Oráculos – Senhores do tempo [1]

Herbert Almeida Silveira Sousa[2]
Ivany Câmara Neiva[3]
Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

Oráculos – senhores do Tempo é um ensaio audiovisual, em vídeo, que trata de previsões: aponta seu papel no imaginário das pessoas e o possível impacto social dessas informações. A partir de imagens selecionadas de noticiários, programas de TV e filmes, e do depoimento de três pesquisadores, traz para o debate a questão do lugar ocupado pelas previsões e dos conhecimentos ditos não-convencionais, na Mídia e na Academia.

PALAVRAS CHAVE: Previsões, imaginário, mídia, conhecimento, Academia.

INTRODUÇÃO

Oráculos – Senhores do Tempo nada mais é que um ensaio audiovisual que traz ao debate a questão das previsões do futuro, propondo que as pessoas pensem um pouco sobre o assunto e sobre sua importância em nossa sociedade.

Seja na simples previsão do tempo ao futuro do ser humano ou da humanidade, desde os primórdios da nossa sociedade, o homem buscou conhecer o futuro e tentou buscar explicações para eventos imprevisíveis ou desconhecidos. As previsões passaram a fazer parte da nossa sociedade e da nossa cultura. Fomos nos tornando grandes consumidores de profecias e conjecturas, e nem paramos para pensar nisso.

[1] Trabalho submetido ao X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, na categoria Audiovisual, como representante da Região Centro-Oeste

[2] Aluno do Curso de Publicidade e Propaganda da UCB, email: herbertdf@gmail.com.

[3] Professora do Curso de Comunicação da UCB, email: neiva@terra.com.br

Todos os dias, milhares de pessoas no Brasil e em todo mundo recebem informações e conselhos, e têm acesso a previsões que, direta ou indiretamente, podem influenciar de alguma forma seu modo de viver. As previsões multiplicam-se a cada dia e os meios de comunicação e a imprensa têm papel fundamental nesse processo - principalmente a televisão, bem presente na maioria das residências desse país, veículo de maior alcance em todo território. Só que, quase ninguém se atreve a debater o tema de forma substancial ou ousa colocar em debate a questão – especialmente na Academia.

Oráculos tenta trazer a público o que caracteriza essas previsões, recuperando um pouco seu papel na história e apresentando informações sobre a evolução da prática.

Como esse ensaio trata de questões como noticiabilidade, fonte, espetacularização, indústria cultural, precisei entrar nessa discussão, tão presente no Jornalismo, e acabei entrando de cabeça nesse mundo. Para um futuro publicitário, foi muita novidade de uma única vez. Mas, de certa forma, essas informações direcionaram e enriqueceram os rumos da pesquisa e do ensaio.

Assim, foram se consolidando alguns dos objetivos do ensaio: apontar o papel das previsões, no imaginário das pessoas, e o possível impacto social de tais informações; entender a forma como a Academia discute e estuda as previsões do futuro e os conhecimentos ditos não convencionais (Místico, Mágico ou Esotérico).

2 OBJETIVO

Oráculos – Senhores do Tempo mergulha nesse universo das previsões do futuro, apontando algumas questões que, a nosso ver, são de fundamental importância para um debate que busque enriquecer a temática e ao mesmo tempo estimule a abertura de pensamento e a comunicação sem fronteiras.

"Não busco chegar a nenhuma conclusão ou posição. Apenas, espero estar contribuindo para a discussão desse fenômeno social."

Oráculos – Senhores do Tempo

3 JUSTIFICATIVA

Querer desvendar o que o futuro nos reserva sempre foi uma vontade do ser humano. Na Antiguidade, diferentes culturas ao redor do mundo desenvolveram meios para prever o futuro. Na Grécia, procuravam-se os Oráculos, seres humanos que faziam predições, ou ofereciam inspirações, baseados em uma suposta conexão que teriam com os deuses. Na Babilônia, os astrólogos observavam o movimento dos planetas e das estrelas para levantar informações sobre o destino das pessoas e governos. A tradição judaico-cristã é outro exemplo e traz como um de seus pilares a profecia, transmitida de geração para geração.

