



INTERVENÇÕES FOLKCOMUNICACIONAIS EM GRAFITES: *Muro da Faneco*, um estudo de caso na cidade de Bauru¹

Henrique Perazzi de Aquino²
Daira Martins Botelho³
Maria Cristina Gobbi⁴

Resumo:

A partir de uma breve revisão bibliográfica, o presente artigo coloca em cena um espaço de intervenção sociocultural e político reconhecido na cidade de Bauru. O *Muro da Faneco* é grafitado com escritos, cujas mensagens convidam para reflexões à luz de referenciais teóricos da Folkcomunicação. O foco da interlocução se dá com aplicação de ferramentas metodológicas em campo, incluindo entrevistas, coleta e produção de material iconográfico/imagético. Um dos objetivos é o de ampliar e propor desdobramentos possíveis tomando como princípio uma ação invisível perante a mídia considerada oficial diante de possibilidades concretas que se impõem a guisa de uma possível *comunicação dos marginalizados*. Os resultados apontam que mais do que um espaço de manifestação folk, o *Muro* se tornou um local de comunicação.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Expressão sociocultural urbana; Intervenções em políticas na Comunicação.

Introdução

Partindo de uma lógica globalizante da informação em um mundo cercado pela tecnologia, que avança cada vez mais para que se atinja uma simbiose entre comunidade e aparelhos, há uma consequentemente idealização de evolução dentro de padrões pré-estabelecidos nas sociedades midiáticas. Trata-se do proposto pela globalização e pelas lógicas que regem a sociedade, principalmente a da informação. Neste contexto, emerge a comunicação dos marginalizados, daqueles que não se veem retratados pelas

¹Trabalho apresentado no GT 2: Morfologia da Folkcomunicação: Gêneros e Formatos, da XVII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada na Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), em Cuiabá, Mato Grosso, Brasil, de 10 a 12 de junho de 2015.

²Mestrando em Comunicação na Universidade Estadual Paulista – UNESP. e-mail: mafuadohpa@gmail.com.

³Doutoranda em Comunicação na Universidade Estadual Paulista – UNESP. e-mail: dairarmb@yahoo.com.br.

⁴Professora Adjunta Doutora na Universidade Estadual Paulista – UNESP. e-mail: mcgobbi@terra.com.br.



grandes mídias e que fazem a comunicação do seu jeito e com eficiência e coerência que considera princípios da comunidade e da sociedade. “Por isso, sem poder decisório, excluídos de uma participação ativa no processo civilizatório, em uma palavra: *marginalizados*.” (BELTRÃO, 1980, p. 2).

Há quase dez anos, Maria Inês Faneco faz do muro de sua casa uma intervenção folkcomunicação em seu bairro (Vila Falcão) inscrevendo mensagens que ecoam por Bauru, cidade do interior de São Paulo.

Nas teorias em Folkcomunicação, indicadas por Luiz Beltrão, são reconhecidas um ‘fazer em comunicação’ no *Muro da Faneco*, como o *espaço* é conhecido na cidade. Os resultados comunicacionais propostos pela protagonista-social podem ser analisados a partir de entrevistas e em registros fotográficos cedidos pela mesma e coletados na comunidade. Estes fazem parte de pesquisa em desenvolvimento intitulada *O Lado B de Bauru* que, com nuances e formatos específicos e locais, trata da *comunicação dos marginalizados*.

O artigo apresenta com recorte a trajetória de Maria Inês Faneco, com foco nas mensagens e repercussões do *Muro* com o objetivo de prover de visibilidade esta modalidade da Folkcomunicação. A metodologia exploratória, amparada por pesquisas de campo, revela com ferramentas de entrevistas, produção e coleta de registros imagéticos a riqueza das mensagens e as ocupações dialógica, cultural, social e política no espaço urbano.

