



Texto introdutório

SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO



SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO

Fundamentos, Teorias e Contextos

2025

Licenciatura em Ciências Sociais da Universidade Aberta
Diogo Guedes Vidal e Vanda Viegas

Sociologia da Comunicação e da Informação Fundamentos, Teorias e Contextos

Edição 2025

Diogo Guedes Vidal

Professor na Universidade Aberta

Departamento de Ciências Sociais e de Gestão

Investigador do CFE-UC

Diogo.vidal@uab.pt

Vanda Viegas

Tutora na Universidade Aberta

Departamento de Ciências Sociais e de Gestão

Investigadora do CFE-UC

Vanda.Viegas@uab.pt

1. A centralidade da comunicação e da informação nas sociedades contemporâneas

Vivemos numa época em que a comunicação e a informação ultrapassaram a condição de simples ferramentas de troca e interação para se tornarem elementos estruturantes das próprias sociedades. Estes fenómenos atravessam e moldam as relações sociais, as práticas culturais, as instituições políticas e económicas, sendo, simultaneamente, objetos centrais de investigação sociológica. É neste contexto que se insere a Sociologia da Comunicação e da Informação, um campo interdisciplinar que procura compreender as múltiplas formas pelas quais a comunicação é produzida, mediada, usada, apropriada e transformada no seio das sociedades contemporâneas (Barroso, 2021; Wolf, 1999).

A comunicação não pode ser reduzida a um simples ato instrumental ou transmissor de conteúdos. É, na verdade, uma construção social complexa, atravessada por valores culturais, lutas simbólicas, interesses políticos e processos de exclusão. Desde as formas mais ancestrais da oralidade até às redes digitais que hoje dominam as paisagens comunicacionais, a comunicação configura-se como um espaço de produção e reprodução de sentidos, bem como de disputa pelo controlo da informação (Barreiros, 2012; Bourdieu, 1997). A transição da oralidade para a escrita marcou uma transformação radical nos modos de produção e preservação da informação. Contudo, como argumentam autores como Jack Goody (1977) ou Raul Iturra (1997), essa transição não foi neutra: instituiu hierarquias culturais e epistemológicas que persistem nas sociedades contemporâneas e que enformam assimetrias entre culturas letradas e orais.

A informação, longe de ser neutra, é condicionada por posições sociais diferenciadas. Quem tem acesso à informação, quem a produz, quem a distribui e quem a consome encontra-se em lugares marcados por desigualdades económicas, tecnológicas, culturais e epistémicas. Estas assimetrias determinam não apenas a circulação da informação, mas também os modos como os saberes são legitimados e as práticas sociais organizadas. Nesta linha, o olhar sociológico assume um papel crucial ao problematizar estas dinâmicas, integrando uma perspetiva crítica que articula teorias sociológicas tradicionais com os desafios impostos pelas novas tecnologias e pelas transformações sociais globais.

Nos últimos trinta anos, a revolução digital e o advento da internet configuraram uma nova ecologia comunicacional, que desafia as categorias analíticas clássicas e impõe a necessidade de novas metodologias e conceitos. Fenómenos como a convergência mediática, a produção colaborativa de conteúdos, a circulação algorítmica de informação, as práticas de participação digital e as formas emergentes

de vigilância tecnológica complexificam a análise e ampliam o alcance do campo (Zuboff, 2019; Han, 2018).

Esta unidade curricular procura, portanto, oferecer aos estudantes um percurso formativo que alia uma fundamentação teórica sólida no campo sociológico à análise crítica dos processos comunicacionais contemporâneos, promovendo a articulação entre o conhecimento teórico e a experiência empírica.

2. Genealogia e fundamentação clássica da Sociologia da Comunicação

A constituição da Sociologia da Comunicação e da Informação enquanto campo de investigação autónomo e interdisciplinar é resultado de um percurso histórico que atravessa as fundações da sociologia clássica, as transformações das sociedades industriais e, mais recentemente, as mudanças trazidas pelas revoluções tecnológica e digital. Para compreender plenamente as bases do campo, é essencial revisitar os contributos dos principais teóricos clássicos, cujas reflexões, ainda que não diretamente focadas nos *media* modernos, lançaram as fundações para a análise das relações simbólicas, do poder e da cultura que atravessam os processos comunicacionais.