As previsões do futuro estão presentes em praticamente todas as culturas, e a comunicação e os meios de comunicação estão intimamente ligadas à história dessa busca humana para conhecer o futuro e tentar buscar explicações para eventos do nosso dia-a-dia. Alguns dos primeiros homens a trabalhar com as previsões eram escribas da corte da Babilônia. Exímios comunicadores, eles usaram o poder da comunicação para difundir seu conhecimento.

Essa prática milenar resistiu ao tempo e modernizou-se. Hoje, encontramos variações dessas previsões em diversas formas e nos mais variados meios de comunicação.

As novas tecnologias ligadas ao campo da comunicação têm papel fundamental nesse processo. A Internet, o rádio, revistas, jornais e a televisão tornaram o acesso a essas previsões mais fácil e ágil. Esses meios de comunicação possibilitaram uma divulgação mais ampla das previsões.

A mudança de conceitos e o ritmo frenético das transformações foram outros fatores que contribuíram para o aumento da procura pelos adivinhos. A vida no século XXI pode ser muito cômoda, mas, ao mesmo tempo, é muito instável. Num piscar de olhos ocorrem mudanças substanciais em todo o mundo. Palavras como estabilidade e segurança são cada vez mais raras. A possibilidade de conhecer, por meio das previsões, aquilo que ainda não aconteceu foi uma forma que as pessoas encontraram de buscar respostas para os seus medos e indagações.

Com o passar do tempo, o homem e seu modo de pensar foram se modificando e se expandindo. O pensamento racional tomou conta da sociedade e o pensamento mágico foi deixado de lado. Não só os modos de fazer previsões, mas o modo de ver as previsões e o seu lugar na sociedade, foram se transformando ao longo da nossa trajetória.

Todavia, não podemos negar que ainda há muito que se esclarecer sobre o assunto, e que a própria ciência, a seu modo, tem como um dos seus objetivos a previsão dos acontecimentos futuros. Contudo, o que pode estar acontecendo é uma banalização e um comércio das previsões. O seu papel religioso, importante no mundo antigo, pode estar sendo esquecido e deturpado no mundo moderno. O que antes só era encontrado em lugares de difícil acesso, agora está acessível em qualquer esquina.

Todo fim de ano é a mesma coisa. Os últimos dias do ano vão se aproximando e uma enxurrada de previsões para o ano seguinte é divulgada pelos grandes meios de comunicação. Tarólogos, videntes, astrólogos, mães e pais de santo, invadem as nossas casas, com previsões para o novo ano. Esse estranho fenômeno já virou tradição na imprensa brasileira e a cada dia que passa esses adivinhos vêem ganhando mais notoriedade.

Todos os anos, as previsões do futuro movimentam milhões em todo mundo. Aqui no Brasil não é diferente. Quem mora em Brasília já deve ter percebido, durante as suas idas e vindas pela cidade, a quantidade de publicidade de mães de santo e cartomantes espalhadas pelas grandes vias do Distrito Federal. Se você ainda não notou, preste atenção nos postes, paradas de ônibus, árvores e muros da cidade. É quase impossível não encontrar algum tipo de propaganda relacionada ao assunto. Até mesmo perto de nossas residências podemos encontrar esse tipo de publicidade.

Essa atividade já chegou ao requinte de ter outdoors posicionados em pontos nobres da cidade. A W3 sul, por exemplo, é um local de grande concentração dessa atividade. Ao longo de toda a via podemos visualizar casas com placas oferecendo serviços de previsões e consultas milagrosas. O trecho da W3 Sul entre as Quadras 709 e 712 já é chamado de SAS – Setor de Adivinhações Sul... É impressionante a

quantidade de anúncios espalhados pela cidade, sem falar naqueles panfletos, distribuídos em lugares com grande circulação de pessoas.