Comunicação e os marginalizados

Os avanços tecnológicos chegaram a um ponto crucial na História e, inevitavelmente, se tornaram responsáveis por mudanças em muitos aspectos da vida cotidiana. Verificam-se consequências para os indivíduos, que viram o entorno modificar-se de maneira muito rápida, incluindo novas possibilidades para a construção de objetos materiais e também na forma de socialização e de comunicação.

Nesse contexto, a comunicação insere-se como fator de mudança na contemporaneidade, com destaque para as diferentes interações que passaram a ser possíveis de acordo com as evoluções tecnológicas e de pensamento. Muniz Sodré traduz esse “mundo das máquinas” como “[...] referências teórica e prática para o domínio da comunicação”. Sobretudo, devido ao fato de que “[...] as ciências da



comunicação e da informação debruçam-se sobre os avanços tecnológicos, e estes são rapidamente convertidos em tecnologias do conhecimento, dispositivos capazes de produzir e transmitir comunicação”. (SODRÉ, 2001, p. 8).

Mudanças a partir das máquinas foram intensificadas com a instauração do completo processo de globalização que, de acordo com Stuart Hall (2002), tem como um de seus pilares a compressão do espaço-tempo. Ou seja, o encurtamento das distâncias e a diferenciação no que tange ao tempo presente, passado e futuro. Esse período, aparentemente curto, passa a ter outra conotação e, conseqüentemente, um forte impacto na vida em sociedade, criando um novo entendimento do conceito e do uso do espaço-temporal. Não sabemos ainda se mais abrangente ou apenas determinado pelas regras igualitárias, que “aparentemente” oferecem, aos menos atentos, a nítida sensação de inclusão social, especialmente por aquelas ações que são representadas através de cenas cotidianas, em espaços de tráfego coletivo, como o caso de um muro, em uma residência. Ainda, segundo Sodré, “[...] abolem-se as distâncias de tempo e transformam-se os modelos de percepção do espaço sensível, que passam a ser representadas por efeitos de instantaneidade, globalidade e simultaneidade.” (SODRÉ, 2001, p. 22 – 23).

Tal globalidade e instantaneidade fazem com que acontecimentos estejam visíveis em segundos e que, também, sejam capazes de “durar” mais tempo quando veiculados não somente pelos suportes *formais* de notícias, mas igualmente e nos espaços sociais urbanos, pelas redes sociais, multiplicada por outros grupos de comunicação da esfera virtual.

Essa tecnologia da qual fala Sodré (2001), já havia sido citada por outros autores, dentre os quais Luiz Beltrão (1980), que também tratou do assunto referindo-se à busca de meios tecnológicos e científicos para garantir, de maneira concreta, o que foi idealizado como “integração dos sistemas”, capaz de abrigar não somente os meios e formatos dos processos de comunicação, mas os produtores e consumidores dessa produção.

Beltrão (1980) fez questão de frisar que quando se trata da importância da comunicação, as mudanças nas concepções das formas de divulgação da informação devem vir ao encontro das necessidades básicas de socialização e de democratização, enquanto oportunidade de negócio. Na década de 1980, o autor, tratando



especificamente de aspectos mercadológicos, manifesta a preocupação com os meios de massa ao se transformarem em empreendimentos economicamente rentáveis. Essa ideia é partilhada por Milton Santos (2001), que apresenta o conceito de “globalitarismo” como sinônimo para a globalização instaurada pelos países do norte. O pensamento reforça a ideia da informação como produto e propõe discussão acerca dos grandes conglomerados de comunicação. Trata do momento no qual a informação passa a ser uma arma potente para indicar – e, até mesmo, impor, sobretudo, modos de vida. Quem é informado se torna “[...] grande instrumento da grande finança, (...) de produção de novas formas totalitárias de vida, mas que manejada por pequenos grupos, de forma inteligente, produz exatamente o efeito oposto”. (SANTOS, 2006, p. 41)

