



Espaços de Comunicação e o Jornalismo na Antigüidade¹

Um estudo das proximidades entre ágora e a indústria da mídia moderna

Glauco Rodrigues Cortez²

Resumo:

O presente artigo busca criar bases teórico-históricas para a formulação de um novo entendimento da indústria da mídia contemporânea. Esse novo entendimento está fundado na concepção de que a mídia é menos um veículo e mais um espaço de comunicação. Nessa perspectiva, tenta-se entender ágora como um espaço de comunicação importante na Antigüidade e que contém semelhanças diversas, inclusive práticas com a imprensa originada na Modernidade.

Palavras-chave: Jornalismo, comunicação, antigüidade, história, ágora

A expansão do jornalismo e da mídia como um todo na sociedade contemporânea é tão intensa que nos leva a pensar que esses fenômenos sociais contêm propriedades e práticas culturais bem mais antigas que os identificados durante o processo de ascensão da classe burguesa e de seu intenso desenvolvimento industrial e comercial, principalmente a partir dos séculos XVIII e XIX. Na sociologia da comunicação, de um modo geral, o período anterior à Modernidade não tem grande valor histórico porque está ausente de todo processo industrial que estruturou e organizou de forma bastante delimitada a prática jornalística. Rizzini (1977) é um dos poucos historiadores que buscam elementos do jornalismo no período anterior, incluindo Antigüidade e Idade Média.

Seguindo um pouco a inspiração de Rizzini, neste artigo vamos tentar examinar na Antigüidade uma pré-história do jornalismo. Mas vale anotar, essa busca não se fará no sentido de se encontrar rigorosamente práticas e conceitos que estão presentes na profissionalização da categoria social dos jornalistas. O que se buscará nesse período remoto são origens, substâncias e resíduos de fenômenos sociais próprios e presentes em agrupações coletivas complexas que apresentam semelhanças e paralelos na comunicação da mídia moderna.

Nesse sentido, e diante da dificuldade de estabelecer correlações entre sociedades tão distintas e distantes, usaremos uma metodologia espacial sobre a comunicação e a mídia. Isso significa dizer que não vamos conceber a mídia (jornais, revistas, emissoras de TV e Internet) como veículos de comunicação, visto que o próprio conceito restringe nossa capacidade de análise porque está muito amarrado à concepção histórica de formação tecnológica e também porque pressupõe um conceito físico-mecânico entre emissor, meio e receptor.

Na metodologia espacial, as mídias são concebidas como *espaços de comunicação* em oposição aos veículos. Como fundamento dessa concepção, temos a

¹ Trabalho apresentado ao GT de História do Jornalismo, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Ciee, São Paulo, 2007, por Glauco Rodrigues Cortez, professor Dr. Pesquisador da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas)

² Glauco Rodrigues Cortez é professor Dr. Pesquisador da PUC-Campinas e membro do grupo de estudos Comunicação e Política. Formado pela Universidade Estadual de Londrina, fez Mestrado na Escola de Comunicações e Artes (ECA/USP) e doutorado no Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH/Unicamp). Trabalhou como jornalista na Folha de S.Paulo, Ordem dos Advogados do Brasil-SP, Correio Popular e outros. E-mail: glauco.cortez@ig.com.br.



análise de Milton Santos, que define o espaço como um híbrido de ações e objetos (Santos, 2004), o processo de institucionalização da imprensa (Ribeiro, 2004) e a multiplicidade de práticas, diálogos e atividades do espaço mediador cultural (Cortez, 2005). É dentro dessa perspectiva analítica que se pode tentar empreender uma busca de *espaços de comunicação* na Antigüidade. A hipótese que levantamos é de que Ágora contém substâncias, práticas, experiências, rotinas, hábitos ou formatos que foram capturados no processo de consolidação da mídia na Modernidade. Essa compreensão dos *espaços de comunicação* pode se tornar menos estranha nos dias atuais se pensarmos na Internet, que é um meio, diferente dos outros, que se define menos como veículo e mais como um espaço, um ciberespaço.

