

Geografias da Comunicação – mídia, antes de ser comunicação, é espaço¹

Paulo Celso da Silva²

Universidade de Sorocaba, São Paulo, SP

RESUMO

O artigo é resultado das reflexões indicadas pela pesquisa Geografia da Comunicação: análise da produção intelectual do Dr. Milton Santos e a sua aplicação/relação com a Comunicação, em andamento desde 2012 com apoio da FAPESP. Apresenta reflexões acerca das geografias da comunicação, como a comunicação espaço produz espaço e como o espaço produz comunicação. Apresenta, ainda, a variedade temática discutida por Santos em sua prática jornalística e uma aplicação da Região, enquanto subcategoria do espaço, feita pelo geógrafo em 1955, para indicar o estudo das Regiões Jornalísticas no Brasil. Por fim, entendemos que a relação espaço-tempo-comunicação pode nos indicar caminhos para entender a cultura globalizada que a mídia repercute cotidianamente nos lares, analisando sua dimensão.

PALAVRAS-CHAVE: Geografias da Comunicação; Mídia; Espaço-tempo-movimento; Regiões Jornalísticas; Milton Santos.

1. Introdução

A afirmação de que "Mídia, antes de ser comunicação, é espaço" (SANTOS, 2007, p. 74) decorre do entendimento de Santos para os estudos de Debray quando indica a necessidade da nova disciplina, Midiologia, e estabelece uma relação imediata entre comunicação e geografia. E por que a geografia?

A Percepção do espaço está ligada à velocidade das pessoas, das coisas e das mensagens. O espaço distingue-se, certamente, em função do grau de fluidez entre coisas, objetos, mensagens. Então chegamos a este final de século em que somos capazes de participar da contemporaneidade simultânea. Antes havia a contemporaneidade, mas nós não participávamos... essa nova situação muda a definição dos lugares: o lugar está em todo lugar, está dissolvido no mundo inteiro, graças a televisão, graças a instantaneidade. Temos ainda o satélite, que nos dá o movimento da Terra. É como se fizéssemos cinema; acompanhamos a Terra, o mundo... A totalidade se tornou empírica, não é uma

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Titular do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba. paulo.silva@prof.uniso.br

criação do nosso pensamento. (SANTOS, 2007, p. 75)

Outra questão que envolve diretamente a mídia e a informação, conforme analisa Santos (2007, p. 77), são as fronteiras e suas novas dimensões e características, a saber, a desagregação de um país não passa, necessariamente, pelas alterações de suas fronteiras físicas, já que grandes conglomerados e empresas comandam à distância. Sendo assim, com a informação e a mídia, devemos pensar e recriar uma nova definição para as fronteiras.

Contudo, há que pensar dialeticamente a questão, pois a fronteira não perde sua materialidade. Santos lembra que os contrabandos assim como os *freeshops* são a grande prova disso (2007, p. 79). Nesses espaços, dos *freeshops*, duas moedas diferentes atuam na economia, criando atritos salariais, cambiais, identitários. Em termos de comunicação, estes espaços geram áreas onde idiomas diferentes criam significados diferentes aos usuários, sem contar o fluxo que caracteriza os espaços, comunicando, ele mesmo, sua efemeridade.

Entra em jogo o tempo nessa relação com o espaço. Um tempo empírico do acontecer concreto do homem, "o tempo do lugar é o conjunto de tempos internos a ele, que corresponde a possibilidades diferentes dos indivíduos – mas não somente aos indivíduos, como também das empresas – de utilização do tempo e do espaço". (SANTOS, 2007, p. 81).

Geografia e Comunicação têm forte ligação com a área tecnológica, quer seja devido à ampla gama de discussões que abarca como no caso da Geografia, que trata, entre outras coisas, tanto das questões político-econômicas quanto das socioculturais, quer seja por perpassar as demais áreas, enquanto vetor das relações, bem como se constituir objeto de avanço de grande parte das tecnologias, como no caso da Comunicação.

