar um agente promotor de diálogo, no sentido de trocas de experiências, interações e pesquisa entre os programas de pós-graduação referidos e o Programa de Pós Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Metodologia

Em relação aos aspectos metodológicos que estão previstos para a condução da pesquisa é importante dividi-la em duas grandes partes. Inicialmente far-se-á (fase que se encontra esta pesquisa) um levantamento teórico conceitual através de revisão bibliográfica do tipo exploratória de forma preliminar. Justamente nessa fase que se encontra este trabalho, ou seja, estamos na fase metodológica onde está sendo realizado e identificados os autores e seus devidos conceitos que estão sendo tensionados. E justamente esse levantamento teórico deverá ser aprofundado e melhor esclarecido na fase de desenvolvimento da pesquisa propriamente dita, bem como na sua fase de aproximação ao campo de pesquisa, tendo em vista que o objeto empírico para a investigação está ancorado nas relações socioculturais e das práticas de consumo no "espaço de Fronteira", entre pessoas/habitantes de São Borja/BR e Santo Tomé/AR.

A segunda parte das iniciativas metodológicas é possível destacar a etnográfica, como forma de imersão nesse universo, possibilitando estreitar laços de convivência e confiança. Essa perspectiva etnográfica de levantamento de dados permite ações mais flexíveis em relação ao desenvolvimento do conteúdo científico, por consequência deste projeto. Portanto, esse movimento etnográfico, permite articular algumas ferramentas metodológicas importantes como a observação participante, entrevistas em profundidade, bem como, utilização de diário de campo. Essas ferramentas irão auxiliar na coleta e organização dos dados, possibilitando uma análise sistematizada das informações.

Nesse sentido, Travancas (2010) desenvolveu algumas reflexões acerca da etnografia:

> A etnografia faz parte do trabalho de campo do pesquisador. E é entendida como um método de pesquisa qualitativa e empírica que apresenta características específicas. Ela exige um "mergulho" do pesquisador, ou seja, não é um tipo de pesquisa que pode ser realizada em um período muito curto e sem preparo. É fundamental, como etapa anterior à etnografia propriamente dita, um levantamento bibliográfico sobre o tema (TRAVANCAS, 2010, p. 100).

De forma objetiva, serão então selecionadas

oito (8) famílias, sendo quatro famílias (4) do lado brasileiro em São Borja/RS e quatro (4) famílias do lado argentino em Santo Tomé/-Co que serão pesquisadas e aplicado as ferramentas metodológicas citadas acima. Serão acompanhadas essas unidades familiares que deverão ter distintas formações e tipos de composição, como por exemplo: casal onde um dos conjunges seja brasileiros e o outro (a) argentino ou vice-versa; brasileiro que reside, estuda ou trabalha em Santo Tomé; argentino que estuda, trabalha ou reside em São Borja; Famílias que não tem o habito de passar a fronteira e/ou nem conhecem a cidade vizinha do outros país; Unidades familiares que utilizam e por vezes sobrevivem dessa condição de estar em fronteira, com o comércio formiga, o "chibo" e assim por diante.

Assim a pesquisa busca observar alguns aspectos, como: 1) observar os fenômenos especialmente ligados às comunidades locais como hábitos, rotinas, práticas de consumos, costumes e cultura; 2) realizar apontamentos e coleta de dados que não estão expostos tão claramente nas rotinas, mas que estabelecem a definição de valores, crenças e padrões de forma intrínseca e silenciosa.

O método de observação participante, com entrevistas em profundidade e imersão, pode gerar alguma controvérsia sobre sua real cientificidade, especialmente sobre seus resultados. Contudo, é importante destacar que esse método no contexto da Comunicação Social apresenta sua eficiência, pois permite um processo aberto e de construção coletiva entre o seu realizador e objeto de estudo. Em outras palavras, a informação que fora extraída acerca de seus respectivos contextos, dificuldades e desafios passa pelo mínimo de interferência possível do pesquisador, indo direto ao encontro de quem os vê/lê, além disso, estimulando a capacidade de compreender, interpretar e analisar o fenômeno social a qual se estuda.

