

# Para além do Rio de Janeiro: a comunicação da arquitetura estrangeira da Barra da Tijuca<sup>1</sup>

## *Beyond Rio de Janeiro: the communication of foreign architecture in Barra da Tijuca*

**Ricardo Ferreira Freitas** | rfreitas@mls.com.br

Professor adjunto da Faculdade de Comunicação Social da Uerj. É Doutor em Sociologia pela Universidade Paris V/Sorbonne. Entre 2006 e 2007 desenvolveu estágio pós-doutoral em Comunicação no CEAQ/Sorbonne, com bolsa da Capes.

### **Resumo**

Os bairros do Rio de Janeiro formam uma cartografia simbólica, simultaneamente, confusa e produtiva. Neste trabalho, concentramo-nos sobre a Barra da Tijuca, por ser o bairro que mais cresce no Rio. Ao mesmo tempo, a arquitetura da Barra da Tijuca parece negar o imaginário carioca com construções que remetem a países europeus ou norte-americanos. As réplicas da Torre Eiffel e da Estátua da Liberdade expostas em shopping centers do bairro reforçam a ideia de que o morador ou visitante está em outro lugar, para além do Rio de Janeiro. Os condomínios fechados, com seus nomes em inglês, francês ou italiano, tampouco traduzem os valores da cidade, a não ser no que se refere à segurança – argumento principal usado pelas imobiliárias na publicidade e propaganda dos empreendimentos do bairro. Na Barra, proliferam fortalezas urbanas como shopping centers, condomínios fechados e centros empresariais. Neste trabalho, objetivamos levantar que apelos publicitários, em relação aos argumentos de lazer, de consumo e de segurança, favorecem a permanência dos moradores nos condomínios fechados, assim como dos consumidores nos shopping centers, e que contradições são sugeridas pelas apurações jornalísticas. Interessa-nos mostrar que nos mesmos veículos de comunicação a publicidade promove a Barra da Tijuca como um lugar ideal, completo e seguro para se morar, enquanto que as apurações jornalísticas apontam para algumas das mesmas mazelas do restante da cidade.

**Palavras-chave:** arquitetura; Barra da Tijuca; imaginário ; violência; consumo.

### **Abstract**

*The neighborhoods of Rio de Janeiro form a symbolic cartography simultaneously confusing and productive. In this paper, we focus on the Barra da Tijuca, for it is the fastest growing neighborhood in Rio. At the same time, the architecture of Barra da Tijuca seems to deny the city's imaginary with constructions that refer to European or North American countries. The replicas of the Eiffel Tower and of the Statue of Liberty on display in the neighborhood shopping centers reinforce the idea that the resident or visitor is in another place, beyond Rio de Janeiro. Closed condominiums, with their names in English, French or Italian, do not reflect the values of the city either, except with regard to security – the main argument used by real estate agents in advertising and propaganda of the enterprises of the district. In Barra, urban fortresses such as shopping centers, closed condominiums and business centers proliferate. In this work we objectify to raise that advertising appeals in relation to the arguments of leisure, consumption and security, promote the continuity of the residents in closed condominiums, as well as consumers in shopping malls, and that contradictions are suggested by journalistic investigations. We are interested in showing that in the same advertising media publicity promotes Barra da Tijuca as an ideal place, complete and safe to live, while the journalistic investigations point to some of the same illnesses of the rest of the city.*

**Keywords:** architecture; Barra da Tijuca; imaginary, violence; consumption.

## INTRODUÇÃO

Escamotear os problemas enfrentados pelos cidadãos de uma cidade multicultural revela um empecilho moral de inspirar sentimentos calorosos e espontâneos ao Outro. A simpatia corresponde ao entendimento de que as aflições exigem um lugar em que possam ser reconhecidas e onde suas origens transcendentais sejam visíveis. O sofrimento físico possui uma trajetória na experiência humana. Ele desorienta e torna o ser incompleto, derrota o desejo de arraigamento; aceitando-o, estamos prontos a assumir um corpo cívico, sensível às dores alheias, presentes, junto às nossas, na rua, finalmente suportáveis – mesmo que a diversidade do mundo dificulte explicações mútuas sobre quem somos e o que sentimos (SENNETT, 1997, p. 305)