Os *espaços de comunicação* (ou espaços mediadores culturais) emergem de uma necessidade da própria organização social humana e sua presença mais intensa se dá no momento histórico da formação das aldeias, vilas e cidades, quando as coletividades se tornam sedentárias e complexas. Esse espaço permite o desenvolvimento de mecanismos de sobrevivência, organização e sociabilidade. O lugar dessa mediação pode ser uma área central, um círculo vazio, uma ágora, uma praça ou qualquer nome que se dê a ele. Importante é que esse lugar será múltiplo e híbrido, visto que surge da necessidade de um espaço para a ação coletiva. Essa ação pode ser diferenciada de acordo com a cultura, a prática e a história de cada sociedade; ela se manifesta como um concentrador e irradiador da substância cultural da própria coletividade. Por ali, vê-se não só a política, forma fundamental na complexificação social, mas também as crenças, cultos, mercadorias, arte, diálogo, entretenimento, flerte, afetividade, diversão e até ociosidade quando a vida social permite.

Por mais primitiva que seja, diz Pirenne, toda a sociedade sedentária experimenta a necessidade de fornecer aos seus membros centros de reunião ou simplesmente lugares de encontro. “A celebração do culto, o arranjo dos mercados, as assembleias políticas e judiciárias, fixam necessariamente a indicação de locais destinados a receber os homens que querem ou que devem participar desses atos” (PIRENNE, 1964, p. 49) Por isso, os *espaços de comunicação* são necessariamente espaços públicos. Mas esses espaços não têm uma limitação restrita ao conceito de público; ele pode ter um caráter público e conter processos particulares, sejam comerciais, industriais, afetivos e outros.

Nenhuma civilização se desenvolve sem o comércio e a indústria, independente de seu peso no controle político do Estado. “A diversidade dos climas, dos povos ou das regiões é tão indiferente a este fato (troca de mercadorias) como a das épocas”, diz Pirenne (1964, p.102). Isso aconteceu nas antigas cidades do Egito, da Babilônia, da Grécia, do Império Romano, do Império Árabe, como atualmente em cidades do mundo todo. Para Pirenne, a sua constante presença se explica pela necessidade. “Um aglomerado urbano, com efeito, só pode subsistir, pela importação de gêneros alimentícios que importa do exterior. Mas a esta importação deve corresponder, por outro lado, uma exportação (...) Estabelece-se assim entre a cidade e os seus vizinhos uma permanente relação de serviços” (PIRENNE, 1964, p. 102). Povos antigos já eram reconhecidos por Marx e Engels como formadores de cidades comerciais, como os fenícios e cartagineses.

Esse aspecto comercial de produção e distribuição de mercadorias é importante porque é uma das atividades constituintes dos *espaços de comunicação*, não só por possibilitar a manutenção de uma cidade, trocas sociais e de comunicação, mas também por integrar o espaço físico da mediação.

No caso da Grécia, o espaço de ágora acolhe a troca de mercadorias e idéias, possibilitando a formação de um intenso espaço mediador cultural. A atividade econômica básica na Grécia era a agricultura, apesar de o conjunto de cidadãos gregos serem formados não só de grandes e pequenos proprietários rurais, mas também de



comerciantes e artesãos (FINLEY, 1988). Grande parte do comércio em Atenas esteve nas mãos de não-cidadãos, que eram estrangeiros, e não participavam das decisões políticas. Portanto, o valor comercial não possuía necessariamente qualquer valor político, nem força política como nas sociedades modernas.

Nos espaços públicos gregos se exercitava a cidadania através da comunicação entre os participantes. Os pressupostos de liberdade e igualdade presentes nessa cultura fundavam um modelo de ação política que se baseava no uso da palavra muito diferente das relações de domínio e subordinação, presentes no mundo do trabalho e da vida privada contemporânea. “O espaço público (grego) é um espaço de comunicação, de construção do discurso”, diz FINLEY (1989, p. 06).

Essa experiência ensina que há uma existência indissociável entre *espaço mediador cultural* e comunicação. A expressão do pensamento através da fala humana em um espaço comum constitui o que os gregos conheciam como espaço da polis, da comunidade. Pode-se dizer, usando termos da contemporaneidade, que a mídia do homem grego é sua própria fala e capacidade de oratória. Daí a importância dada à retórica. Apesar da capacidade distinta e articulada de cada cidadão em sua expressão no espaço público, há um princípio de igualdade dialógica entre eles, visto que utilizam uma mídia e um espaço público que são comuns. Eles convivem no espaço público e, portanto, constituem física e socialmente o próprio espaço. A experiência grega também ensina que essa comunicação dos cidadãos implica em um diálogo entre as diferentes posições dos participantes, ou seja: um diálogo social amplo, diferente de uma comunicação restrita a um grupo social que tem interesses e pensamentos ideológicos afinados.