Resultado e discussão

A pesquisa que vem sendo realizada tem aderência à linha epistemológica de Mídias e Identidades Contemporâneas, pois se propõem a dialogar e pesquisar sobre a construção das "dinâmicas sociais, matrizes identitárias e experiências de interação". Sendo assim, para dar suporte a essa construção faz-se necessário à realização de uma interlocução interdisciplinar, abrindo um espaço de troca entre algumas conceituações a respeito de Comunicação, consumo e das Relações de Fronteira. Justamente dessa ação dialógica como elemento constitutivo da linguagem e da consciência teórico conceitual que se firmam as bases dessa pesquisa. Assim, a intenção é de apresentar alguns referenciais teóricos para se estruturar uma troca entre as três áreas: ou seja, (a) a Comunicação com as novas tecnologias de informação, o (b) consumo, enquanto ação individual e coletiva de interação e pertencimento, e a (c) Relações de Fronteira entre São Borja e Santo Tomé, contexto sociocultural onde se expressam as pluralidades, as polissemias e as identidades.

Relações de fronteira

De acordo com SABEDRA; COLVERO; MACHADO (2016, p. 40) "o conceito de fronteira não pode ser encarado de forma restrita, como mero limite, mas compreendendo uma série de outros fatores". Ou seja, não se pode esquecer que nela (fronteira) reside um processo de formação social e histórico, pois representa uma construção identitária. E justamente nessa mescla cultural, que ocorre no espaço/tempo onde duas cidades que representam dois povos, dois países distintos, encontram-se, é que esta pesquisa encontra um terreno fértil e propositivo enquanto investigação. Os fluxos transfronteiriços entre as cidades vizinhas apresentam elementos em comum como o trabalho, a terra, os recursos naturais e serviços de consumos individuais e coletivos

entretanto "os comportamentos são diferenciados, dependendo das características de cada cidade e do segmento da fronteira envolvido" (SABEDRA; COLVERO; MACHADO, 2016, p. 47).

Dito isso, observar como se estabelecem a Comunicação e o consumo no contexto das cidades de São Borja e Santo Tomé e quais elementos podem surgir desse encontro, possibilitam uma perspectiva importante de representação de identidades contemporânea de ambas as culturas. Dessa forma, em síntese, a proposta da pesquisa reside em criar um diálogo entre a temática da Comunicação e os estudos do consumo para com o contexto das relações de fronteira entre São Borja e Santo Tomé, possibilitando observar a peculiaridade do espaço de fronteira como forma de organização das relações sociais coletivas e identitárias.

Comunicação

Dentre as múltiplas possibilidades de se trabalhar um conceito para Comunicação, aqui, tem-se a necessidade de fazer alguns recortes importantes nesse sentido. Com a intenção de observar a Comunicação, sobretudo, sob seus aspectos mais contemporâneos potencializados com o surgimento e democratização das novas tecnologias de informação, parece mais adequado procurar um caminho teórico que entenda essa Comunicação na era digital. Sendo assim, Castells (2012) observa que vivemos a era da "sociedade em rede" e afirma que a internet é "mais que uma tecnologia. É um meio de Comunicação, de interação e de organização social" (CASTELLS, 2012, p. 255). Portanto, é nesse aspecto da Comunicação que se pretende avançar, ou seja, no espaço das novas tecnologias de comunicação e como isso proporciona a possibilidade de revelar formas de investigação, de interação, de troca de experiências vivenciadas de maneira individual e coletiva. Comunicar é, de fato, de fato, compartilhar significados através do intercâmbio de informações e de experiências reais e virtuais. O processo de Comunicação define-se pelas tecnologias, pelas características dos emissores e receptores da informação, pelos seus códigos culturais de referência, pelos seus protocolos e pelo alcance do processo. Castells (2015) alerta para os aspectos que unem a sociedade em rede: a comunicação e a informação, relacionando-as com os conceitos de poder e política. Para o autor, o poder está baseado no controle da informação e da comunicação, seja ele o poder macro do Estado e da mídia, ou o poder micro de organizações, como os movimentos sociais.

Somando-se a essa linha de pensamento a Comunicação moderna, de acordo com Martino (2019, p. 21), está centrada na autonomia do indivíduo, "emancipado da tradição e dos grandes marcos coletivos, cabe ao indivíduo encontrar seu lugar na sociedade", ou seja, a definição de seu pertencimento no coletivo como sua profissão, suas atitudes sociais e suas relações interpessoais estabelecem e promovem a sua inserção sociocultural. A maneira como as pessoas se vestem, o que elas consomem, seus gostos e preferências ou até a forma como elas se alimentam expressa justamente esse indivíduo comunicativo.