As grandes cidades contemporâneas têm se pautado por uma espécie de cultura de risco que evidencia a suspeita e o perigo como vilões do cotidiano. A mídia, por sua vez, reforça essa tendência ocupando boa parte do tempo de seus usuários com denúncias e matérias jornalísticas centradas na escalada da violência. Nesse panorama, o homem urbano contemporâneo se sente acuado, impotente, para enfrentar os desafios da metrópole. Assim, cria espaços de fuga e constrói sua história de vida entre grades e muros. Nos últimos anos, a exemplo do que acontece em outras partes do mundo, as metrópoles brasileiras assistem ao crescimento do número de shopping centers, condomínios fechados, centros empresariais, empresas de vigilância e companhias de seguros. O Rio de Janeiro é uma cidade-tipo para o estudo dessas fortalezas contemporâneas já que elas se multiplicam de forma exponencial em alguns de seus bairros.

Desconfiança, horror, brutalidade. Temas constantes no cotidiano dos cidadãos em várias partes do planeta. No Brasil, a violência é uma dos assuntos mais recorrentes na vida diária das cidades com importante destaque na grande mídia. De diversas formas, o perigo é narrado ou anunciado. A dor, sempre presente na história dos corpos humanos, parece ter se tornado ingrediente fundamental à construção das notícias que abordam a violência. Neste artigo, optamos em trabalhar esse quadro utilizando a mídia impressa como recurso analítico. O jornalismo impresso tem cedido cada vez mais espaço aos fatos relacionados à violência urbana, com volumosa ênfase, no caso brasileiro, na cidade do Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo, a propaganda veiculada nos jornais oferece uma intensa lista de produtos que propõem deixar as pessoas a salvo do perigo. Publicidades de alarmes para carro e rastreadores avizinham anúncios de empresas de vigilância e seguradoras nas páginas dos grandes veículos de comunicação.

As patologias ligadas ao terror também aumentam, exigindo de profissionais da saúde, do direito e de outras importantes áreas novas especializações para poderem lidar com os desafios do cotidiano urbano. O número de pessoas atingidas por armas de fogo e armas brancas demanda dos médicos, dos grandes hospitais públicos, habilidades cirúrgicas atualmente consideradas como básicas. Ao mesmo tempo, cada vez conhecemos mais

casos de pessoas com síndrome de pânico, doença provocada por falhas em neurotransmissores, mas que pode ser estimulada pelo estresse e pelo medo. Cresce, com isso, o número de seminários e cursos que tentam preparar psicanalistas e psiquiatras para a realidade dos nossos tempos. A área criminal, por sua vez, exige ações cada vez mais impressionantes dos advogados. Os técnicos de comunicação social também são obrigados a incorporar a reflexão crítica sobre a temática da violência no dia-a-dia de trabalho. Com o auxílio de sociólogos e outros estudiosos, os jornalistas constroem suas matérias na tentativa de evitarem erros teóricos ou históricos, os profissionais de relações públicas reveem as afinidades de suas empresas com as comunidades e os publicitários assimilam o medo como argumento narrativo.

Apostando em uma conversa entre a comunicação e a cidade, é nossa intenção apresentar algumas características da cultura de risco que se consolida no imaginário metropolitano globalizado, especialmente no Rio de Janeiro. Dos carros blindados às câmeras de vigilância, a cidade e o corpo continuam estabelecendo uma dialética fundamental à formação dos valores morais contemporâneos. Em “Carne e pedra”, Richard Sennett, ao analisar a relação entre o corpo humano e o espaço urbano na civilização ocidental, defende a hipótese de que os projetos arquitetônicos dos mais modernos edifícios colaboram com uma certa privação sensorial à qual o homem parece estar inexoravelmente condenado. A dor e o prazer são, nesse panorama, elementos fundamentais das narrativas urbanas. Na contemporaneidade, os empreendimentos imobiliários de moradia e de consumo anunciam que podem resolver o problema da dor, guardando os corpos em espaços fechados e protegidos, e ainda oferecem o prazer nas inúmeras possibilidades de lazer entre muros presentes nesses espaços. Não é à toa que a publicidade da mídia impressa no Rio e em São Paulo é quase toda dominada por anúncios de vendas de apartamentos em grandes condomínios fechados e de objetos que podem ser comprados por telefone ou pela internet. Para aqueles que ainda querem viver o consumo em um ambiente urbano, há os shopping centers. Entre cercas e telas, o consumidor dos nossos tempos tenta estar a salvo dos perigos veiculados pela mídia.