Em relação uma com a outra, Geografia e Comunicação têm, cada uma a seu modo, o espaço como elemento em comum. Este é, para a Geografia, seu objeto de estudo, por excelência, tanto no aspecto material, quanto no conceitual (teoria sócio-espacial miltoniana). A Comunicação, por sua vez, além de ter o espaço como o suporte físico (geográfico) continente de seu aparato técnico e de suas representações, ainda tem, conforme se crê, a capacidade de encurtá-lo, graças à moderna tecnologia.

Portanto, é o espaço, o elemento que mais fortemente corrobora a simbiótica relação existente entre as referidas áreas.

Dois são os pontos sobre os quais até aqui não sido desenvolvidas reflexões sobre a relação entre Geografia e Comunicação, a saber: o espaço, como ponto de convergência das referidas áreas, e o impacto dessa relação sobre as questões sociais de relevância; porém, tanto em um caso como em outro, a abordagem há sido feita de forma generalizada. Em nossa intenção, nesta fase final, de retrabalhar as ideias, tentaremos abordar uma categoria de espaço, transitória e dinâmica, um pouco mais específica e mais próxima da realidade cotidiana da maioria das pessoas.

Quando o tema relacionava os intelectuais e as mídias, Santos era muito crítico e receoso do papel que estes cumpriam nos meios. Por diversas vezes, chamou atenção do público leitor, ou espectador de programas como *Roda Viva*, em 1997 onde, em determinado momento, percebendo que os entrevistadores estão se repetindo, reforça suas teses do papel do intelectual. Em entrevista ao jornalista Cláudio Cordovil (1997), quando questionado sobre suas declarações no programa televisivo responde que “A capitulação dos intelectuais é um fenômeno internacional já antigo e que se agravou com a globalização. Isso de alguma maneira perdura com a democracia de mercado de hoje.

Na opinião do geógrafo, os intelectuais brasileiros se organizam “através de grupos fechados que necessitam mais de fazer pressão, para sobreviver, do que de se reunir para pesquisar. Por isso tendem a se aproximar do establishment.” Dessa atitude advém a falta de crítica acrescentada, ainda, de uma tremenda falta de imaginação que, por consequência, forma um pensamento fraco, ou seja, os intelectuais capitulam. E diagnostica o cenário nacional: “essa síndrome precisa de uma cura urgente”.

No mesmo ano de 1997, respondendo ao jornal *O Tempo* (SANTOS, 2007, p. 140) analisa a falta de uma premiação para o bom orientador, o bom professor dentro das próprias academias. Diante desse fato, alguns buscavam o reconhecimento externo, almejando o prêmio além dos muros acadêmicos. Sobre a problemática da relação com a mídia em geral, afirmava:

A imprensa hoje decidiu imitar a televisão para vender mais. Isso traz como consequência a necessidade de ser breve. Há uma incompatibilidade entre ser breve, rápido, dizer sim ou não – que é o que dá manchete – e transmitir o

resultado de sua pesquisa, de sua reflexão. Então você tem os que estudam e sabem, e os que principalmente não estudam e falam. A imprensa é com frequência o veículo das pessoas light. Pessoas que tem facilidade de falar porque o que tem para dizer é simples.

O geógrafo repetia que “um intelectual não pode falar todos os dias. É preciso tempo para amadurecer as ideias” (RIBEIRO, 2002). Também, chamava atenção para o estímulo dado pelas universidades para a exposição midiática, questionando os relatórios nos quais aparecem perguntas sobre o número de vezes em que apareceu na TV ou foi entrevistado na rádio e/ou internet, e categorizava: “Há uma demanda de mediocridade por parte da direção da universidade” (SANTOS, 2007, p. 140).

Ainda assim, Milton Santos também soube utilizar as mídias para a divulgação de suas ideias e conceitos. Principalmente depois que ganhou o prêmio internacional de geografia *Vautrin-Lud*, em 1994, comparado ao prêmio Nobel para essa área do conhecimento e, também, após completar 70 anos, em 1996.