Martino (2019) destaque que "nunca uma sociedade se permitiu dar tanto espaço e consideração à opinião e ao gosto pessoal, que antes eram vistos como formas de egoísmo e só poderiam levar ao caos social" (idem). Portanto, apesar da abundância de parâmetros e modelos usados para a definição de Comunicação, os conceitos eventualmente tendem a destacar alguns aspectos e negligenciar outros. Essa diversidade demonstra ser importante na medida em que a flexibilidade da teorização permite a compreensão de diferentes fenômenos comunicacionais coletivos e individuais. Além dessa base conceitual utilizada para entender a Comunicação, tais como Martino (2019) e Castells (2008; 2012), ainda apro-

priar-se-á das ideias de McLuhan (2011), Sodré (2002; 2010), Winocur (2005) e Canclini (2009).

Consumo

Definir consumo torna-se uma tarefa complexa e, por vezes, desafiadora, da mesma forma que definir cultura, identidade ou pós-modernidade, consistindo em um exercício que precisa de recortes e limites, tendo em vista a dificuldade de uma definição única e acabada. Dessa forma, esta pesquisa propõe-se a fazer um exercício e também uma provocação sobre alguns conceitos que nos permitam delinear uma formulação acerca do consumo. Para Slater (2002), o ponto de partida para esse exercício reflexivo dá-se pela ideia do surgimento da chamada "sociedade de consumo": um termo bastante utilizado para representar os avanços de produção do sistema vigente que se intensificaram ao longo do século XX. Essa expressão procura representar o desenvolvimento econômico e social pautado, principalmente, pelo aumento da produção em grande escala e pela produção de bens simbólicos, que resulta consequentemente na necessidade de consumo desses mesmos bens, no acúmulo de capital, na geração de emprego e renda e na necessidade de consumo novamente, alimentando, assim, o sistema dos negócios. Segundo Slater (2002), o consumo também representa um processo cultural, distinto da ideia de "cultura do consumo": O consumo é sempre e em todo lugar um processo cultural, mas "cultura do consumo" é singular e específica: é o modo dominante de reprodução cultural desenvolvido no Ocidente durante a modernidade. A cultura do consumo é, em aspectos importantes, a cultura do Ocidente moderno - crucial, certamente, para a prática significativa da vida cotidiana no mundo moderno (SLATER, 2002, p. 17).

No mundo líquido, descrito por Bauman (2008), o protagonista não é o cidadão, mas o consumidor, e hoje os produtos somos todos nós: Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação (ou seja, ver e tratar o consumo como vocação). Nessa sociedade, o consumo visto e tratado como vocação é ao mesmo tempo um direito e um dever humano universal que não conhece exceção (BAUMAN, 2008, p. 73). Bauman (2008) afirma que "a vida de consumo não pode ser outra coisa senão uma vida de aprendizado rápido, mas também precisa ser uma vida de esquecimento veloz" (BAUMAN, 2008, p. 124). Aqui, o sentido é o não apego aos objetos, o que hoje está na moda, amanhã é ultrapassado, os modelos são atualizados e constantemente restabelecidos como "novos". Então, "os consumidores precisam esquecer para poder lembrar-se de adquirir sempre mais" (idem), sempre o mais moderno, o mais atual.

Por sua vez, Slater (2002) trabalha com a expressão "os usos das coisas". Fazendo, assim, referência ao entendimento da "cultura do consumo" como forma de explicar os significados das coisas (objetos de consumo) como parte da constituição das relações sociais e da ordem social. Em outras palavras, consumir pode ser entendido como um símbolo de status, de estratificação social, projetada diretamente numa divisão entre tipos de bens (materiais e simbólicos) e tipo de consumidores. Além disso, "usando os bens de acordo com seus significados, vivenciamos a ordem social como uma ordem moral irresistível e a reproduzimos fielmente na vida cotidiana" (SLATER, 2002, p. 146).

Portanto, o consumo faz parte da reprodução cultural de relações sociais, um processo concreto realizado através de práticas sociais na vida humana e simultaneamente como forma de estratificação social. Entendendo esse movimento como um conceito sociológico utilizado para classificar indivíduos e/ou grupos a partir de seu contexto e de suas condições socioeconômicas. Exatamente como um tipo de carto-

grafia do social, os tipos de consumo são como um mapa da ordem social, com o qual é possível identificar as classificações e as categorias que a constituem (SLATER, 2002).