Como pano de fundo teórico para a metodologia aqui proposta, buscamos inspiração em Edgar Morin quando sugere que, para se manter o prazer pela pesquisa, deve-se misturar dosadamente os impulsos da paixão com os limites da razão (MORIN, 2004)<sup>2</sup>. O assunto violência é arriscado para o pesquisador por ser um tema que faz parte da sua vida. É necessário, portanto, manter aquela famosa distância pessoal do objeto de estudo sem, no entanto, deixar de ser apaixonado por ele. Assim, apoiamo-nos em leituras dos campos da sociologia urbana, da antropologia, das teorias da comunicação e da publicidade, acompanhadas de observação das notícias e das propagandas na mídia impressa. Para tanto, trabalhamos com as matérias jornalísticas e com os anúncios publicitários sobre a Barra da Tijuca no jornal *O Globo* de agosto de 2003 a junho de 2005.

## ALÉM DOS MUROS: NARRATIVAS DO MEDO NO COTIDIANO URBANO

O medo e a fala do crime não apenas produzem certos tipos de interpretações e explicações, habitualmente simplistas e estereotipadas, como também organizam a paisagem urbana e o espaço público, moldando o cenário para as interações sociais que adquirem novo sentido numa cidade que progressivamente vai se cercando de muros. A fala e o medo organizam as estratégias cotidianas de proteção e reação que tolhem os movimentos das pessoas e restringem seu universo de interações. Além disso, a fala do crime também ajuda a violência a proliferar ao legitimar reações privadas ou ilegais – como contratar guardas particulares ou apoiar esquadrões da morte ou justiceiros –, num contexto em que as instituições da ordem parecem falhar. (CALDEIRA, 2000, p. 27).

A violência faz parte da história da humanidade, não sendo, como sabemos, característica exclusiva da contemporaneidade. Ao longo dos milênios, os homens se agrediram uns aos outros alegando razões de diferentes ordens: instinto de sobrevivência, guerras religiosas, disputa pelo território, conflitos étnicos, entre muitas outras. Nos dias atuais, é chocante perceber que todo o avanço tecnológico e científico dos últimos séculos não livrou as pessoas das diversas violências alimentadas pelas sociedades. Na contemporaneidade, esse quadro se expressa pelo horror, tendo a mídia como um de seus principais articuladores. As agressões vêm dos lados mais díspares atingindo nossas vidas ou nossos objetos: assaltos, homicídios, vírus de computador, acidentes de trânsito. A cidade contemporânea é um permanente desafio, onde as inúmeras espirais de violência são implacavelmente representadas pelos meios de comunicação. Não há como não estar em contato com o medo. Ele é vivido na rua, no espaço público, ou na mídia; neste último caso, os requintes dos detalhes são jornalisticamente cobertos de maneira objetiva para que o cidadão possa acompanhar (lendo, vendo ou ouvindo) a próxima tragédia rapidamente.

Escolhemos, neste trabalho, a Barra da Tijuca como campo de estudos por ser o bairro que mais cresce no Rio de Janeiro e também por ser um bairro com o qual a mídia ocupa expressivo espaço tanto no jornalismo como na publicidade. Segundo o Instituto Pereira Passos (IPP), em 2020, a Região Administrativa da Barra da Tijuca (Recreio, Vargem Grande, Vargem Pequena, Camorim, Joá, Itanhangá, Grumari e Barra da Tijuca) terá 507.520 habitantes. Hoje, são mais de 200 mil habitantes de acordo com o último censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

As manifestações da violência no cotidiano urbano acontecem de diversas maneiras. Assaltos, acidentes de carro, furtos, tráfico de drogas, arrombamentos e fraudes são alguns dos assuntos recorrentes na leitura diária dos jornais. Esse repertório de agressões incrementa o medo das pessoas pelos espaços públicos da cidade e, ao mesmo tempo, constrói um imaginário de banalização da violência, no qual armas e quadrilhas são fortes elementos. Nem mesmo, as antigas brincadeiras de crianças que simulavam guerras entre bandidos e mocinhos mantêm os personagens de antes. Hoje, os jogos de rua

são preferencialmente entre bandidos e bandidos e, quando há a presença do mocinho, ele não é mais o herói e, sim, o otário. A edição do *Globo* de 28 de junho de 2005 exemplifica bem essa questão com a matéria “Meninos brincam de ser bandidos em acesso à Avenida Ayrton Senna”, na qual é narrada a história de crianças de cerca de oito anos que fingem atirar nos carros e fechar uma das pistas da famosa Avenida do bairro da Barra da Tijuca com armas de plástico e de madeira. A brincadeira reproduz os assaltos que acontecem com frequência naquele ponto. O herói, nesse caso, é o transgressor, o fora-da-lei, personagem que exerce fascínio entre as crianças de algumas comunidades devido ao poder que desfrutam.