É certo que muitos gregos eram indiferentes às decisões da assembleia, mas isso não os impediam de se divertirem com os oradores e suas capacidades retóricas. Estamos falando de uma das sociedades com mais vida teatral do mundo. Não é difícil afirmar que esses oradores eram verdadeiros atores que encenavam um papel real ao citar obras literárias, declamar poemas, ou ainda, acusar opositores, desvendar intrigas e fazer análises da sociedade dentro de uma disputa para convencer a platéia. Por isso, os próprios gregos perceberam que não bastava ter um conteúdo apropriado; era também necessário ter uma forma apropriada, uma interpretação para os discursos na assembleia. Falar para milhares de pessoas ao ar livre requer mais que simplesmente expressar uma idéia, ainda mais sem qualquer aparelho técnico de amplificação sonora ou visual. Isso explica um pouco porque a oratória chegou a ser um gênero discursivo bastante desenvolvido e a retórica se tornou a base da educação ateniense. Para Marrou, esta arte da oratória era ensinada pela técnica altamente elaborada da retórica e o primeiro teórico importante foi Geórgias de Leontini, um dos principais sofistas. A técnica atingiu maturidade entre sua geração e a de Aristóteles. De início, a retórica era uma ciência positiva baseada na observação. “A experiência demonstrou que alguns oradores conseguiam exercer a influência desejada, enquanto outros não, e a retórica surgiu como formulação sistemática dos métodos e das técnicas empregados pelos vitoriosos” (MARROU, 1998, p. 223). Para o autor, o espírito de observação e a habilidade de raciocínio, além do gosto grego pela definição, classificação e sistematização atuaram no campo da retórica assim como no da geometria e no da gramática. Sócrates insistia em três ou quatro anos de estudo e, nos períodos helenístico e romano, foi ampliado para até oito anos. “Na verdade, o orador antigo jamais deixava de praticar; de certo modo, passava a vida declamando” (MARROU, 1998, p. 224). Todo esse desenvolvimento cultural atesta de certa forma que a política na Antiguidade não pode ser entendida como algo restrito a uma preocupação de organização do Estado, formulação de leis, disputas e ordenações econômicas, mas também como algo inscrito em uma cultura, que perpassa, flui e anima toda uma vida



coletiva. A política cria e integra os *espaços de mediação cultural* da polis. A política não estava profissionalizada.

E mesmo que houvesse uma “classe política” - no sentido dado por Finley de que havia pessoas com maior capacidade e condições de se expressar em público - ela não é formada por políticos distantes e midiáticos como os da contemporaneidade, mas por pessoas que estabelecem contatos no dia a dia, que se encontram no mercado, na ágora, na acrópole etc. Além de ser uma cultura marcada pela oralidade, era uma sociedade que os historiadores chamam de face a face. Toda a comunicação interpessoal se dava através da contigüidade física em espaços públicos e coletivos. Isso implica em uma intensa comunicação verbal e vida comunitária, formando um *espaço de comunicação* no próprio espaço público de uma cidade. Atenas, por exemplo,

“Era uma sociedade mediterrânea onde as pessoas se juntavam fora de casa, nos dias de mercado, nos inúmeros momentos festivos e, em qualquer altura, no porto e na praça da cidade. Os cidadãos pertenciam a vários grupos formais e informais... Todos esses grupos forneciam ensejo para se saberem novidades e para bisbilhotices, para discussões e debates, para a contínua educação política... Tal fenômeno não era exclusivamente urbano. Os camponeses atenienses não viviam em quintas isoladas, mais sim em lugares e aldeias, com as suas praças, centro de culto próprio e assembléias ocasionais, com a vida política peculiar constitucionalmente ligada à cidade-estado”.²

Ainda que não fosse possível ir a todas as assembléias, a participação pode ser tomada como um acontecimento social. Por isso e por serem parte da cultura de um povo, as assembléias atraíam a presença de tantas pessoas. Elas começaram na ágora, a própria “praça” da cidade. Em Atenas, somente mais tarde elas foram transferidas para um local específico, o pnyx, com capacidade para 6 mil pessoas no início (depois ampliado para cerca de 14 mil pessoas. Isso mesmo, 14 mil). Durante séculos e várias gerações, os gregos construíram essa cultura discursiva e retórica. Para Finley, seria fácil criticar a irracionalidade do comportamento de uma multidão em uma reunião ao ar livre, manipulada por oradores demagógicos, patriotismo exagerado e assim por diante.