Émile Durkheim (1858–1917), por exemplo, enfatizou a importância da linguagem como elemento central para a coesão social e a construção da consciência coletiva. Para Durkheim (1912), a comunicação simbólica é essencial para a reprodução dos valores e normas que garantem a solidariedade social. A linguagem e os símbolos são, assim, instrumentos fundamentais para a manutenção da ordem social, permitindo que os indivíduos se reconheçam como membros de um mesmo coletivo. Embora Durkheim não tenha

abordado diretamente os meios de comunicação de massas, o seu conceito de “consciência coletiva” permanece central para as análises que visam compreender a função social dos *media* enquanto agentes de integração ou fragmentação social.

Max Weber (1864–1920), por sua vez, contribuiu com a noção de ação social orientada por sentido, sublinhando que a comunicação não é um processo puramente mecânico, mas carregado de significados e intenções dos atores sociais. Weber destacou que a comunicação é um dos meios fundamentais pelos quais os indivíduos atribuem sentido às suas ações e se relacionam com o mundo social, enfatizando a importância da compreensão interpretativa (*Verstehen*) para a análise sociológica (Weber, 1922). Este enfoque interacionista abriu caminho para as teorias comunicacionais que privilegiam a dimensão simbólica e subjetiva dos processos de interação.

Karl Marx (1818–1883), por outro lado, ainda que concentrado na análise das estruturas económicas e das relações de produção, alertou para o papel da ideologia e da cultura na reprodução das relações de dominação. A comunicação, segundo uma leitura marxista, pode ser entendida como um campo onde se travam lutas simbólicas e onde a ideologia dominante se impõe para manter a hegemonia do sistema capitalista (Marx & Engels, 1846). A indústria cultural, a manipulação das consciências e a reprodução das desigualdades sociais tornam-se, assim, temas centrais para a análise crítica da comunicação e da informação.

Com o desenvolvimento das sociedades industriais e a massificação dos meios de comunicação no século XX, emergiram os primeiros estudos sistemáticos sobre os *media*. Nos Estados Unidos, a chamada Escola de Chicago e o paradigma funcionalista destacaram-se pelo seu interesse nos efeitos dos *media* sobre a integração social e a

estabilização cultural. Acadêmicos como Harold Lasswell (1948) e Paul Lazarsfeld (1944) desenvolveram estudos empíricos sobre o impacto da comunicação de massas, enfatizando o papel dos *media* na manutenção da ordem social e na formação da opinião pública.

Paralelamente, na Europa, a Escola de Frankfurt, com autores como Theodor W. Adorno, Max Horkheimer e Herbert Marcuse, lançou uma crítica radical ao papel dos *media* enquanto instrumentos de alienação e reprodução das desigualdades. A indústria cultural, segundo esta tradição, funciona como um mecanismo de dominação que transforma a cultura em mercadoria, promove a homogeneização das consciências e neutraliza a capacidade crítica dos indivíduos (Adorno & Horkheimer, 1944). Esta crítica, na verdade, parece permanecer central para os estudos contemporâneos que problematizam os processos de mercantilização da informação e a manipulação mediática.

Nos anos 1960 e 1970, os estudos culturais britânicos, liderados por Stuart Hall e o Centre for Contemporary Cultural Studies, introduziram uma abordagem que deslocou o foco do emissor para o recetor, enfatizando a receção ativa dos *media* e a construção social dos sentidos. Hall (1980) destacou a importância das lutas simbólicas e da negociação dos significados, apontando para o carácter contestatório e plural das práticas culturais. Assiste-se, desta forma, a uma tensão entre estrutura e agência que complexifica a análise e implica um olhar mais integrado sobre os processos de comunicação e informação. Este enfoque culturalista trouxe novas ferramentas para analisar como os *media* contribuem para a construção das identidades e das representações sociais, incorporando dimensões de raça, género, classe e outras categorias sociais.