O ano de 1996 é do lançamento do livro *A natureza do espaço*, obra marcante no pensamento geográfico, pois oferece uma filosofia da geografia. A partir de então é chamado para debater e ensinar sobre a globalização. Sua produção intelectual e ideias foram registradas no documentário *Encontro com Milton Santos. O mundo global visto do lado de cá*, de Silvio Tendler (2007) e, em 2000, quando do lançamento da obra *Por uma outra Globalização*, foi requisitado por diversos meios para falar sobre o tema, inclusive parte do livro foi liberada, como texto base, para o I Fórum Social Mundial, ocorrido em janeiro de 2001, em Porto Alegre.

É importante, ainda, destacar a importância teórico-prática, para os estudos geocomunicacionais, do lugar. Cada lugar, a seu modo e possibilidade, insere-se na globalização com uma carga maior ou menor de conteúdos e densidades técnica, científica e informacional e o distintivo dos lugares serão as qualidades e quantidades dessas densidades citadas, que se inter-relacionam e, juntas, compõem o quadro do lugar, onde uma não exclui ou elimina a outra. Estruturando as densidades do espaço (SANTOS, 1996, p. 149), vamos encontrar a densidade técnica, que representante da modernidade que a constituiu, coloca-se com um grau de perfeição além da natureza, ou seja, é “marcada por diversos graus de artificialidade”.

Também como consequência da primeira densidade do espaço, a densidade

informativa, quando da mesma natureza, “é uma informação que obedece às regras do ator, e introduz no espaço uma intervenção vertical, que geralmente ignora o entorno posto ao serviço de quem tem a renda” (SANTOS, 1996, p. 149). É uma densidade relacional com os âmbitos exteriores do espaço que a originou.

A densidade seguinte, densidade comunicacional, efetiva-se no lugar, escala do cotidiano, do imediato. Na concepção de Santos, “as relações informacionais transportam consigo o reino da necessidade, enquanto as relações comunicacionais podem identificar-se com o reino da liberdade” (SANTOS, 1996, p. 149). A densidade comunicacional é a que traz a força dos lugares porque são geradas nesse mesmo lugar, “as relações informacionais são verticais e as comunicacionais horizontais” (SANTOS, 1996, p. 149).

Dessa estruturação das densidades, o que temos como resultado é a existência de “lugares mais ou menos dirigidos ao presente e outros mais orientados ao futuro, aqueles onde a riqueza comunicacional é maior” (SANTOS, 1996, p. 149). Fica clara a importância da densidade comunicacional na busca de um futuro e de outra forma de assumirmos a globalização. Com a redefinição dos valores sociais e rumo ao futuro como ideia de projeto (não mais apenas como recurso), reconhecendo que “o lugar é a possibilidade do acontecer” (SANTOS, 1996, p. 149), vários futuros estão potencialmente colocados para as pessoas, e não apenas para aqueles grupos hegemônicos.

O estudo do lugar, sempre traz em seu bojo ainda mais uma questão, que é o cotidiano, ou como considerava Santos, “a quinta dimensão do espaço banal” (1996, p. 257), visto que a comunicação e a informação ocorrem em qualquer momento da vida social, temos um cotidiano acrescido de outras dimensões. O cotidiano é a quinta dimensão do espaço banal e, nas outras quatro dimensões, três são espaciais e a quarta temporal. A quarta dimensão (temporal), é exatamente o viver. Viver que se prende a cotidiano, este pessoal e intransferível é o reino da repetição e da alienação.

2. Produção Jornalística de Milton Santos

Cabe um repasse na produção jornalística de Milton Santos (SILVA e SILVA, 2004, p. 179-181), ao demonstrar a variedade de temas e assuntos que discorrem desde

o debate sobre a geografia, enquanto área de conhecimento científico até questões ligadas à Universidade, os transportes, desenvolvimento etc., da primeira fase de sua produção entre os anos de 1954-1962, que são cruciais para as teorias que futuramente desenvolveria sobre a geografia brasileira. Outro ponto a considerar é para a utilização da mídia impressa como veículo de difusão de reflexão para um público direcionado (como é o caso de um público universitário).

