



As Contradições da Comunicação e da Educação nos Tempos da Crise da Verdade¹

Rhamayana Barros Barreto²

Marco André Feldman Schneider³

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

Resumo

Este *paper* pretende discutir as instituições da educação e da comunicação na contemporaneidade como ferramentas de hegemonia ideológica e espaços de disputa de poder. Aponta também a contradição entre o potencial emancipador da mídia e da escola e suas relações mercadológicas. Iremos ainda situar a escola e os meios de comunicação na atual época da crise da verdade, refletindo sobre a influência que ambos exercem sobre a crise, reforçando-a ou combatendo-a. A metodologia utilizada neste *paper* foi a pesquisa teórica.

Palavras-chave

Comunicação, Educação, Democracia, Hegemonia, Emancipação

Se originalmente o sentido da palavra democracia está ligado ao poder de decisão e participação popular, hoje, ele não é o mesmo. Habermas (1984) explica que a democracia atual é diferente do modelo de democracia que se praticava na Grécia Antiga e é diferente até da democracia idealizada pela Revolução Burguesa. E a diferença está na noção de esfera pública que, segundo Habermas, é o meio para se alcançar uma formação discursiva da opinião e da vontade coletivas. Esse meio mudou; mais que isso, para Habermas, ele está em crise. Se antes se usava o argumento e a

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Jr – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XVII Intercom Sudeste – Ouro Preto, MG – 28 a 30 de junho 2012

²Estudante de Graduação 7º. semestre do curso de Jornalismo da UFAL, e-mail: rhamayanabarreto@gmail.com

³Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFF.



discutibilidade⁴ na comunicação pública para se chegar à opinião coletiva, com a crise da esfera pública a discursividade é suficiente para conseguir a adesão do público. “Segundo Habermas, tratava-se de discussão, trata-se de sedução, tratava-se de crítica, agora, de manipulação” (GOMES, 2008, p. 49).

Embora exista a ilusão de que a esfera pública moderna estaria mantida na nossa sociedade, ela deixa de existir como tal e conserva-se apenas na aparência de uma *pseudo-esfera pública*, encenada, fictícia, cuja característica maior parece consistir em ser dominada pela comunicação e pela cultura de massas (GOMES, 2008, p. 46). A crise da esfera pública coincide com a crise da verdade e elas estão muito ligadas à evolução do capitalismo e às acirradas disputas por poder e dominação, além de sofrer influência da revolução nas tecnologias da informação e comunicação.

O real, hoje, é permeado pelo virtual. As informações, chegadas até nós através da mídia, ganham o imaginário social, se legitimam como verdade, muitas vezes, sem comprovação. Somos seduzidos pelas “verdades”, não convencidos dialogicamente, argumentativamente, racionalmente. Por trás dos produtos e informações midiáticos, está o interesse privado de empresas e organizações. Nessa pós-modernidade capitalista, o interesse privado tem tomado o lugar do interesse coletivo, o particular se legitima como universal e acaba se tornando cada vez mais difícil perceber a realidade como ela é, com suas contradições e dissensos.

Contradições não faltam a essa sociedade do consumo, contradições, desigualdades e conflitos que são silenciados e minimizados pelas superestruturas ideológicas através do consenso. Esse consenso, segundo Habermas, não é alcançado por meio da discussão, da acessibilidade de todos aos argumentos e ao poder de argumentar. Ele é alcançado pelo apelo, pelo espetáculo, pelo que é publicizado. O espetáculo sobre o qual teorizou Guy Debord (1997) é, hoje, uma das mais efetivas formas de sedução utilizada pela mídia. Falaremos adiante dessa espetacularização da mídia e de várias características que ela tem apresentado a partir da influência do mercado e das “leis” capitalistas.