Nas últimas décadas, o campo expandiu-se para incluir abordagens sociotécnicas, como a teoria ator-rede (Latour, 2005), os estudos

sobre mediatização (Couldry & Hepp, 2017; Hepp, 2020) e a teoria da sociedade em rede (Castells, 2009). Estes paradigmas reconhecem os *media* para além de meros canais de comunicação, assumindo-os como infraestruturas e ecossistemas que estruturam a vida social, política e cultural em múltiplas escalas.

A emergência das tecnologias digitais introduziu novas dinâmicas que exigem uma atualização constante das categorias analíticas. A convergência mediática, a produção descentralizada de conteúdos, a curadoria algorítmica e a circulação em rede da informação desafiam abordagens tradicionais, suscitando debates sobre vigilância, privacidade, infoexclusão, o capitalismo de vigilância e a proliferação do igual (Zuboff, 2019; Han, 2018). Face a estes desenvolvimentos que se materializam em processos abertos e voláteis, mas com consideráveis implicações nas estruturas sociais, o campo da Sociologia da Comunicação e da Informação constitui-se hoje como um espaço de reflexão crítica imprescindível para compreender as transformações profundas das sociedades contemporâneas.

3. Transformações digitais e os desafios da contemporaneidade

Com a intensificação das transformações tecnológicas e sociais nas últimas décadas, a Sociologia da Comunicação e da Informação ampliou o seu *corpus* teórico, incorporando múltiplas perspetivas que permitem analisar a complexidade do campo comunicacional contemporâneo. Estas abordagens dialogam com as tradições clássicas, mas inovam ao responder aos desafios impostos pela digitalização, pela globalização e pela crescente centralidade dos fluxos informacionais nas sociedades.

Uma das contribuições mais influentes é a da teoria da mediatização da sociedade, que enfatiza a crescente influência dos *media* e das

tecnologias comunicacionais em diversos domínios sociais: políticos, culturais, económicos e até pessoais. Couldry e Hepp (2017), bem como Hepp (2020), destacam que a mediatização não se limita à circulação de mensagens, mas implica uma transformação estrutural dos processos sociais, onde a comunicação mediada passa a ser uma condição fundamental para a organização e a experiência da vida social. Esta perspetiva ajuda a compreender como os *media* deixam de ser meros canais para se tornarem ambientes que reconfiguram as práticas sociais.

Um dos marcos para a sociologia da comunicação é o desenvolvimento da teoria da sociedade em rede de Manuel Castells, um paradigma fundamental para compreender as dinâmicas da era digital. Para Castells (2009), as redes digitais representam a nova forma organizacional das sociedades contemporâneas, em que a informação e o conhecimento são recursos estratégicos centrais. A comunicação mediada por redes digitais não apenas acelera os processos sociais, como também reconfigura o poder, a cultura e a política, criando novas formas de participação e exclusão. Como observam autores como Giddens (1991) e Castells (2009), os dispositivos digitais alteraram os fluxos informacionais, mas também reconfiguraram profundamente o tempo e o espaço sociais. A emergência do “espaço dos fluxos” e do “tempo intemporal” expressa uma condição cultural em que os signos e as imagens mediatizadas tendem a substituir a experiência vivida, aquilo que Castells denominou “cultura da virtualidade real”. Esta transição marca a passagem da tecnocultura, ainda enraizada em suportes materiais, para a cibercultura, onde a mediação digital em rede se torna o próprio meio de produção cultural.

Outro eixo teórico relevante é o enfoque nos estudos culturais, que mantém o interesse nas práticas de receção, produção e negociação

de significados em contextos específicos. Stuart Hall (1997) e outros autores dos estudos culturais destacam a centralidade das lutas simbólicas e das representações, considerando a comunicação como um campo de disputa e resistência cultural. Este enquadramento é particularmente útil para analisar questões de identidade, diferença e poder simbólico nos *media*. Na dimensão crítica, o conceito de capitalismo de vigilância, desenvolvido por Shoshana Zuboff (2019), representa uma análise aprofundada das novas formas de acumulação de capital baseadas na captura e exploração dos dados pessoais. Este paradigma expõe como as grandes plataformas digitais mediam a comunicação, mas também exercem um controlo extensivo sobre o comportamento, a privacidade e a subjetividade dos indivíduos, levantando questões éticas e políticas cruciais para o presente.