“Seria, no entanto um erro fazer vista grossa ao fato de que a votação na assembléia fora precedida por um período de intensa discussão, nas lojas, tavernas, na praça da cidade, na mesa de jantar – uma discussão entre os mesmos homens que formalmente se reuniram na pnyx para o debate e a votação formais” (FINLEY, 1988, p. 34).

Nesse sentido é que se percebe a constituição do *espaço de comunicação* na Antigüidade, capaz de ter um movimento social autômato e participativo, com contigüidade física e sem oligopólio de grupos de interesse econômico, político e cultural. O ostracismo, por exemplo, teria sido criado justamente para evitar o controle e domínio de um indivíduo sobre a política e para limitar essa força da comunicação verbal. Esse instrumento político surgiu quando os atenienses criaram o sistema democrático, após décadas de tirania de Pisístrato. Assim, o risco de aparecimento de outro tirano poderia ser reduzido com a expulsão de chefes excessivamente populares por um período de dez anos, se tal decisão fosse conseguida com o mínimo de 6 mil votos. Logo os políticos perceberam que o ostracismo era um meio útil de eliminar a oposição. Tratava-se, portanto, de um instrumento de conseqüência dupla, podendo prejudicar a democracia. Por isso foi usado poucas vezes e abandonado. Mas é importante salientar o objetivo dessa prática e sua implicação numa cultura oral e de

contigüidade física: ela afasta “um homem fisicamente do Estado e corta-lhe a possibilidade de comunicar com os cidadãos” (FINLEY, 1998, p.72). O ostracismo faz, intencionalmente, com que o cidadão seja excluído dos *espaços de comunicação*, seja nas ruas, no mercado, na ágora ou no pnyx, mas curiosamente não dos direitos econômicos, visto que o líder expulso continuava com outros direitos civis e, inclusive, o de propriedade.

A vida cotidiana nas ruas, em espaços públicos, formava um múltiplo espaço de mediação cultural que pode ser compreendido também pela religiosidade. A religião grega era “perfeitamente interligada com a família e com o Estado” (FINLEY, 1988, 132). Havia apenas uma religião, mas com grande complexidade e presença de vários deuses. A maior parte das despesas do governo destinava-se à religião e isso equivale a dizer que a maior parte das despesas do Estado era consumida no espaço público. Durante o ano inteiro investia-se na construção de templos, organização de festivais litúrgicos, preparação do calendário de festas, realização de sacrifícios e outros ritos públicos.

A intensa vida pública fazia com que o trabalho e a riqueza da cidade fossem despendidos nas construções coletivas. As casas particulares eram modestas e desapareceram sem deixar muitos vestígios aos arqueólogos. “A simplicidade das casas deriva das limitações da vida privada; durante a maior parte do tempo vive-se ao ar livre, no espaço público ordenado e articulado segundo as decisões tomadas em comum pela assembléia” (BENÉVOLO, 1983, 105). No século V pelo menos, diz Mumford (1998), as honras públicas e a reputação familiar representavam mais do que a fortuna privada. Para Kindson, nada é mais surpreende, mesmo nas ruínas, do que o contraste entre os monumentos cívicos e as casas particulares numa cidade helenística: “de um lado, aspirações extrovertidas de esplendor; de outro, a segregação introvertida da privacidade doméstica” (KINDSON, 1998, p. 430/431).

Basicamente, a cidade grega antiga era dividida em três partes: as áreas privadas com casas particulares, as áreas sagradas com templos aos vários deuses, e as áreas públicas destinadas às reuniões políticas, ao comércio, ao teatro, aos jogos desportivos. Ágora foi um dos mais importantes espaços da área pública. Ela era um grande espaço aberto contornado por edifícios públicos e administrativos. Esses edifícios eram o bouleutenum, uma sala para o conselho da cidade, o prytaneum, que continha a câmara para os chefes oficiais do magistrado e a stoa, onde funcionava o mercado. Interessante notar que a palavra ágora também expressa, assim como polis, um duplo significado, que implica em ação e espaço físico. Ágora significava para os gregos tanto “assembléia do povo” como um “lugar” de sociabilidade onde se realizavam as assembléias. Com o tempo, o espaço físico da ágora ficou inadequado para o avanço dos processos e decisões em assembléias, o que foi resolvido com a construção do pnyx.