Na visão de Beltrão (2004) está indicada a preocupação com os rumos da comunicação e a dificuldade de se pensar esse campo a partir da enormidade de grupos e das heterogeneidades que o sistema globalizado insiste em homogeneizar. O autor aponta para a complexidade de pensar a produção da comunicação em atos únicos e afiança que em uma “[...] sociedade composta de uma imensa variedade de grupos, que vivem separados uns dos outros pela heterogeneidade de cultura, diferença de origens étnicas e pela própria distância social e espacial” (BELTRÃO, 2004, p. 27), é fundamental incluir a sociedades com suas diferenças. Sobretudo, nas reflexões acerca do fato de que a mídia não tem um papel inocente e, assim como várias esferas da sociedade, possui seu poder centrado nas mãos de poucos. (SANTOS, 2006).

O movimento que vem ao encontro ao que está pré-estabelecido e coloca em cena a comunicação dos marginalizados proposta por Beltrão, pode ser comparada ao que Marilena Chauí chama de resistência. Esse conceito aproxima-se do que tem sido pesquisado no âmbito da Folkcomunicação, que pode ser classificada como “[...] difusa – como na irreverência do humor anônimo que percorre as ruas, nos ditos populares, nos grafites espalhados pelos muros das cidades – quanto localizada em ações coletivas ou grupais.” (CHAUI, 1986, p. 63).

José Marques de Melo (1991) corrobora o pensamento de Luiz Beltrão no sentido de conclamar todos para que voltem o olhar para as camadas populares da sociedade e enxerguem nelas a comunicação, ou seja, a Folkcomunicação produzida por esses grupos ou personagens que fazem com que exista outro caminho para a produção e difusão de diferentes formas de comunicação.



Diz o pesquisador:

Ao tomar a iniciativa de promover a pesquisa como uma tarefa indissociável do ensino, Luiz Beltrão inicia no Recife, no princípio da década de 60, uma descoberta daquelas facetas verdadeiramente nacionais da Comunicação praticada pelo nosso povo. E logo identifica a existência de uma rede popular de comunicação, mantida à margem ou eventualmente articulando-se com os sistemas convencionais de difusão de informações (rádio, jornal, televisão). (MARQUES DE MELO, 1991, p. 45 – 46)

Essa rede à qual se refere Marques de Melo é a força motriz da Folkcomunicação que, por meio de seus agentes e suas ações concretas dentro da comunidade e, eventualmente, aliadas ao poder midiático hegemônico garantem a produção de uma comunicação que não é excludente. Acima de tudo, é passível de reconhecimento por seus pares, e, por isso, consegue ser eficaz e realizar a comunicação de maneira completa e com ampla difusão.

Assim, as práticas em Folkcomunicação conferem legitimidade e potência a comunicação dentro de suas esferas sociais e reconhece a necessidade de dar voz aos grupos socialmente excluídos.

Uma resistência diária à massificação e ao nivelamento, eis o sentido das formas da cultura popular. Empobrecedora para a nossa cultura é a cisão com a cultura do povo: não enxergamos que ela nos dá agora lições de resistência como nos mais duros momentos da história da luta de classes. (BOSI, 2000, p. 23)

É nesse cenário de reconfiguração do espaço-temporal e de novas formas de socialização da vida cotidiana e dos processos comunicativos que encontramos Maria Inês Faneco e seu *Muro* comunicativo.



A protagonista-social Maria Inês Faneco

Figura 1: Foto de Maria Inês Faneco e o Muro Midiático.



Fonte: Acervo Pessoal, 2008.

A família Faneco é uma das tantas identidades (in)visíveis para muitos na cidade de Bauru, interior do Estado de São Paulo, porém com destaque na ampla região que inclui o bairro da Vila Falcão, onde sempre moraram. Poucos dos seus estiveram empregados nas ferrovias que cortavam a cidade durante o período de funcionamento e impulso do progresso econômico local. Somente o pai de Maria Inês foi ferroviário.