A sociologia da informação tem, ainda, incorporado perspetivas que problematizam as desigualdades digitais, como a infoexclusão e a literacia crítica. Jan van Dijk (2020) e Couldry & Mejias (2019) destacam que o acesso à informação e às tecnologias digitais é profundamente desigual, condicionando as oportunidades de participação social, económica e política. Estes estudos evidenciam a necessidade de políticas e práticas que promovam a inclusão digital e o desenvolvimento de competências críticas para a leitura, produção e circulação da informação. Adicionalmente, pensadores como Byung-Chul Han oferecem análises filosóficas e culturais sobre os impactos da hiperconectividade, da transparência absoluta e da dissolução do outro nas relações sociais mediadas pela tecnologia. Han (2018) aborda as consequências da exposição permanente, da pressão da autoexploração, da imposição do idêntico e da anomização social, oferecendo um contraponto crítico aos discursos tecnológicos dominantes.

Por fim, é importante referir as abordagens sociotécnicas que analisam a comunicação como um fenómeno emergente da interação entre atores humanos e não humanos. A teoria ator-rede (Latour, 2005), por exemplo, permite compreender os *media* e as tecnologias digitais como atores que participam ativamente na construção das redes sociais, ampliando o campo de análise para além das dimensões puramente sociais ou culturais.

4. Estudos de caso e análise empírica na Sociologia da Comunicação e da Informação

A Sociologia da Comunicação e da Informação não se restringe à reflexão teórica; assume também uma dimensão empírica fundamental para compreender os processos sociais concretos que atravessam a comunicação nos seus múltiplos contextos. A análise de estudos de caso constitui uma metodologia privilegiada para explorar a complexidade dos fenómenos comunicacionais, permitindo articular teoria e prática, bem como captar as dinâmicas específicas dos atores, das instituições e dos *media*.

Um dos grandes desafios deste campo é analisar a produção, circulação e receção da informação em contextos marcados por rápidas transformações tecnológicas e sociais. Por exemplo, investigações sobre o papel dos *media* na construção da realidade social revelam como os enquadramentos noticiosos (*news framing*) influenciam a perceção pública de temas como a saúde, o ambiente, a migração ou a política (Mendonça et al., 2023).

Na contemporaneidade, os estudos sobre desinformação e “*fake news*” tornaram-se centrais. A disseminação rápida e massiva de informações falsas nas redes digitais desafia as instituições democráticas e coloca questões críticas sobre a literacia informacional, a confiança e os

mecanismos de controlo dos conteúdos. A sociologia investiga estes fenómenos a partir de múltiplas perspetivas, combinando análise de conteúdo, etnografias digitais e estudos sobre os algoritmos que regem a circulação da informação (Barroso, 2021; Zuboff, 2019).

Outro foco importante são as desigualdades de acesso e participação na esfera digital. Estudos nacionais e internacionais revelam que a infoexclusão permanece uma realidade para diversos grupos sociais, condicionando o exercício da cidadania digital e a apropriação dos recursos informacionais. A literacia crítica dos *media* emerge como uma competência crucial para enfrentar estes desafios, sendo objeto de programas educativos e de políticas públicas (Cardoso et al., 2015; Barreiros, 2012).

A apropriação das plataformas digitais por grupos sociais específicos, como as juventudes, tem sido também alvo de pesquisa detalhada. Estas investigações evidenciam como os jovens utilizam as redes sociais para construir identidades, participar politicamente e criar formas alternativas de expressão cultural. Os estudos destacam a ambivalência destas práticas, que podem tanto reforçar como contestar as estruturas de poder existentes (Couldry & Hepp, 2017; Campos e Silva, 2023).