Os artigos são:

- SANTOS, Milton. O Papa e o Professorado. *A Tarde*. Salvador. 11/01/1954c.
_____. Américo Simas, o planejador. *A Tarde*. Salvador. 21/01/1954d.
_____. As Chuvas Artificiais. *A Tarde*. Salvador. 15/04/1954e. p. 3.
_____. A Geografia Fácil. *A Tarde*. Salvador. 29/04/1954f. p. 3.
_____. Os Vencimentos do Professorado. *A Tarde*. Salvador. 10/05/1954g.
_____. O Itinerário das Águas Belas. *A Tarde*. Salvador. 01/06/1954h.
_____. Definição Popular de Lusotropicalismo. *A Tarde*. Salvador. 10/06/1954i.
_____. A Forma do Território Baiano. *A Tarde*. Salvador. 22/06/1954j.
_____. O aniversário de Ilhéus. *A Tarde*. Salvador. 28/06/1954l.
_____. O Secretário e a Geografia. *A Tarde*. Salvador. 01/09/1954m. p. 3
_____. Comentário a 2 Mapas da Zona Cacaueira. *A Tarde*. Salvador. 22/10/1954 n. p. 3
_____. Fazendas de Cacau na Bahia. *A Tarde*. Salvador. 06/11/1954o.
_____. Assassinato de uma Cidade. *A Tarde*. Salvador. 18/03/1955b.
_____. Por que Tanto Francês? *A Tarde*. Salvador. 30/04/1955c. p. 3.
_____. A Salvação dos Rios. *A Tarde*. Salvador. 21/07/1955e. p. 3.
_____. Regularização do Clima. *A Tarde*. Salvador. 19/08/1955f. p. 3.
_____. As Estradas Correm para o Sul. *A Tarde*. Salvador. 13/10/1955g. p. 3.
_____. Despovoou-se o Recôncavo. *A Tarde*. Salvador. 26/10/1955h. p. 3.
_____. Salvador, cidade absorvente. *A Tarde*. Salvador. 08/05/1956b. p. 3.
_____. Dois assuntos e um Terceiro. *A Tarde*. Salvador. 01/08/1956c.
_____. Divisão Regional na Zona do Cacau. *A Tarde*. Salvador. 09/02/1956e.
_____. O Grande Erro. *A Tarde*. Salvador. 05/06/1956f. p. 4.
_____. Assunto para Discurso. *A Tarde*. Salvador. 20/06/1956g. p. 4.
_____. Indústrias na Zona Cacaueira. *A Tarde*. Salvador. 26/06/1956h. p. 4.
_____. Uma Grave Denúncia. *A Tarde*. Salvador. 05/07/1956i. p. 4.
_____. Questão de Fígado. *A Tarde*. Salvador. 23/07/1956j. p. 4.
_____. Cacau e Amendoim. *A Tarde*. Salvador. 29/09/1956l. p. 4.
_____. O Interesse do Cacau. *A Tarde*. Salvador. 27/10/1956m. p. 4.
_____. O Pirão e a Carne. *A Tarde*. Salvador. 24/11/1956n. p. 4.
_____. O Cacau e a Bahia. *A Tarde*. Salvador. 09/08/1957b.
_____. Os Transportes no Brasil. *A Tarde*. Salvador. 14/01/1957c.
_____. O Escorrego de Engenheiro Vasco Neto. *A Tarde*. Salvador. 22/04/1957d.
_____. Devemos Transferir a Capital da Bahia? *A Tarde*. Salvador. 03/09/1958c.
_____. Em Pleno Sudão. *A Tarde*. Salvador. 24/07/1958d.
_____. Dakar. *A Tarde*. Salvador. 15/07/1958e.
_____. Cacau, lá e cá. *A Tarde*. Salvador. 29/07/1958f.
_____. As Franjas do Deserto. *A Tarde*. Salvador. 01/08/1958g.
_____. Artigo do dia. *A Tarde*. Salvador. 02/04/1958h.
_____. Retalhos da França. *A Tarde*. Salvador. 03/04/1958i.