Maria Inês Faneco nasceu e foi criada numa residência num dos cantos do bairro, “um beco sem saída”, como diz. Toda a família sempre esteve envolvida com diversas atividades artísticas, sobretudo com o Carnaval bauruense. Alguns obtiveram fama com esse lado lúdico, marcante na região. A família sempre sobreviveu, financeiramente, buscando não estar atrelada a empregadores. Quase todos os membros atuam como autônomos em atividades de cabeleireiros, sapateiros, mantendo pequenos comércios, sem estarem sujeitos a regras e horários.

Faneco cresceu nessa região, predominantemente constituída de ferroviários e soube, como os seus, ir construindo sua vida. Solteira, cursou o ensino médio completo e daí por diante, até pelas dificuldades que teria em continuar os estudos, buscou outras formas de sustento. Tentou ser merendeira na Prefeitura Municipal, depois trabalhar em um restaurante e em um bar. Descobriu que o que gostava mesmo era de estar nas ruas.



Depois foi ser autônoma como camelô e, até o presente, pipoqueira. Nunca abandonou a residência dos pais, tendo cuidado do pai até seus últimos dias e hoje da mãe, acamada e necessitando de atenções especiais.

Transformou-se na responsável pela casa, onde também reside um irmão, tendo muitos parentes à sua volta. A casa é ampla, muito antiga e tem um quintal com árvores, modificado conforme as circunstâncias permitem, evidenciando o “aparente” grande salão de festas montado no cômodo que *dá para a rua*. O muro frontal funciona como um *outdoor* com duas funções. A primeira a de divulgar seus negócios e a segunda a de difundir mensagens e informações de cunho cultural e social.

Figura 2: Divulgação do trabalho no Muro.



Fonte: Material gráfico cedido pela protagonista-social Faneco, 2012.

O carrinho de pipoca é diferenciado na cidade e com a divulgação nas redes sociais, ampliou o atendimento, extrapolando a venda em pontos específicos ou de porta em porta. Leva o carrinho para dentro de eventos variados e, principalmente, para as portas de espaços culturais. Por exemplo: o Teatro Municipal que não possui cantina, Faneco está presente nos eventos ali realizados. Faz isso também em muitos outros espaços, tais como: campos de futebol, quadras poliesportivas, quermesses dentre outros. No maior parque público da cidade, o Vitória Régia, onde acontece ampla variedade de shows e eventos culturais e artísticos, o carrinho de pipoca da Faneco está sempre presente.

Foi pouco aos poucos se tornando uma figura popular, tanto por sua simpatia quanto por saber tratar bem o semelhante. Quando seu muro ganhou fama, soube dele tirar proveito e agregou um bordão pessoal que não abandona e faz uso em muitos



momentos: “Ai, como eu soffro”. Com esse bordão ampliou sua visibilidade e ganhou espaço inclusive na mídia local. O Jornal da Cidade, único jornal comercial impresso na cidade de Bauru, com tiragem de aproximados 20 mil exemplares diários, a adotou e em todas suas festas faz questão de contratar Faneco e seu carrinho de pipoca como uma espécie de amuleto.

O *Muro* virou uma espécie de extensão do seu negócio com as pipocas. A partir desse começaram a surgir outras possibilidades de práticas sociais voluntárias, todas incorporadas e realizadas com um desprendimento cheio de muito envolvimento e emoção. Faneco passou a encampar variadas ações cidade afora, como a distribuição de sopas em diversos bairros periféricos de Bauru e também arrecadação de donativos, distribuídos junto a um grupo que se autointitula *Esquadrão do Bem*.

Acompanhado do carrinho de pipoca, o *Muro* deu o impulso inicial para outros caminhos, inclusive de trabalho. Ampliou-se o leque de oportunidades. Nem ela imaginava tamanha visibilidade, em um curto espaço de tempo.