A investigação sobre *media* e comunicação tem também explorado as particularidades locais, articulando-as com tendências globais. A transição para a sociedade em rede, as transformações dos media tradicionais, a regulação dos conteúdos e a pluralidade informativa são temas recorrentes em projetos e dissertações que combinam métodos qualitativos e quantitativos (Pereira, 2020; Dantas et al. 2017; Lameiras & Sousa, 2012). Apesar das lógicas de dominação simbólica que atravessam o campo mediático, é fundamental reconhecer as margens de autonomia profissional, os códigos deontológicos e as

tensões internas no campo jornalístico. A investigação empírica revela que os processos de produção noticiosa são mais complexos do que a simples imposição da ideologia dominante, envolvendo práticas negociadas entre jornalistas, fontes e audiências (Traquina, 1993; Ângelo & Abrantes, 2005).

6. Perspetivas internacionais e nacionais: o estado da arte e investigações recentes

Nesta secção, procura-se mapear o estado da arte internacional e nacional, destacando as principais linhas de investigação, abordagens teóricas emergentes e estudos empíricos que delineiam os contornos contemporâneos do campo.

No plano internacional, a Sociologia da Comunicação tem evoluído num contexto de mudanças aceleradas provocadas pelas tecnologias digitais, pela globalização dos *media* e pelos desafios políticos e éticos que daí resultam. Investigações recentes destacam a centralidade das plataformas digitais e do capitalismo de vigilância. Com a hegemonia das grandes plataformas, como as do Google, do Facebook e da Amazon, entre outras, a análise sociológica tem focado o papel destas infraestruturas na configuração das relações sociais, no controlo da informação e na produção de subjetividades. Zuboff (2019) desenvolve um diagnóstico crítico sobre como estas plataformas operam sob lógicas de acumulação de dados que colocam em causa direitos fundamentais como a privacidade e a autonomia. Estudos baseados em Habermas (1989) e Dahlgren (2009) têm explorado o impacto da comunicação mediada digitalmente na esfera pública, destacando tanto o potencial democratizador como as limitações decorrentes da fragmentação, polarização e desinformação.

As desigualdades digitais e a infoexclusão têm ocupado as agências de investigação nos últimos vinte anos. Alguns investigadores, como van Dijk (2020), evidenciam a persistência das desigualdades no acesso às tecnologias digitais e às competências para a sua utilização crítica, sublinhando a importância da literacia digital e das políticas de inclusão. Dominique Wolton (1999) alerta para a ilusão de liberdade e acesso universal no espaço digital, quando, na verdade, persistem lógicas de segmentação e exclusão informacional. A especialização dos conteúdos em função dos públicos mais rentáveis pode acentuar desigualdades, substituindo o ideal de uma esfera pública comum por mercados paralelos de informação atomizada.

O reconhecimento da importância da cultura e da interseccionalidade deu lugar a análises das mediações culturais incorporando questões de género, raça, classe e identidade, através de enquadramentos interseccionais para compreender como as práticas comunicacionais reforçam ou contestam as hierarquias sociais (Hall, 1997; Nakamura, 2014). Ao mesmo tempo, a reflexão sobre a ecologia dos *media* e a mediatização da sociedade (Couldry & Hepp, 2017; Hepp, 2020) destaca como a comunicação digital reestrutura a organização do tempo, do espaço e das relações sociais, propondo uma visão integrada e dinâmica dos processos comunicacionais.

Em Portugal, a Sociologia da Comunicação acompanha e contribui para estes debates globais, adaptando-os às especificidades culturais, políticas e tecnológicas do país. O estudo da integração das tecnologias digitais na sociedade portuguesa tem sido marcado pela análise das mudanças nos padrões de comunicação, participação cívica e consumo de *media* (Cardoso et al., 2015). O trabalho deste grupo evidencia tanto os avanços na digitalização como os desafios da exclusão social e da fragmentação comunicacional. A importância da regulação dos *media*, mas também da pluralidade informativa, permitiu identificar