Quando se aproxima a temática do consumo com as possibilidades que as novas tecnologias de comunicação e informação que o mundo midiatizado apresenta, ocorre uma potencialização do ato de consumir. Atualmente, através de um recurso tecnológico como o aparelho celular (smartphone), é possível que um produto do outro lado do Oceano Pacífico chegue até à porta da nossa casa, aqui no Brasil, graças a uma engenharia muito bem montada, e também a uma logística aprimorada que cobre todos os recantos do planeta. De acordo com Bauman (2008), consumir não é só escolher, pagar, obter e usar determinado produto ou serviço, mas é também sobremaneira, uma busca íntima por pertencimento, sucesso, afeto, acolhimento, personalidade, identidade, sexualidade, status, exclusividade, aparência, distinção social e muitas outras possibilidades. "Itens", se é assim que se pode chamar, que não podem ser monetizados, não tem valor de mercado e que especialmente não estão à venda nas prateleiras reais e/ou virtuais, mas que se insiste, enquanto sociedade, em tentar comprá-los.

No sentido de estabelecer bases teóricas para a temática do consumo, além de Slater (2002) e Bauman (2008), também nos apropriaremos das ideias de Bourdieu (2007), especialmente como o autor identifica os "sistemas simbólicos" sob a ótica da reprodução, onde a sociologia da cultura entende como ciência das relações entre a reprodução social e a reprodução cultural. Ou seja, "de que maneira as relações entre os grupos e/ou classes obedecem a uma lógica que se reproduz no plano das significações". Bem como, Morley (2008), Lipovetsky (2015), Serroy (2015), Winocur (2005) e Ronsini (2007).

Conclusões

Como já fora informado anteriormente, essa pesquisa faz parte do processo de doutoramento e encontra-se em sua fase inicial com um período de aprofundamento e amadurecimento teórico conceitual. Ainda estou a frequentar de forma presencial os componentes curriculares do Programa de Pós Graduação em Comunicação (POSCOM), bem como, tenho as reuniões de orientação com a Prof.ª Drª Veneza Ronsini que faz a orientação dessa pesquisa. Assim, está previsto para o segundo semestre de 2024 iniciarmos a fase de pesquisa de campo propriamente dita, onde deverei de fato articular os recursos metodológicos bem como buscar a inserção no campo de pesquisa.

Portanto, na presente data, ainda não se tem dados nem conclusões que se possa expressar, tendo em vista, justamente essa fase inicial que se encontra o trabalho. Previsão é de conclusão da pesquisa no final do ano de 2026.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas: Introdução, organização e seleção Sergio Miceti. São Paulo: Perspectiva, 2007. – (Coleção estudos; 20 / dirigida por J. Guinsburg).

BLAUNDE, Jose. Filosofia das ciências na perspectiva Bachelardiana. Enciclopédia, Pelotas, RS, v. 3, p. 05-17, inv. 2015. Disponível em: periodicos.ufpel.edu.br › index.php ›article › download. Acesso em: 10 set. 2022.

CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis de (org.). Por uma outra globalização: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record: 2012.

CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

MARTINO, Luiz Claudio. Sobre o conceito de comunicação: ontologia, história e teoria. Questões Transversais, v. 7, n. 14, p. 13-25, jul./dez., 2019.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PINTO, Muriel; CEOLIN, Lisianne Sabedra; AZEVEDO, Domingos Sávio de; SIQUEIRA, André Iser. Integração fronteiriça e políticas educacionais entre cidades gêmeas de São Borja-Brasil e Santo Tomé-Argentina. In: COLVERO, Ronaldo Bernardino; JOVITO, Danilo Pedro; PANIAGUA, Edson Monteiro (org.). Relações de Fronteira e Interdisciplinariedades 4. Triunfal Gráfica e Editora, Assis-SP, 2022.

SABEDRA, Lisiane; COLVERO, Ronaldo; MACHADO, Lia. Processos de integração na Fronteira: mecanismos adotados por São Borja (Brasil) e Santo Tomé (Argentina). Revista Intellector, jul./dez. 2016. Rio de Janeiro, RJ: Centro de Estudos em Geopolítica e Relações Internacionais – CENEGRI, 2016.

SLATER, Don. Cultura do consumo e modernidade. São Paulo: Nobel, 2002.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge;

BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.