Na mesma edição, na página 15, encontramos a reportagem “Confronto na Rocinha fecha a Lagoa-Barra”. A Lagoa-Barra é uma das principais vias de ligação entre a Barra da Tijuca e a Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. No dia 27 de junho, devido ao conflito entre traficantes da Rocinha e do Morro do Vidigal, a Auto-Estrada ficou fechada à circulação nos dois sentidos durante dez minutos, causando transtornos de horas no trânsito da cidade. Um estudante de quinze anos morreu e três pessoas ficaram feridas em uma guerra que recomeçou, há mais de um ano, na Sexta-Feira Santa de 2004. O confronto teve a participação da polícia. Este episódio, comum a algumas grandes cidades da América do Sul, obteve página quase inteira no *Globo*, com fotos, mostrando o desespero daqueles que se mudaram para a Barra da Tijuca por acreditarem que estariam longe dos malefícios da cidade.

Em um outro viés comunicacional, no caderno de classificados da mesma edição, é anunciado um condomínio fechado de casas em um dos lugares que compõem a Região Administrativa da Barra, a Vargem Grande. “Um novo estilo de viver” propõe o anúncio de 40 residências, com piscinas exclusivas, com “muito ar puro, muita natureza, muito verde, muita saúde e segurança total”. Ao longo da nossa pesquisa, temos encontrado quase diariamente anúncios com essa mesma argumentação (em geral as novas tecnologias de informação e de vigilância também fazem parte da proposta) no primeiro caderno do jornal, muitas vezes ao lado de matérias que apontam os problemas de segurança pública do bairro. Apontamos, a seguir, alguns outros exemplos.

Na edição de 13/04/2003 lemos a publicidade do condomínio Fontana di Trevi. “Três quartos na Barra com qualidade de vida e segurança”, na de 22/11/2003 lê-se “Americas Park, o melhor ponto da Barra. Oportunidade de morar com qualidade de vida e investir com segurança”, em 30/11/2003 “Le Parc Residencial Resort. Total segurança” e em 20/03/2004 lê-se “Garanta seu lugar no paraíso. Barra Golden Green. Segurança total”. Paralelamente, na seção de notícias locais, estão presentes matérias que refutam essa ideia de “segurança total”, mostrando que apesar dos condomínios fechados, a Barra não está livre das situações de perigo da cidade do Rio de Janeiro. Violência entre moradores, prostituição e tráfico de drogas podem ser encontrados dentro dos muros dos condomínios do bairro: “Mais pancadaria em condomínio da Barra

– ‘Penetra’ sai de festa com clavícula deslocada”, noticiava uma manchete em 05/04/2004, “Confusão em festa na Barra termina com cinco feridos a faca” dizia a edição de 30/03/2004 e em 21/09/2003 vemos publicada matéria com estatísticas sobre assaltos no Rio, cuja manchete foi “Barra agora apela para a segurança eletrônica – Bairro é o primeiro lugar em assaltos a residência”. Já em 16/07/2003, lê-se “Prédio da Barra tinha dois bordéis – Polícia prende três supostos agenciadores em apartamento com 12 prostitutas”, em 25/07/2003 “Prostitutas detidas em condomínios na Barra – Três pessoas autuadas por exploração”, na edição de 26/10/2003 vemos “Jovens de classe média transformam seus apartamentos em ‘bocas-de-fumo’ – A polícia acredita que o tráfico no asfalto, especialmente na Barra, já atenda a 40% da demanda dos condomínios do bairro” e em 12/04/2003 “PF prende universitário por tráfico – Estudante distribuía drogas em faculdades e shoppings da Barra”.