desafios da regulação face à concentração de propriedade dos *media*, a diversidade de vozes e a manutenção de uma esfera pública plural (Lameiras & Sousa, 2012). Nesta linha, investigadores nacionais têm dedicado atenção às transformações do jornalismo, incluindo a precarização do trabalho, a crise dos modelos de negócio e o papel dos *media* na construção da confiança pública e da transparência democrática (Dantas et al. 2017). Não menos importante, vários projetos têm procurado desenvolver e avaliar estratégias de promoção da literacia crítica, especialmente entre as juventudes, para fomentar a capacidade de análise e resistência face à desinformação (Barroso, 2021; Pereira, 2020). Contudo, com a pulverização da inteligência artificial em todas as esferas da vida, novos estudos procuram entender as implicações deste fenómeno à medida que as capacidades da IA se expandem e se sofisticam. Esse diálogo interdisciplinar proporciona o surgimento de novas narrativas e práticas comunicacionais que estão a redefinir os limites do possível, sobretudo em matéria de comunicação e informação (Dias et al., 2025).

7. Conclusão e perspetivas para o estudo da Sociologia da Comunicação e da Informação

Esta breve panorama introdutório ao campo da Sociologia da Comunicação e da Informação revela que o mesmo se consolidou como imprescindível para a compreensão das complexas dinâmicas sociais que caracterizam as sociedades contemporâneas, em particular face à emergência e consolidação das tecnologias digitais e das redes de comunicação. Ao longo deste percurso evidenciou-se como a comunicação e a informação não são meramente processos instrumentais, mas sim fenómenos sociais estruturantes, atravessados por relações de poder, disputas simbólicas e desigualdades.

O estudo das abordagens clássicas e contemporâneas deu conta da diversidade epistemológica do campo, marcado por tensões produtivas entre paradigmas funcionalistas, críticos, culturais e sociotécnicos. A integração destas perspectivas é fundamental para captar as múltiplas dimensões da comunicação, desde as suas formas técnicas até às suas implicações políticas, culturais e éticas. As investigações empíricas, por sua vez, têm confirmado a centralidade dos *media* e das tecnologias digitais na construção da realidade social, destacando o papel das plataformas digitais, do capitalismo de vigilância, da desinformação e da infoexclusão como temas emergentes que desafiam as análises tradicionais. Ao mesmo tempo, fica claro que se trata de um campo em constante renovação, que exige metodologias inovadoras e interdisciplinaridade para acompanhar os rápidos processos de transformação.

Importa reconhecer que a designação “sociedade da informação” comporta, muitas vezes, uma dimensão ideológica, que oculta as continuidades com a era industrial, as hierarquias culturais e as exclusões persistentes. Como nota Webster (2006), a tecnologia é simultaneamente estruturante e estruturada, refletindo os valores e interesses dominantes que orientam sua conceção, implementação e apropriação. O futuro da Sociologia da Comunicação e da Informação implica, necessariamente, um compromisso com a investigação crítica que incorpore os avanços tecnológicos sem perder de vista os valores democráticos, a justiça social e a inclusão. É essencial fomentar espaços de reflexão que contemplem a ética da comunicação, os direitos digitais e as novas formas de participação social mediada.

Por fim, esta unidade curricular aspira a formar uma nova geração de investigadores e profissionais com ferramentas teóricas, analíticas e empíricas para enfrentar os desafios contemporâneos, promovendo um olhar crítico e propositivo sobre os processos comunicacionais que

configuram o nosso tempo. Esta aspiração permanece, assim, como um desígnio vital para a construção de sociedades mais justas, democráticas e informadas.

Referências¹

Adorno, T., & Horkheimer, M. (1944). *Dialectic of Enlightenment*. New York: Herder and Herder.

Ângelo, L. & Abrantes, P. (2005). Nos bastidores da notícia: pesquisa de terreno num jornal de referência. *Fórum Sociológico*, 13/14, pp. 329-350.

Barreiros, J. (2012). *Democracia, comunicação e media*. Mundos Sociais.

Barroso, P. (2021). *Sociologia da comunicação: Temas e problemas fundamentais para compreender os media nas sociedades actuais*. PV Editora.

