

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO - *Uma nova era na comunicação* /9

CAPÍTULO 1

A comunicação no coração da modernidade /31

UM DEBATE TEÓRICO FUNDAMENTAL /31

A VALSA DOS MODISMOS E DAS REVOLUÇÕES /33

UMA ANTIGA DESCONFIANÇA EM RELAÇÃO À COMUNICAÇÃO /37

O ESTATUTO DA IMAGEM /43

DISCURSOS INFLAMADOS E SILÊNCIO TEÓRICO /46

DEZ RAZÕES PARA NÃO QUERER SABER MAIS /50

CAPÍTULO 2

Mídias generalistas e grande público /62

TELEVISÃO GENERALISTA: UMA VITÓRIA SEM LEGITIMIDADE /62

O VALOR DA LÓGICA DA OFERTA /66

PARA QUE SERVE A TELEVISÃO? /71

UM MANIFESTO /75

CAPÍTULO 3

As novas tecnologias, o indivíduo e a sociedade /84

OS TRUNFOS DAS NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO /84

O CONTEÚDO DA WEB /91

Oferta e demanda de informação /93

Renascimento das desigualdades /96

INFORMAÇÃO, EXPRESSÃO, COMUNICAÇÃO /97

Um sistema de informação não é sempre uma mídia /98

O INDIVÍDUO FACE ÀS NOVAS MÍDIAS /104

As solidões interativas /104

A vivência do tempo /104

A impossível transparência /106

As distâncias intransponíveis /107

AS NOVAS MÍDIAS ENTRE O COMÉRCIO E A DEMOCRACIA /108

CAPÍTULO 4

Para acabar com a guerra das mídias /119

AS QUESTÕES COMUNS /121

OS DESAFIOS ESPECÍFICOS DAS MÍDIAS DE MASSA /128

OS DESAFIOS ESPECÍFICOS DAS NOVAS TECNOLOGIAS /134

PENSAR A COMUNICAÇÃO /142

CAPÍTULO 5

O deserto europeu da comunicação /156

A PERDA DE RUMO DA IDEOLOGIA TECNOLÓGICA /158

CONSTRUIR A EUROPA /163

As tradições culturais /164

Um espaço comum: espaço público, espaço político /167

IDENTIDADE, NAÇÃO, TERRITÓRIO /173

História e modernidade /177

CONCLUSÃO /185

GLOSSÁRIO /205