Segundo Glotz, ágora era uma espécie de praça pública e comercial onde originariamente se realizavam as assembléias do povo. Nela se encontrava o “círculo sagrado” na época homérica e que, em certas cidades, conservou o nome de “ágora sagrada”. “Entretanto, no século V, a grande praça do mercado só era palco das raras sessões que exigiam a presença de ‘todo o povo’. A colina de pnyx (pnice) era mais cômoda para as assembléias ordinárias” (GLOTZ, 1980, 131).

À colina de pnyx é reservado um caráter mais específico. Ela constitui um *espaço de mediação cultural* intensamente político, uma espécie de parlamento, no sentido de ser um poder normatizador. No entanto, é o espaço da ágora que mais simboliza o *espaço da mediação cultural* e nela se constituiu um espaço físico onde se condensava toda a energia e ação de uma coletividade. Ela atraía todos os campos da cultura e do comportamento: política, comércio, administração, comunicação, informação, cultos, ritos religiosos, afetividade, artes em geral, intriga, retórica, ociosidade, educação, etc. Mumford (1998) ressalta que no século V ágora pode ser chamada de praça do mercado,



mas como diz Glotz (1980), ágora não ficou restrita a um lugar de transações comerciais.

“Aos comerciantes misturam-se curiosos e desocupados. Em qualquer hora do dia, é o lugar de encontro onde se passeia ao ar livre, onde se fica sabendo das novidades, onde se discute política, onde se formam as opiniões... Nas cidades democráticas, principalmente nas que ocupam grande extensão, a antiga ágora é às vezes demasiado pequena e, por estar geralmente apinhada de pessoas, não pode servir ao crescente número de assembléias populares” (GLOTZ, 1980, 17/18).

Esse importante *espaço de comunicação* sofre transformações ao longo do tempo. Com a construção de locais específicos como o pnyx, a assembléia só conserva a denominação de ágora em cidades como Delfos, Naupacto, Arcesina e Cós. Ágora tem a função semelhante à do Fórum Romano, um local em que estão presentes a política (assembléia dos cidadãos), o mercado, a sociabilidade e o templo sagrado. Na época de Júlio César (que viveu entre 100 a.C a 44 a.C), o Fórum Romano era o centro da vida pública não só da cidade como de todo o império. “Multidões eram atraídas a fim de comprar, de fazer o culto, de trocar boatos, de tomar parte, como espectadores ou atores, em negócios públicos ou processos privados” (MUMFORD, 1998, p. 245). Até disputas atléticas foram realizadas no Fórum, que também pôde dar oportunidade para grandes oradores.

Ágora e o Fórum Romano funcionavam como centros da sociabilidade e comunicação entre os habitantes da cidade ou da região. Esses espaços recebiam, transformavam e distribuam informações, num processo social muito semelhante à atividade das empresas midiáticas e suas práticas jornalísticas. Segundo Mumford, a função mais persistente e antiga de ágora foi a de ponto de encontro comunal. “Em seu estado primitivo, ágora era, acima de tudo, um lugar destinado à palavra; e, provavelmente, não existe sequer um mercado urbano em que a troca de notícias e opiniões, pelo menos no passado, não desempenhou um papel tão importante quanto a troca de mercadorias” (MUMFORD, 1998, 166/167). O local também era usado com centro festivo em certas ocasiões.

É importante notar que há todo um processo cultural e de desenvolvimento social em que espaços públicos tornam-se espaços múltiplos e, portanto, propícios tanto aos ritos sagrados como à política, comércio, arte, informação e sociabilidade. São nesses espaços que se desenvolvem a oratória e a comunicação dos cidadãos. Segundo Telles (1990), ágora representa um mundo compartilhado de significações, a partir do qual a ação e a palavra de cada um podem ser reconhecidas como algo dotado de sentido e eficácia na construção da história.