Simultaneamente, as promessas imobiliárias continuam, como vemos na edição do *Globo* de 08/11/2003, “Bem-vindo à Península. A Barra está ganhando seu primeiro bairro ecológico. Um espaço privilegiado onde a natureza, na sua forma mais bela, foi totalmente preservada”. Isso ocorre enquanto o mesmo jornal noticia a situação precária das lagoas e das praias do bairro, em 30/09/2003 “A Barra das duas mil palafitas – Ocupação irregular aumenta lixo na Lagoa da Tijuca a ponto de prejudicar dragagem” e em 23/11/2003, “Em defesa da Barra - Moradores cobram soluções para saneamento, segurança e transporte no bairro”. Na edição de 28 de junho de 2005, a mesma que abordou as crianças na Ayrton Senna e a interrupção da Auto-Estrada Lagoa Barra, constatamos, mais uma vez, uma outra questão que se transforma em problema exponencial no “paraíso”: o meio ambiente. “Programa de saneamento chega ao Bosque da Barra”. Apesar de ser um bairro jovem na história do Rio, a Barra é um dos lugares com mais problemas ambientais devido, sobretudo, ao não tratamento de esgoto na maioria de seus condomínios e com o pouco caso dos poderes públicos para resolver o problema que, a cada ano, fica, obviamente, mais grave.

Com esses exemplos tentamos mostrar que a violência tão cultivada pela mídia brasileira, encontra no Rio de Janeiro, cidade sul-americana com enorme visibilidade internacional, um ambiente de grande produção de narrativas jornalísticas sobre o medo e o pânico. Daí, o desenvolvimento de bairros como a Barra da Tijuca que tentam negar os problemas da cidade. Mas, os transtornos urbanos vão além do território de cada metrópole por serem questões do país e do continente sul-americano. Na verdade, muitas dessas questões são globalizadas. O Rio, por ser uma cidade-referência, acaba sendo a vítima nesse panorama. Como vemos, as agressões sofridas não são características exclusivas do Rio de Janeiro, mas frutos de um modelo político falido, no qual a violência não se manifesta somente por roubos e assassinatos, mas também pelas agressões ao meio ambiente, pela falta de educação escolar para as crianças, pelos assustadores índices de desemprego e pela corrupção degradante dos políticos eleitos pelo povo.

## OUTRAS CONSIDERAÇÕES

Se acompanharmos a informação jornalística sobre as grandes cidades latino-americanas, observaremos o crescimento das notícias sobre insegurança e violência, decomposição do tecido social e privatização do espaço público para proteger o privado e o individual. Estudos como os de Miguel Angel Aguilar, no México, e Teresa Caldeira, em São Paulo, mostram como os imaginários dessas megalópoles vêm sendo modificados pelas novas formas de segregação e violência. (CANCLINI, 2003, p. 163).

A violência urbana é um assunto que requer diversos tratamentos investigativos e científicos. Optamos pela mídia impressa para realizar estudos nessa temática, por acreditarmos que podemos contribuir com reflexões importantes às diferentes áreas da comunicação social. A escolha do bairro se baseia na mesma proposta. Na Barra da Tijuca, percebemos que os moradores vivem, no seu cotidiano, uma grande confusão simultânea de tempos e espaços, misturando as atividades de labor, estudo, recreação e ócio, entre outras, sempre à luz da proteção ao perigo. O bairro é concebido como um imenso arquipélago, no qual suas ilhas – os condomínios fechados, os shopping centers e os centros empresariais – são interligados por grandes avenidas projetadas para se passar em alta velocidade. Assim, a forma dos espaços deriva, como diria Sennett (1997, p.300), das vivências corporais específicas do povo ali instalado. O crescimento do número de clubes e academias de ginástica, inclusive dentro de universidades privadas, demonstra como o habitante procura o lazer associado a ordens transnacionais de consumo da segurança. A promoção do entretenimento e da moradia combinados à proteção do corpo, neste caso, acaba sendo um dos mais fortes argumentos publicitários da contemporaneidade.

Globalizada e envenenada pela estética “Miami”, a Barra da Tijuca é elencada por atividades diretamente ligadas ao consumo que ajudam a construir uma nova espécie de sujeito, mais do que nunca contaminado pelas supostas benesses do capital. Apesar da praia arrebatadora e das montanhas ainda existentes ao redor do bairro, seus moradores preferem a reclusão em grupos, exemplificando a noção de tribos urbanas que Michel Maffesoli sustenta há anos em suas obras. Em boates, academias, malls, pedaços quase privados de areia na praia ou nas áreas dos condomínios fechados, cidadãos pensam afirmar-se como seres autônomos que transitam entre as tribos que bem escolhem. A análise dos anúncios estudados corrobora essa ideia já que em todos encontramos as mesmas promessas de lazer protetor do corpo humano em relação aos males urbanos. Mas, como já dissemos, a realidade é cruelmente outra. A mídia tem exemplificado e influenciado esse panorama com inúmeros fatos nas páginas policiais, escancarando, nas duas últimas décadas, a falência do projeto de oferecer um bom nível de vida isolada e protegida dos horrores da violência na cidade do Rio de Janeiro. Do lado de fora dos muros, esses sintomas também são brutalmente evidenciados nas estatísticas de acidentes de trânsito, nos índices de roubos e furtos a carros e nos quilômetros de praia já assassinados pela poluição na Barra da Tijuca.