Para que uma sociedade seja de fato democrática (no sentido do poder popular) é importante que o homem se reconheça sujeito histórico e transformador da realidade, sabendo ler o mundo de forma crítica, participando e intervindo política e socialmente. A participação é a base da democracia, mas participar requer igualdade, entendimento,

⁴A discutibilidade era a forma de se chegar à opinião coletiva a partir de debates e discussões, nos quais todos tinham o direito de argumentar. Já a discursividade é uma nova forma de criar a opinião e a vontade coletiva através do apelo, do convencimento, da sedução. A discursividade atua como a publicidade.



acesso a informações, interesse político, inserção. Instituições, como a escola e a imprensa, deveriam ajudar a viabilizar esses requisitos. Deveriam conscientizar os indivíduos dos seus direitos fundamentais e deveres, contextualizá-los historicamente, fazê-los entender e modificar a realidade e perceber-se enquanto cidadãos.

No entanto, elas parecem não estar cumprindo bem a função. Pois, será que grande parte dos cidadãos brasileiros são participativos, críticos e cientes da sua condição social, da sua história, das suas capacidades, dos direitos e deveres? A principal manifestação de participação e decisão popular na democracia brasileira é o voto que elege os representantes políticos que irão decidir e agir pela população. E a forma como essa participação mínima (o voto) tem acontecido, responde, em parte, a pergunta. É comum que políticos se elejam muito mais pela imagem que pelo programa que defendem, por isso, temos parlamentares que já eram figuras públicas antes do envolvimento com a política, como o jogador de futebol Romário, o comediante Tiririca, entre outros famosos. Não questiono aqui a capacidade dos famosos em exercer cargos políticos, o questionamento é sobre os critérios usados pelos eleitores para escolhê-los. Esses critérios revelariam o grau de interesse, reflexão e crítica da população sobre assuntos de interesse público.

A grande contradição que queremos apontar aqui é justamente sobre o papel das instituições da educação e da comunicação. Sobre como elas deveriam servir para melhorar algumas questões da sociedade como a democracia e, no entanto, têm servido aos interesses dominantes de forma, muitas vezes, não democratizante, construindo e legitimando “verdades”, escondendo e minimizando diferenças e tensões que deveriam ser percebidas, encaradas e compreendidas pela sociedade. É interessante perceber o que esses dois campos do conhecimento têm em comum, que contradições enfrentam e como se relacionam.

Segundo Paulo Freire (1987), não há educação sem comunicação e a própria comunicação, de certa maneira, é educativa. Esta relação entre elas é fundamental, uma perpassa pela outra. Outra coisa em comum é o caráter dialógico que elas têm. No entanto, ao invés de explorar ao máximo esse caráter que é tão horizontal na troca de conhecimento, a mídia e a escola mercantilizadas ou bancárias, como titulóu Freire, agem de forma vertical e, às vezes, não dialógica. Outro aspecto que elas compartilham é o potencial emancipador do homem através do acesso ao conhecimento, através da reflexão, que é também um potencial transformador. Porém, assim como o diálogo tem perdido força nas instituições educativas e grandes meios de comunicação, a crítica, a



reflexão, a emancipação humana também não têm sido prioridade. Falamos da crise da esfera pública anteriormente para poder falar da crise da mídia e da escola, pois todas estão englobadas no mesmo contexto, todas são consequência do capitalismo neoliberal e das disputas ideológico culturais pelo poder.

Gaudêncio Frigotto explica que a disputa hegemônica se dá “na perspectiva de articular concepções, a organização dos processos e dos conteúdos educativos na escola e, mais amplamente, nas diferentes esferas da vida social, aos interesses de classe” (FRIGOTTO, 1996, p. 25). Segundo o americano Michael W. Apple, “o sistema cultural e educacional é um elemento excepcionalmente importante na manutenção das relações existentes de dominação e exploração nessas sociedades (capitalistas)” (APPLE, 1989, p. 26). Ele diz ainda que nossas instituições educacionais não são instrumentos de democracia e igualdade que muitos de nós gostaríamos que fossem por acabarem reproduzindo a ordem social estratificada que continua sendo iníqua em termos de classe, gênero e raça. Isso também se aplica aos meios de comunicação, pois, como Dênis de Moraes explica, com base nas ideias de Gramsci, na sociedade civil existem aparelhos privados (relativamente autônomos do Estado) de hegemonia. Eles congregam a imprensa, os partidos políticos, os sindicatos, as associações, os movimentos sociais, a escola e a Igreja e buscam consolidar apoios na sociedade civil, seja para manter a dominação, seja para contrariar seus pressupostos (MORAES, 2010, p. 59).