- _____. Mestre Simões Filho (Strasbourg). *A Tarde*. Salvador. 16/01/1958j. p. 4.
- _____. A Universidade – “Habeas Corpus” Preventivo. *A Tarde*. Salvador. 03/02/1958l.
- _____. O Grande Desconhecido. *A Tarde*. Salvador. 12/03/1958m. p. 4.
- _____. A Opinião Pública. *A Tarde*. Salvador. 25/02/1958n.
- _____. Política e Administração. *A Tarde*. Salvador. 14/04/1958o. p. 4.
- _____. A Nova Geografia. *A Tarde*. Salvador. 19/04/1958p.
- _____. Artigo do Dia. *A Tarde*. Salvador. 02/05/1958q.
- _____. Primavera em Paris. *A Tarde*. Salvador. 05/07/1958r.
- _____. O Perigo Doméstico. *A Tarde*. Salvador. 09/07/1958s. p.4.
- _____. Dakar. *A Tarde*. Salvador. 15/07/1958t.
- _____. Lisboa. *A Tarde*. Salvador. 19/07/1958u.
- _____. Em Pleno Sudão. *A Tarde*. Salvador. 24/07/1958v.
- _____. Cacau, lá e cá. *A Tarde*. Salvador. 29/07/1958x.
- _____. As Franjas do Deserto. *A Tarde*. Salvador. 01/08/1958z.
- _____. A Propósito dos Eleitores. *A Tarde*. Salvador. 29/10/1958. p. 4.
- _____. O Preço das Guerras. *A Tarde*. Salvador. 05/11/1958.
- _____. Bibliografia. *A Tarde*. Salvador. 13/11/1958.
- _____. Geografia do Trânsito. *A Tarde*. Salvador. 29/11/1958.
- _____. Vale a pena Crescer. *A Tarde*. Salvador. 16/12/1958.
- _____. Fazendeiros do Asfalto. *A Tarde*. Salvador. 07/01/1959g.
- _____. Visita a uma Revolução. *A Tarde*. Salvador. 20/04/1960f.
- _____. Dois Coelho, duas Cajadadas. *A Tarde*. Salvador. 09/04/1960g.
- _____. A Revolução Continua. *A Tarde*. Salvador. 14/04/1960h.
- _____. Contra Revolução. *A Tarde*. Salvador. 16/04/1960i.
- _____. Posição da Igreja. *A Tarde*. Salvador. 18/04/1960j.
- _____. Lições de Idealismo. *A Tarde*. Salvador. 19/04/1960l.
- _____. Os Fundamentos Históricos e Econômicos. *A Tarde*. Salvador. 13/04/1960m.
- _____. Os Jornais. *A Tarde*. Salvador. 20/04/1960n.
- _____. Antecedentes da Reforma Agrária. *A Tarde*. Salvador. 23/04/1960o. p. 5.
- _____. Dividindo as Terras. *A Tarde*. Salvador. 24/04/1960p. p. 5.
- _____. Os Objetivos da Reforma. *A Tarde*. Salvador. 26/04/1960q.
- _____. A Reforma Urbana. *A Tarde*. Salvador. 28/04/1960r.
- _____. Cuba e os EUA. *A Tarde*. Salvador. 20/04/1960s.
- _____. O discurso que não fiz. *A Tarde*. Salvador. 01/12/1961b. p. 5.
- _____. Liderança Vazia. *A Tarde*. Salvador. 19/12/1961c.
- _____. A Unidade Africana. *A Tarde*. Salvador. 08/02/1962d.
- _____. A Aliança do Cacau. *A Tarde*. Salvador. 22/02/1962e.
- _____. As Portas do Futuro. *A Tarde*. Salvador. 24/02/1962f.
- _____. Cartão Postal. *A Tarde*. Salvador. 27/02/1962g.
- _____. Nossos Irmãos Africanos. *A Tarde*. Salvador. 12/03/1962h.
- _____. Política e Políticos. *A Tarde*. Salvador. 26/03/1962i.