Com a globalização, algumas cidades são assaltadas por códigos transnacionais, da ordem do consumo, que neutralizam suas variáveis culturais mais profundas, misturando-os ao imaginário local. O Rio de Janeiro é importante partícipe desse processo e tem na Barra da Tijuca um bairro emblemático. Neste sentido, a academia deve estabelecer discussões mais frequentes sobre as novas propostas de lazer e de consumo enquanto fenômenos econômico e cultural das metrópoles, especialmente quando eles são articulados ao excesso de violência. Por esse motivo, neste artigo, a dor, o prazer, a liberdade e a arbitrariedade são temas constantes, apesar de parecerem contraditórias em um primeiro olhar.

A partir da relação entre a comunicação e a cidade, analisamos as contradições entre as propostas publicitárias e as matérias jornalísticas para tentarmos compreender os mecanismos de defesa que o cidadão do Rio de Janeiro desenvolve ao tentar fugir da violência urbana em busca de liberdade e livre arbítrio no seu cotidiano. Paradoxalmente, esta liberdade se dá entre grades e muros, configurando-se, assim, uma nova espécie de adaptação do corpo humano em relação à cidade. É o caso do bairro da Barra da Tijuca, que, tentando reinventar o conceito de comunidade, oprime os moradores ao lazer territorializado. A dor é pública, devido à violência; já o prazer é privado, posto que só pode ser plenamente exercido se for longe do perigo, ou seja, da cidade aberta e pública.

#### NOTAS

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Fórum Temático IX Terreno e Arquitetura, uma simbiose entre o ser e o mundo, evento componente do XV Ciclo de Estudos sobre o Imaginário - Congresso Internacional, outubro de 2008, Recife – PE.

<sup>2</sup> Segundo Morin, “assumir a relação dialógica entre razão e paixão significa guardar sempre a razão como luz, o quer dizer manter a pequena chama da consciência racional até a exaltação da paixão. É viver, sem jamais deixá-lo degradar, um jogo de yin e yang entre razão e paixão, que não somente as mantém uma à outra, mas onde a excrecência de uma estimula o crescimento da outra.” (2004, p. 153).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. *Tela total*:. Mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Ed. Sulina, 1997.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. *Cidade de muros*: crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo: EDUSP/Editora 34, 2000.
- CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 1995.
- \_\_\_\_\_. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica*: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel, 1993.
- DEBORD, Guy. *La société du spectacle*. Paris: Gallimard, 1992.
- DUMAZEDIER, Joffre. *Lazer e Cultura popular*. São Paulo, Editora Perspectiva. 1976.
- \_\_\_\_\_. *Vers une civilisation du loisir?*. Paris: Editions du Seuil, 1962.
- FREITAS, Ricardo F. *Centres commerciaux*: îles urbaines de la postmodernité. Paris: L'Harmattan, 1996.
- \_\_\_\_\_. (org.) *Desafios contemporâneos em comunicação*: perspectivas de relações públicas. São Paulo: Summus Editorial, 2002.
- JAGUARIBE, Beatriz. *Fins de século*: cidade e cultura no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, Ed. Rocco, 1998.
- CONTRERA, Malena S. *Mídia e pânico*: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2002.
- MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*:. Petrópolis: Ed. Vozes, 1996.
- \_\_\_\_\_. *La transfiguration du politique*: – la tribalisation du monde. Paris: Grasset, 1992.
- \_\_\_\_\_. *O tempo das tribos*: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- MORIN, Edgar. *La méthode 6 – Éthique*. Paris: Seuil, 2004.
- SENNETT, Richard. *Carne e pedra*: o corpo e a cidade na civilização ocidental. Rio de Janeiro: Record, 1997.