Ágora é na realidade um espaço da mediação cultural, ou melhor, *um espaço de comunicação* em um sentido amplo da interação humana. Ela possibilita o comércio de mercadorias e produtos, a discussão política e de problemas sociais, a troca de informações e de focos, histórias individuais e coletivas, discursos artísticos e outros. Há nesse sentido uma semelhança muito grande com a mídia moderna. Ao partilhar a ágora, o indivíduo, ainda que não fosse cidadão, com certeza se sentia informado das decisões políticas, dos acontecimentos sociais, das ironias, sátiras e informações culturais. Para os escravos e para os que não tinham cidadania, ágora pode ter sido uma fonte de informação. Para os cidadãos, era algo mais e de forma oficial: uma espécie de parlamento popular, já que votavam e participavam das decisões coletivamente. É certo que a mídia moderna não possui esse poder normatizador, mas parece reter em si, pela sua grande penetração na sociedade, uma espécie de cultura coletiva dada por uma série de hábitos e práticas presentes nas sociedades. Ágora se apresenta como uma



manifestação real da importância histórica de se pensar a comunicação como um processo produtor de espaço.

Notas

¹ Marrou detalha mais o tema, inclusive comentando que um tratado completo de retórica continha cinco partes: planejamento, organização, elocução, mnemônica e ação. in: MARROU. Op. Cit; 223.

² Os vários grupos a que o autor se refere são “a família e o pessoal doméstico, da periferia ou da aldeia, as unidades militares e navais, grupos de trabalho (camponeses)..., clubes de recreio das classes mais altas, múltiplas associações de culto privadas”. (FINLEY, 1997; 101).

Referências Bibliográficas

- BENÉVOLO, Leonardo. *História da Cidade*. Ed. Perspectiva, São Paulo, 1983.
- BERRIEL, Carlos Eduardo Ornelas. “*Utopia, ou o melhor dos mundos num mundo distópico*”. Entrevista a Álvaro Kassab. *Jornal da Unicamp*. 28 de novembro a 04 de dezembro de 2005. Pág. 6 e 7.
- BOBBIO, Norberto, MATREUCI, Nicola e PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de Política*, Editora da UnB, Brasília, 1986.
- BOTTOMORE, Tom. *Dicionário do Pensamento Marxista*. Zahar, Rio de Janeiro, 1988.
- BURKE, Peter e BRIGGS, Asa. *Uma História Social da Mídia*. Zahar, Rio de Janeiro, 2004.
- CALDEIRA, Júnia Marques. *Praça: Território de Sociabilidade*. Dissertação de Mestrado, Unicamp, Campinas, 1998.
- COULANGES, Fustel. *A Cidade Antiga*. Martin Claret, São Paulo, 2002.
- FUNARI, Pedro Paulo. *Grécia e Roma*. Contexto, São Paulo, 2002.
- GLOTZ, Gustave. *A Cidade Grega*. Difel, Rio de Janeiro, 1980.
- KIDSON, Peter. *Arquitetura e planejamento urbano* in: FINLEY, M. (org). *O Legado da Grécia*. UnB, Brasília, 1998.
- MARROU, H-I. *Educação e Retórica* in: FINLEY, M. (org). *O Legado da Grécia*. UnB, Brasília, 1998.
- MUMFORD, Lewis. *A Cidade na História*. Martins Fontes, São Paulo, 1998.
- PIRENNE, Henri. *As Cidades da Idade Média*. Europa-América, 1964.
- RIBEIRO, Lavina Maderia. *Imprensa e Espaço Público – A Institucionalização do Jornalismo no Brasil 1808-1960*. Rio de Janeiro, E-Papers, 2004, 384p.
- _____. “*Teoria do Espaço Público em Jürgen Habermas*” in: *Ensaio sobre Comunicação, Cultura e Sociedade – Debates Contemporâneos*. Rio de Janeiro, E-Papers, 2004b, 364p.
- RIZZINI, Carlos. *O Jornalismo Antes da Tipografia*. Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1977.
- RODRIGUES, Arlete Moysés. *Produção e Consumo do e no Espaço*. São Paulo, Hucitec, 1998.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Martins Fontes, São Paulo, 1983.
- SANTOS, Milton. “*A normalidade da crise*”. Folha de S. Paulo, 26/09/99. Caderno Mais!, p.5.
- _____. *Por Uma Economia Política da Cidade*. Hucitec, São Paulo, 1994.
- _____. *A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. Edusp, São Paulo, 2002.



- _____. Território e Sociedade: entrevista com Milton Santos. Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 2001.
- STEPHENS, Mitchel. *Uma História das Comunicações: dos tantãs aos satélites*. Civilização Brasileira, 1993.