Campos, R. & da Silva, D. (2024). Visibility, solidarity, and empowerment via the internet: A case study of young Portuguese activists. *Communications*, 49(2), 297-317. <https://doi.org/10.1515/commun-2022-0019>

Cardoso, G., Espanha, R., & Lapa, T. (2015). *A sociedade em rede em Portugal: Uma década de transição*. CIES-IUL.

Castells, M. (2009). *A sociedade em rede* (7.ª ed.). Fundação Calouste Gulbenkian.

Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.

Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. *Stanford University Press*.

¹ A bibliografia apresentada neste texto introdutório constitui uma sugestão de leitura para quem deseja aprofundar os temas abordados e expandir os seus conhecimentos na área da Sociologia da Comunicação e da Informação. Os textos de suporte organizados por tema, bem como materiais complementares, serão disponibilizados na plataforma da Unidade Curricular para consulta e estudo.

Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Dantas, J. B. A., Pinheiro, E. B. B., Silva, V. P. B., Beltrame, V., & David, H. E. (2017). Crise, precarização e mudanças estruturais no jornalismo: reflexões sobre tendências teóricas. *Mediapolis: Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 5, 39–49. https://doi.org/10.14195/2183-6019_5_3

Dias, P., Andrade, J. G., & Ilharco, F. (Coords.). (2025). *Comunicação e inteligência artificial: Perspetivas multidisciplinares*. Edições Universidade Católica.

Durkheim, É. (1912). *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: Alcan.

Giddens, Anthony (1991). *The Consequences of Modernity*. Londres: Polity Press.

Goody, Jack (1977), *The Domestication of the Savage Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). London: Hutchinson.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.

Han, B-C. (2018). *A expulsão do outro: Sociedade, percepção e comunicação hoje*. Relógio D'Água. Lisboa: Relógio d'Água.

Iturra, Raul (1997). A oralidade e a escrita na construção social. *Educação, Sociedade & Culturas*, 8, pp. 7-20.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37–51). New York: Harper & Row.

Lameiras, M. & Sousa, H. (2012). Regulação dos *Media* em Democracia: Experiências e Modelos. In Z. P. Coelho & J. Figaldo (Eds.) *Sobre Comunicação e Cultura: I Jornadas de Doutorandos em Ciências da Comunicação e Estudos Culturais* (pp. 97-115). Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.

Marx, K., & Engels, F. (1846). *The German Ideology*. London: Lawrence & Wishart.

Martín-Barbero, J. (1997). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.

Mendonça, A. M. B., Leal Filho, W., & Alves, F. (2023). Written press's approach to climate change in the Autonomous Region of Madeira and the Autonomous Community of the Canary Islands. In W. Leal Filho, M. Kovaleva, F. Alves, & I. R. Abubakar (Eds.), *Climate change strategies: Handling the challenges of adapting to a changing climate* (pp. 367–380). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-28728-2_22

Nakamura, L. (2014). *Digitizing Race: Visual Cultures of the Internet*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Pereira, S., Ponte, C., & Elias, N. (2020). Crianças, jovens e *media*: perspectivas atuais. *Comunicação E Sociedade*, 37, 9–18. [https://doi.org/10.17231/comsoc.37\(2020\).2687](https://doi.org/10.17231/comsoc.37(2020).2687)

Postman, N. (1970). The reformed English curriculum. In A. C. Eurich (Ed.), *High School 1980: The Shape of the Future in American Secondary Education* (pp. 160–168). New York: Pitman.

Traquina, Nelson (org.) (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Vega.

van Dijk, J. (2020). *The Digital Divide*. Cambridge: Polity Press.

Weber, M. (1922). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). Berkeley: University of California Press. (Original work published 1922)

Webster, F. (2006). *Theories of the Information Society*. 3ª edição. Londres: Routledge.

Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação* (4.ª ed.). Editorial Presença.

Wolton, D. (1999). *Internet et après? une théorie critique des nouveaux médias*. Paris: Flammarion.

Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. Profile Books.