Ainda não ganhou dinheiro suficiente para alterar sua forma de vida ou mesmo conquistar algo muito diferente, como ela mesmo afirma. Demonstra tranquilidade e felicidade junto a um grupo de amigos, colaboradores, admiradores que aumentam a cada dia. É homossexual assumida e vive sem problemas ao lado de uma companheira de muitos anos. Percebe que a popularidade talvez seja um fator que evita discriminação por esta opção.

O Muro da Faneco

Em geral, as populações dos bairros periféricos encontram variadas formas para fazer chegar a sua mensagem para os grupos sociais homogêneos. Sejam esses autoridades, ou mesmo para os pares de sua própria comunidade. Em uma demonstração clara daquilo que Beltrão chamou de folkcomunicação.

Em que outro lugar, senão na periferia, podem ser visualizados placas e cartazes variados pregados em muros, portões, janelas, postes e afins. O intuito é sempre o mesmo, o *do produzir comunicação*. São inúmeras as formas e maneiras distintas de comunicação presentes nestes espaços, grande parte baseadas na criatividade popular da transmissão de mensagens. Algo *bem brasileiro e bem folk*.



Na palestra de abertura do XIV Congresso Internacional IBERCOM, realizado em abril desse ano na Universidade de São Paulo (USP), o professor Derrick de Kerckhove, da Universidade de Toronto, num certo momento de sua fala, mencionou algo que se relaciona com a abordagem do presente artigo: “Conheço dois povos, só dois, alegres, falantes e expansivos: o italiano e o brasileiro⁵”. Essa percepção do pesquisador estrangeiro trata dessa irreverência nata ao brasileiro. Igualmente, demonstra como aquilo que, muitas vezes, chamamos de superação e de *jogo de cintura*.

Histórico isso em muitas manifestações, inclusive as de protesto, que por muitas vezes não são convencionais e ocorrerem por meios distintos dos tradicionais. Também por formação, esse cadinho sociocultural, cabe de tudo um pouco, surreal, mistura todas as nacionalidades que possuem sua representação, e aqui se manifestam sem grandes tipos de confronto, demonstrando a espontaneidade do povo brasileiro.

Na junção histórica de tantos povos aqui reunidos é possível perceber as manifestações folkcomunicacionais, amparadas em múltiplas ações e um aflorar de algo que possibilita a diversidade de expressões pouco usuais, especialmente nos meios massivos. Por exemplo, a de um *Muro*, no qual grafites são expressões da luta do morador.

Situado numa posição geográfica de destaque na cidade, em rua de intenso movimento que liga vários bairros periféricos ao centro da cidade, o *Muro da Faneco* surgiu de forma espontânea e sem aspirações da visibilidade que conquistou.

Os escritos foram se sucedendo diante da receptividade da comunidade e da constatação de que o *Muro* tornou-se um meio de aproximação e uma forma de falar e se comunicar com a cidade como um todo.

As ações também ganharam espaço. Não só *na boca do povo*, como na mídia tradicional, que passa a acompanhar os escritos no *Muro da Faneco*.

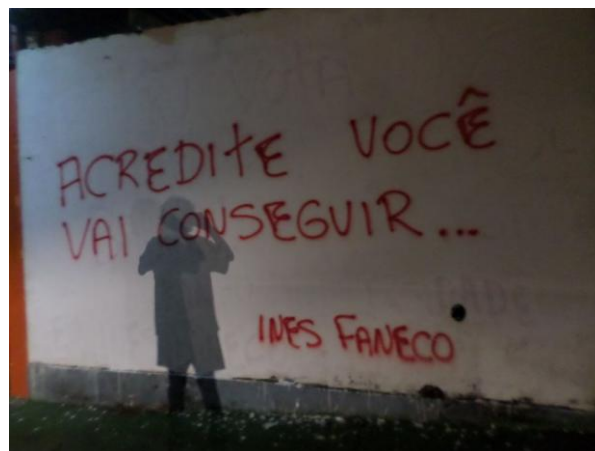
Em entrevista para o programa ‘Câmara Livre’ da TV Câmara, propriedade da Câmara Municipal de Bauru, feita pelo jornalista Nelson Gonçalves, Faneco declara:

⁵ Palestra intitulada “Rumo a uma Cultura da Transparência”, ministrada no dia 31 de março de 2015, no XVI Congresso Internacional Ibercom 2015, na ECA – USP, São Paulo.