As reflexões acerca da disputa de poder na escola e na mídia nos levam a pensar que as duas instituições sociais tidas como emancipadoras acabam por se enquadrar numa mesma categoria de agentes da hegemonia, exercendo função contrária à de tornar a sociedade mais democrática. No entanto, é simplista pensar que essas instituições vão ser sempre reprodutoras e mantenedoras da ordem social e da ideologia dominantes. Principalmente, porque elas se referenciam na sociedade e a sociedade é palco de dissonâncias e conflitos que servem “ora para reforçar o exercício da hegemonia, ora para enfraquecer consensos firmados” (IBDEM, p. 58/59).

Comunicação mercadológica

Falamos em crise da verdade e agora vamos entender como a grande mídia capitalista interfere nessa crise. Perseu Abramo afirmou que a manipulação da



informação é uma das principais características do jornalismo no Brasil, praticado pela maioria da grande Imprensa e que

o principal efeito dessa manipulação é que os órgãos de imprensa não refletem a realidade. A maior parte do material que a Imprensa oferece ao público tem algum tipo de relação com a realidade. Mas essa relação é indireta. É uma referência indireta à realidade, mas que distorce a realidade. Tudo se passa como se a Imprensa se referisse à realidade apenas para apresentar outra realidade, irreal, que é a contrafação da realidade real. É uma realidade artificial, não-real, irreal, criada e desenvolvida pela Imprensa e apresentada no lugar da realidade real. A relação que existe entre a Imprensa e a realidade é parecida com a que existe entre um espelho deformado e um objeto que ele aparentemente reflete: a imagem do espelho tem algo a ver com o objeto, mas não só não é o objeto como também não é a sua imagem: é a imagem de outro objeto que não corresponde ao objeto real (ABRAMO, 1988, p. 1)

Esse trecho revela a força dos grandes meios de comunicação sobre o que acreditamos ser verdade. Mostra como a mídia é responsável por vivermos e acreditarmos no irreal, pois a manipulação da informação é também a manipulação da realidade. E a mídia faz isso sem que maior parte da população se dê conta, pois não sabe como funciona o processo de geração da notícia, não entende quais forças e quais interesses estão por trás dos veículos de informação. Tamanha é a confiança e a credibilidade que muitas pessoas depositam no meio de comunicação, que elas não desconfiam da veracidade da informação e não buscam outras fontes.

Abramo vai explicar que os meios de comunicação manipulam a informação através de padrões como o da ocultação, da fragmentação, da inversão e da indução. A ocultação da informação é quando a imprensa omite um fato ou informações do fato. Se um fato real é ignorado pelos meios de comunicação, ele deixa de “existir”, da mesma forma que um fato inventado, se divulgado pela mídia, existe. Sobre o padrão da fragmentação, Abramo diz que é uma característica da grande mídia apresentar ao público a realidade sem evidenciar suas estruturas, suas interconexões, suas causas, suas dinâmicas. Ou seja, um fato, muitas vezes, é apresentado de forma superficial, fragmentada, descontextualizada, o que não torna possível percebê-lo na essência, perceber, por exemplo, a raiz de um dado problema. O padrão da inversão é aquele que ordena as partes, que dá ou tira a importância do fato. “A indução se manifesta pelo reordenamento ou recontextualização dos fragmentos da realidade, pelo subtexto – aquilo que é dito sem ser falado – da diagramação e da programação, das manchetes, notícias e comentários, sons e imagens [...]” (ABRAMO, 1988, p. 6).