Ainda no tema do jornalismo, Santos tem um interessante artigo intitulado Classificação Funcional dos Jornais Brasileiros – As Regiões Jornalísticas, datado de 1955, quando apresentou no V Congresso Nacional de Jornalistas, de Belo Horizonte e publicado no Boletim da Associação Bahiana no ano seguinte. Atualmente, esse texto está disponível no site da Rede Alfredo de Carvalho (ALCAR). Nele, o referido autor

observa como se forma uma região jornalística.

Atualmente, poderíamos considerar a temática como pertencente, também, a Geografia da Comunicação com uma classificação regional, no mínimo curiosa, ao considerar que o conceito de região é um dos mais polêmicos, não só na geografia como no conjunto das ciências sociais.

A primeira questão apontada pelo geógrafo é um dado temporal importante nessa de mídia que é o curto prazo de 24 horas e “se o diário não alcança as regiões de circulação naquele prazo improrrogável é evidente que falhou à sua missão: e não tardará em perder substância e leitores para outros que possam empreendê-lo”. O resultado disso é a maior ou menor influência em sua área de ação: “O domínio da notícia é o mundo. Enquanto que o jornal tem o seu domínio limitado, atuando numa determinada área. É a região jornalística”.

De posse dessa categoria de análise, passa a discorrer sobre o funcionamento de quatro regiões jornalísticas no Brasil: “jornal nacional, ou supra-estadual, publicado na metrópole política ou mesmo econômica; o jornal estadual, editado via de regra na capital dos estados, centro das pulsações do organismo político e administrativo; o jornal regional; e o periódico local.”

Contudo, evitando cair no determinismo geográfico, indica que não podemos classificar um jornal apenas por sua localização, é um critério muito simples já que, nem todo jornal publicado no distrito Federal é um jornal nacional, “muitos são, apenas, estaduais, no sentido de que apenas circulam, validamente, nos limites do Distrito Federal, tomando a capital do país como exemplo”. Assim como outros serão apenas locais atendendo um a área restrita. Também, podemos encontrar nesse mesmo espaço, jornais provinciais que podem, em circunstâncias específicas, “alçar à categoria de jornais nacionais”.

Da mesma forma, quando nos deslocamos para São Paulo, vemos que existem jornais nacionais, os quais Santos descreve que o motivo para tanto “é o peso da tradição, servida por uma sábia e firme orientação no trato do interesse coletivo, que induz o leitor a procurar nessas folhas o roteiro de que necessita”. Por seu turno, os jornais estaduais atingem uma circulação interestadual graças ao fato de que “certas capitais não possuem densidade econômica ou demográfica bastante. Nesse caso os seus

diários devem ser classificados entre os regionais”.

Nesse caso, conclui suas reflexões indicando, entre cinco afirmações, que uma categoria não concorre com outra, devido ao fato de que a missão de cada um é distinta e “a concorrência se estabelece apenas entre jornais de igual categoria, ante a luta de um contra o outro pela conquista de uma área de expansão”.

3. Conclusão

As teorias propostas por Santos indicam caminhos interessantes e possíveis para o diálogo entre a comunicação e a geografia ou, diálogo geocomunicacional. A obra de Milton Santos é instigante e rica em reflexões que nos incitam a novas questões com a responsabilidade de um aprofundamento interdisciplinar. Podemos verificar que as duas ciências buscaram responder, em momentos históricos ou momentos técnicos específicos, às grandes questões de seu tempo. Entre elas, o problema da definição e da importância do espaço.

Tanto no aspecto material quanto no conceitual, tomou-se o espaço (e suas subcategorias como região, lugar) como ponto em comum entre as áreas, pois, embora este se constitua o objeto de estudo, por excelência da Geografia, reconheceu-se, também, sua forte relação com a Comunicação. Admitiu-se que, em síntese, Geografia é espaço, tempo e movimento. A Comunicação, por sua vez, graças às modernas tecnologias, tem a capacidade de encurtar o espaço, acelerar o tempo e otimizar o movimento. Acredita-se que isso corrobore a indissociável relação entre aquelas disciplinas.