Gosto muito de escrever. Muitas vezes eu escrevo para o jornal, para a Tribuna do Leitor, mas sempre com certa censura, um limite. Não dá para você escrever tudo. Daí eu comecei a usar o muro como um meio de protesto, de grito, de socorro. O muro é um portal. (...) As pessoas não vão pichar em cima de sua inscrição. Às vezes eu fico um tempo sem colocar frases, só colocando propaganda do meu trabalho e as pessoas me cobram. Coloca uma coisa, uma frase legal lá. Um me disse assim: 'Outro dia estava tão mal e passei ali e vi aquilo do *'Tudo Vai Dar Certo e melhorou'*. Tem outro que fez muito sucesso, o *'Sonho que se Sonha Junto se Torna Realidade'*. Você coloca umas frases de autoajuda ali e as pessoas dão aquele impacto, dá aquela melhorada no dia a dia de cada um. (...) Muita gente, mas muita gente mesmo diz passar de ônibus por ali e ler aquilo no muro. Nossa, que legal, vai melhorar. A pessoa já sente assim uma diferença, né! Carência do ser humano, ele precisa encontrar uma fórmula para ficar mais forte. (...) Eu gosto muito do escritor Augusto Cury. Eu aproveito bastante coisas dele e acabo colocando. Tive um período de minha vida que estava muito mal, passando por uma depressão e me passaram um livro dele, deu uma aliviada. Dá uma levantada. (07/05/2013)⁶

Figura 3: Escritos no Muro.



Fonte: Acervo Pessoal, 2013.

Podemos considerar como outro exemplo interessante de amplitude de ações da cultura popular o fato de um dos escritos ter sido utilizado como questão em um Vestibular da Universidade Estadual de Londrina (UEL). O fato foi divulgado na primeira página do Jornal da Cidade⁷.

⁶ Versão integral disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iwZG91yCdcE>, acesso abr de 2015.

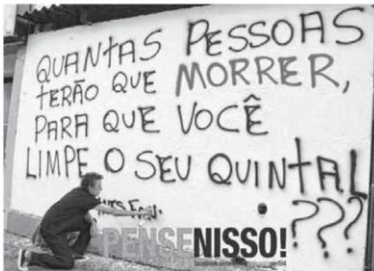
⁷ Texto integral disponível em: <http://www.jcnet.com.br/Geral/2013/12/protesto-de-moradora-de-bauru-no-jc-contradengue-vira-questao-de-vestibular-da-uel.html>, acesso abr de 2015.



Figura 4: Questão de Vestibular com a imagem da Faneco e do Muro.

13

Observe a fotografia a seguir, que mostra pichação feita por moradora de Bauru-SP, no muro da própria casa.



(Disponível em: <jcnet.com.br>. Acesso em: 24 set. 2013.)

Assinale a alternativa que corresponde ao propósito dessa pichação.

- a) Cobrar políticas públicas para o combate à dengue.
- b) Criticar o poder público pelo arrefecimento do combate ao mosquito transmissor da doença.
- c) Estimular iniciativas coletivas para a solução de problemas sanitários particulares.
- d) Incitar outros moradores à ação individual para a solução do problema da dengue.**
- e) Informar os moradores a respeito dos danos causados pela doença.

Fonte: Jornal da Cidade, 02/12/2013.

No momento do auge da epidemia da dengue (2013), no interior de São Paulo, especialmente na Região em torno de Bauru, rendeu muitos escritos no *Muro*.