Temos, hoje, a popularização de um jornalismo superficial que veicula um grande volume de notícias rasas sem conduzir o público a refletir sobre elas, um jornalismo espetacular que apela para o emocional, que abusa do sensacionalismo, um jornalismo que distorce a realidade. Claro que a própria rotina produtiva pode acarretar erros que se enquadrem nos padrões apontados por Abramo, mas pequenos erros que comprometem a legitimidade do fato e que não acontecem sempre não é o que nos faz viver na irrealidade. O que compromete a realidade que vivemos é quando esses padrões são usados, planejadamente, pelos meios de comunicação com o claro interesse de manipular a realidade e manter a hegemonia política e ideológica sobre as classes dominadas. Dênis de Moraes afirma:

Os meios de comunicação elaboram e divulgam equivalentes simbólicos de uma formação social já constituída e possuidora de significado relativamente autônomo. Na essência, o discurso midiático se propõe a determinar a interpretação dos fatos por intermédio de signos fixos e constantes que tentam proteger de contradições aquilo que está dado e aparece como representação do real, como verdade (MORAES, 2009, p.45).

No Brasil, país tão extenso e cheio de pluralidades, os meios de comunicação são altamente concentrados, alguns meios pertencem a políticos e algumas organizações detêm monopólios de TV, rádio, web e impresso, como é o caso das organizações Globo e Arnon de Mello em Alagoas. A comunicação no Brasil não é democrática e plural como deveria ser. O público é uma espécie de cliente, a quem se pretende convencer e o qual intervém pouco ou quase nada na programação, no conteúdo da mídia. Ao contrário do conceito de comunicação, a mídia não é dialógica como deveria ser, não há muita resposta do público, pois o mesmo funciona como o receptor da mensagem, quase não interage com a mídia e, raramente, produz conteúdo.

A ideia de que a mídia funciona como um instrumento de democratização na sociedade, hoje, é uma ilusão. É como ela deveria ser, não fossem as leis do mercado, os interesses privados, a disputa pelo poder. Vamos observar que as instituições da educação formal também têm enfrentado as mesmas questões e contradições que a mídia no atual contexto econômico, cultural, social.

Educação mercadológica



É preciso desmitificar a ideia de que a educação em si é a esperança de mobilidade social e um meio de diminuir a desigualdade. No atual modelo socioeconômico brasileiro, mesmo que a educação esteja em expansão, a mobilidade social encontra grandes barreiras, pois os jovens provenientes de famílias de origem social mais elevada e que tenham vantagens políticas, econômicas e sociais terão mais capacidade de obter mais e melhor educação e oportunidade do que os jovens de origens mais modestas, conforme aponta Levin (1984), em um artigo intitulado precisamente “Educação e desigualdade no Brasil: uma visão geral”. Enquanto o rico põe o filho numa escola particular, o pobre é relegado às escolas públicas. Isto, além de proporcionar uma diferença na qualidade da educação em favor das crianças de origem social mais privilegiada, mina o apoio político às escolas públicas. Como os ricos não necessitam dos serviços destas escolas, eles podem tolerar sua baixa qualidade (LEVIN, 1984, p. 30).

Levin escreveu esse artigo na década de 1980, mas suas palavras revelam muito do quadro atual da educação no Brasil. O fortalecimento das redes de ensino particulares é cada vez maior, do ensino básico ao superior. As redes públicas, por outro lado, estão mais precárias e desvalorizadas. Há muitas escolas públicas onde falta estrutura, professores, materiais, merenda. Quanto às universidades públicas, embora vivam um período de expansão, em quantidade de vagas e mesmo de universidades, isso, em si, não representa qualidade, nem ainda democratização do acesso. A educação particular e, em certa medida, a pública está mais técnica e específica e o objetivo parece ser claro: a profissionalização. Desde muito cedo os estudantes devem se preparar para alcançar uma vaga na universidade que lhe garanta uma vaga no mercado de trabalho competitivo. Enéias Borges Dias fala, em seu artigo, sobre uma teoria educacional denominada por Saviani (1984) como “pedagogia tecnicista” que

procurou planejar a educação de modo a dotá-la de uma organização racional capaz de minimizar as interferências subjetivas que pudessem por em risco sua eficiência. Entretanto, para por em prática esses ideais, era preciso operacionalizar os objetivos e, pelo menos em certos aspectos, mecanizar o processo (DIAS, 2004, p. 3).