Enquanto áreas científicas oficiais, Geografia e Comunicação são relativamente novas. Em certo sentido – uma vez que as manifestações que caracterizam cada uma sempre existiram – reconhece-se que ambas, de alguma forma, sempre estiveram presentes. Em relação a cada uma delas, tomou-se um aspecto como ponto de partida. Do lado da Geografia, a teoria sócio espacial de Milton Santos, que propõe o espaço – mais que meramente um suporte geográfico – uma instância social ativa. Quanto à Comunicação, tomou-se a mídia como fator a impactar sobremaneira o quadro político-econômico e sociocultural.

Quando a sociedade capitalista busca novas formas de acumulação, revertendo

seu modo rígido e ordenado de produção e reprodução, tornando-se mais flexível, a comunicação encontra na geografia uma forte aliada na tarefa de compreender o mundo que se abre.

Evidentemente que teorias do momento monopolista do capital, como por exemplo, a que chamamos de Teoria Crítica, auxiliam no entendimento das produções que ainda estão baseadas nesse modelo de sociedade, já que a distribuição capitalista é desigual pelo planeta. Não são todos os espaços que estão na mesma temporalidade. Assim, apesar de datadas, as teorias ainda respondem às interrogações que a realidade faz ao pesquisador que busca responder ao presente propondo, projetando o futuro. Dessa forma, podemos, com Milton Santos, apresentar questões que, embasadas em seu pensamento, se mostram como tendências abertas à comunicação nesta segunda década do século XXI.

Referências

- CORDOVIL, C. **Milton Santos: Pensamento de combate**. Disponível em http://www.nossosaopaulo.com.br/Reg_SP/Educacao/MiltonSantos.htm, 1997. Acesso em 02.03.2012.
- RIBEIRO, W. C. "Milton Santos: aspectos de sua vida e obra". In: **El ciudadano, la globalización y la geografía. Homenaje a Milton Santos**. Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Universidad de Barcelona, vol. VI, núm. 124, 30 de septiembre de 2002. Disponível em <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-124.htm>. Acesso em 14.08.2012.
- SANTOS, M. **Por uma geografia nova. Da crítica da Geografia a uma Geografia crítica**. São Paulo: HUCITEC, 1978.
- _____. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.
- _____. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: HUCITEC, 1988.
- _____. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: HUCITEC, 1994.
- _____. **A natureza do espaço. Espaço Tempo Razão Emoção**. São Paulo: HUCITEC, 1996.
- _____. **Por uma outra Globalização. Do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- _____. SANTOS, M. **O país Distorcido**. São Paulo: PubliFolha, 2002.
- _____. SANTOS, M. Classificação funcional dos jornais brasileiros – as regiões jornalísticas. Disponível em Rede ALCAR
- http://www2.metodista.br/unesco/rede_alcar/rede_alcar_83/serie_imprensa.htm. Acesso em 20.06.2013.
- SANTOS, M. & SILVEIRA, M. L. **Brasil: Território e Sociedade no Início do século 21**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- SILVA, F.S. & SILVA, M.A. Uma leitura de Milton Santos (1948-1964). **Geosul**, Florianópolis, v. 19, n.º. 37, p. 157-189, jan./jun. 2004.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação

XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013

SANTOS, M. **Espaço, mundo globalizado, pós-modernidade IN Milton Santos, Encontros. A arte da Entrevista.** Organização Maria Angela P. Leite. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2007.

SOUZA, M. A. (org.). **O mundo do cidadão: um cidadão do mundo.** São Paulo: HUCITEC, 1996.

TENDLER, S. **Encontro com Milton Santos ou o mundo global visto do lado de cá.** Rio de Janeiro: Caliban Produções, 2006, DVD (89 min), son., color.