Outro exemplo interessante foi na campanha política de 2008, que foi proibida qualquer expressão gráfico-visual em apoio a candidatos. No entanto, o *Muro da Faneco* demonstrou opção pelo candidato a vereador do PT (Partido dos Trabalhadores) Roque Ferreira da seguinte forma:

Figura 5: Escritos no Muro, campanha de 2008.



Fonte: Acervo Pessoal, 2008.



Com informações plurais o *Muro* não faz distinção em apoiar o Padre Beto, excomungado pela Igreja Católica, em cujos encontros Faneco participa ativamente, e a divulgação da Parada da Diversidade em Bauru.

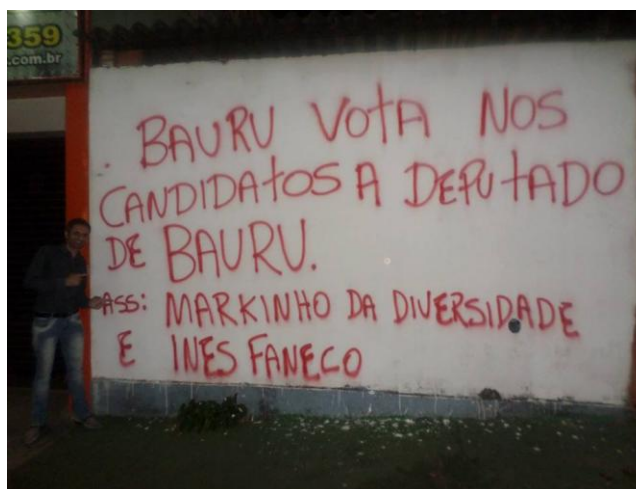
Figura 6: Escritos no Muro



Fonte: Acervo Pessoal, 2014.

As ações da “produtora comunicacional popular” fazem tanto sucesso que Faneco passou a ser procurada por políticos da região. Na última campanha eleitoral o *Muro* se dedicou a ressaltar a importância de que os bauruenses votassem em candidatos locais.

Figura 7: Escritos no Muro, 2012.



Fonte: Acervo Pessoal, 2012.



Os temas continuam variando mais e mais e Faneco, de uns tempos para cá, vem elaborando melhor os conteúdos com a consciência de que o que estará em evidência é a sua assinatura.

Considerações Finais

Algo que começou de forma incipiente, como um modo de *botar a boca no trombone*, e dizer livremente o que não era permitido dizer via mídia massiva local, obteve visibilidade e alcance sociocultural inesperado.

Os escritos foram sendo renovadas com maior periodicidade e até tornaram-se alvo de cobranças. Maria Inês Faneco, a idealizadora do *Muro*, uma audaz pipoqueira, divulga hoje não só o seu trabalho profissional, como diversas atividades locais.

O *Muro* é ainda algo novo em termos de comunicação na cidade, mas que despontou e ganhou importância na vida da protagonista-social que, além do *ganha-pão* com o carrinho de pipoca, os cuidados com a mãe adoentada, passou também, a promover ações cidade afora. Reconhece que hoje ampliou sua consciência social e que o *Muro* não se presta para divulgar qualquer tipo de coisa. Sabe, a cada dia mais, bem escolher os temas do seu *spray*!

Sendo as ações do *Muro da Faneco* claras manifestações dos processos de folkcomunicação e da genialidade da população marginalizada, que amparadas em espontaneidades conseguem transmitir informações utilizando a criatividade.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Editora Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular**. 10 ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1986.



Encontro com Milton Santos ou o mundo visto do lado de cá. Rio de Janeiro:
Caliban Produções Cinematográficas. Documentário. Direção: Silvio Tendler.
90 minutos. DVD, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A,
2002.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação e modernidade.** São Paulo: Edições
Loyola, 1991.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização:** do pensamento único à consciência
universal. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura:** a comunicação e seus produtos. 4. ed.
Petrópolis: Vozes, 2001.