A precarização da escola pública e a mecanização ou tecnicismo da pedagogia das escolas particulares, que mais se preocupam em fazer com que os alunos aprendam a fórmula de passar no vestibular, têm afastado cada vez mais a escola do seu papel cidadão, humanizador. Na educação bancária, o tempo não pode ser desperdiçado em atividades lúdicas, críticas, reflexivas, pois o conteúdo extenso do vestibular deve ser



transmitido no prazo mínimo. Dessa maneira, a capacidade de memorização dos conteúdos é desenvolvida, assim como o raciocínio lógico e matemático, mas as capacidades críticas ficam cada vez mais em segundo plano, o que favorece a manutenção da estrutura econômica e social em vigor, já que as capacidades críticas podem servir para desafiar e ameaçar o capital.

A educação está tão mercadológica que muitas pessoas avaliam a qualidade da escola em números: o índice de aprovação no vestibular. A lógica é preparar o estudante para a prova que o fará ingressar na universidade, a qual o preparará para o mercado de trabalho, ou seja, por essa lógica, a educação forma profissionais, não, necessariamente, cidadãos. O diálogo, o compartilhamento de saberes e a participação ativa e frequente dos educandos perdem espaço para a transmissão vertical do conhecimento, focada e objetiva.

Diante disso o questionamento a se fazer é: é essa a educação que forma cidadãos e contribui para uma democracia mais participativa? A formação educacional humana fundamentada nos valores, no desenvolvimento das capacidades intelectuais, críticas e subjetivas não é essa que tem como meta a aprovação no vestibular. O acesso à universidade deve ser consequência de uma boa formação, não objetivo dela. Sobre a educação mercadológica, Gaudêncio Frigotto diz:

O sujeito dos processos educativos aqui é o homem e suas múltiplas e históricas necessidades (materiais, biológicas, psíquicas, afetivas, estéticas, lúdicas). A luta é justamente para que a qualificação humana não seja subordinada às leis do mercado e à sua adaptabilidade e funcionalidade, seja sob a forma de adestramento e treinamento estreito da imagem do *mono* domesticável dos esquemas tayloristas, seja na forma da polivalência e formação abstrata, formação geral ou policognição reclamadas pelos modernos *homens de negócio* (Veblen, 1918) e os organismos que os representam. (FRIGOTTO, 1996, p. 31)

São essas necessidades mencionadas por Frigotto que, se atendidas, desenvolvem as capacidades humanas e fazem o homem se localizar no mundo e na história; intervir naquilo que lhe atinge direta ou indiretamente; cobrar do Estado e fiscalizá-lo; exigir seus direitos; perceber as forças que agem sobre ele; ser menos lesado; menos manipulado; ter poder de decisão e de transformação; entre outras coisas. O problema é que a interferência da escola e da grande mídia na qualificação humana está subordinada às leis do mercado, pois essas instituições estão, em grande medida, subordinadas ao capital.



A escola e a universidade não são enxergadas como um lugar de construção conjunta do saber e, quando eu digo conjunta, eu me refiro a participação dos educandos na construção e no compartilhamento das ideias, como propôs Paulo Freire (1987). A escola e da universidade deveriam ser palco de debates e discussões horizontais. No entanto, no modelo da educação bancária, enquanto o professor é o detentor do saber e o emissor, o aluno, que recebe esse saber como um objeto, como algo prático que ele precisa obter, é o receptor. Assim, “verdades” são transmitidas na escola e raramente contestadas.

O conteúdo transmitido nas escolas, porém, são verdades contestáveis, assim como as verdades midiáticas. Sofrem também fragmentação, ocultamento, ordenamento. Todo e qualquer conhecimento deve ser refletido, criticado, antes de ser absorvido. As práticas educacionais mercadológicas que fazem os estudantes aprenderem e decorarem assuntos que serão testados, sem tempo e espaço para reflexão e debates críticos, ajuda a legitimar e naturalizar ideias, conceitos, pensamentos que não são, necessariamente, “naturais”.

Na educação, a pressa, a objetividade, a sobrecarga de ideias não esmiuçadas são falhas que prejudicam as capacidades do homem de se encontrar, de se perceber, de perceber o mundo, o presente, o passado e até de poder antever, de alguma forma, o futuro. Já são tão prejudiciais essas características na educação que a presença desses mesmos elementos nos meios de comunicação gera um impacto social ainda maior. A combinação da força do mercado nessas duas importantes instâncias da sociedade causa uma espécie de déficit humano.

Considerações Finais

Fica claro que essas instituições não colaboram para o avanço da democracia e essa democracia da falsa liberdade, da falsa participação e da falsa decisão naturaliza-se, assim, como se naturaliza a própria falsa realidade.

Existem teóricos que, ao analisar a convergência entre comunicação e educação, tanto a partir do que são quanto do que deveriam ou poderiam ser, acreditam que a apropriação das tecnologias da informação e da comunicação (TICs) na educação é uma das melhores formas de otimizar as várias possibilidades que ambas oferecem. É como se a apropriação das TICs pela educação fosse mais um encontro dos dois campos que maximiza o seu rendimento. Porém, há outro encontro que deve ser simultâneo a



esse: o da educação para a mídia, ou seja, o uso da educação para entender, refletir sobre, criticar e enxergar processos, políticas e meios de comunicação.

Educar para a mídia deve acontecer simultaneamente à apropriação, porque se apropriar por se apropriar das tecnologias não vai conduzir o indivíduo ao entendimento do todo, vai limitá-lo à parte. E o que é pior: essa limitação ao uso das tecnologias, como uma parte do processo, se dará pelas vias da reprodução, pois as escolas, ao incorporarem as TICs em suas rotinas sem passar por um momento de reflexão e educação para a mídia, acabam por reproduzir práticas jornalísticas e midiáticas, as quais estão habituados a observar nos grandes meios de comunicação. Logo, o puro e simples uso das TICs no ambiente escolar não representa uma forma de contra-hegemonia educacional. A apropriação consciente das tecnologias, a partir da educação do olhar para a mídia, sim, é uma manifestação contra-hegemônica de comunicação educativa e educação comunicativa, pois, antes de tudo, alicerça-se no diálogo. E Freire (1987, p. 83) colocou muito bem que “somente o diálogo, que implica um pensar crítico, é capaz, também, de gerá-lo. Sem ele, não há comunicação e sem esta não há verdadeira educação”.

A educação para uma leitura crítica da mídia e o uso das ferramentas e meios de comunicação na escola têm um caráter conscientizador, podem fazer com que os jovens entendam melhor a mídia e o próprio mundo. No entanto, na lógica do mercado e da ideologia dominante isso não é interessante. A escola e a mídia pós-modernas compartilham muitas contradições. E nestes atuais tempos de crise, em que o homem precisa de ferramentas e iniciativas como as citadas, que o ajudem a enxergar, a se encontrar, se localizar no tempo, no espaço e na história, os meios de comunicação e a escola tanto deixam de fazer isso, quanto fazem o contrário, mergulham-no no simulacro, no não lugar, no não real. O poder emancipador e transformador dos dois fica adormecido, o potencial não é utilizado, Como consequência, ficamos menos críticos, menos participativos, menos sujeitos que decidem, que mudam, que interferem.

Referências

ABRAMO, Perseu. Significado Político da Manipulação na Grande Imprensa. In: **Padrões de Manipulação na Grande Imprensa**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

APPLE, Michael W. **Educação e Poder**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1989.



BARBERO, M. Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIAS, Enéias Borges . **Revista Escola Nova (1930-1931): um estudo sobre o tecnicismo e educação**. In: VII Jornada do HISTEDBR, 2007. Campo Grande. Disponível em: <http://www.histedbr.fae.unicamp.br/acer_histedbr/jornada/jornada7/_GT1%20PDF/REVISTA%20ESCOLA%20NOVA%20_1930-1931_%20UM%20ESTUDO%20SOBRE%20O%20TECNICISMO%20E.pdf> acesso em março de 2012.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17ª. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FRIGOTTO, Gaudencio . **Educação e crise do capitalismo real**. 8ª. ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2006.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. **Comunicação e Democracia - Problemas e perspectivas**. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2008.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Trad. F. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

L E V IN, Henry M. et alii. **Educação e desigualdade no Brasil**. Petrópolis, Vozes, 1984.

MORAES, Dênis de. Imaginário Social, hegemonia cultural e comunicação. In: MORAES, Dênis de, **A Batalha da Mídia**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.