Estamos cercados o tempo todo por esse tipo de comunicação e nem sempre lhe damos importância. E estamos falando apenas da questão local. Quando partimos para um nível mais abrangente, que é o nacional, a questão ganha mais força. Os meios de comunicação de massa entram em ação. Internet, jornais, revistas, rádios e a televisão, divulgam uma quantidade enorme de previsões nos mais diversos formatos.

Em todo o Brasil, milhares de pessoas, todos os dias, não saem de casa antes de consultar o seu horóscopo. Revistas vendem milhares de exemplares estampando em suas capas previsões do futuro e programas de televisão prendem a atenção de milhões de telespectadores. Você pode não acreditar nisso, mas existe uma grande quantidade de pessoas que acredita cegamente.

Nesse processo, não podemos esquecer de destacar o papel da TV. O aparelho de televisão é o eletrodoméstico que está mais presente no lar dos brasileiros. A televisão tem um papel de extrema importância no Brasil. Compartilha com a escola e com a família o processo educacional dos cidadãos. Isso quer dizer que, de certa forma, as informações que são divulgadas pela TV constroem o mundo que conhecemos. Na televisão, as previsões são divulgadas numa escala mais ampla, chegando ao lar de milhões de brasileiros, simultaneamente.

Já virou tradição cultural na TV brasileira apresentar previsões para o ano seguinte. Só que são poucas as pessoas que discutem o assunto de forma profunda e consistente. As pessoas não têm muitas informações sobre o assunto. Por isso, discutir o papel das previsões e o impacto em nossa sociedade é de extrema importância.

Como no passado, acredito que as previsões possam influenciar de alguma forma a vida das pessoas, assim como, os meios de comunicação são agentes de mudanças na vida dos indivíduos. No entanto, estudos relacionados ao assunto, e ao tema em si, são poucos e raramente são divulgados. Existe carência de informação.

As pessoas têm muitos preconceitos e arquétipos, quando tratamos das previsões. A falta de informação é uma das dificuldades que atrapalham o estudo da questão. Precisamos desmistificar o assunto para poder informar melhor os cidadãos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

E para informar melhor o cidadão, foi importante mergulhar no mundo jornalístico e das notícias:

> As notícias são o que os jornalistas definem como tais. Essa tese raramente é explicitada, visto que parte do *modus operante* dos jornalistas é que os eventos ocorrem 'fora', e os primeiros limitam-se, simplesmente, a relatá-los. (ALTHEIDE, 1976, p. 113, citado por WOLF, 2003. p. 196).

Mas o que seria a tão falada *noticiabilidade* do fato? De acordo com Wolf,

> A noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2003. p. 196).

Esses critérios, operações e instrumentos utilizados para seleção das noticias, não seriam, de certa forma, barreiras que impedem a abertura de pensamento e de escolha?

Mas,

> A seleção das notícias é um processo de decisão e de escolha, realizado rapidamente [...] Os critérios devem ser aplicáveis de maneira fácil e rápida, de modo que as escolhas possam ser feitas sem muita reflexão. (GANS, 1979, p. 82, citado por WOLF, 2003. p. 204).

Como publicitário, compartilho com a questão: esse imediatismo exarcebado está prejudicando a construção de uma notícia mais elaborada?

Segundo Traquina,

> As notícias são resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-

> prima (os acontecimentos) num produto (as notícias). Os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima; a estratificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra noticiável (TRAQUINA, 1999. p.. 169).

Isso nada mais é que uma convenção que designa quais serão as fontes que serão reconhecidas, por um consenso de certo grupo de expressão na sociedade, e a partir disso, será avaliado o que é importante ou não, de acordo com seu ponto de vista, deixando de lado e repelindo tudo o que não seja conveniente ao seu interesse. A capacidade de escolha interpretação e ressignificação ficam restritas a esse universo de interesses particulares, impedindo a abertura de pensamento.

Molotch e Lester destacam "A produção de notícias não pode ser entendida fora da economia, política da sociedade dentro da qual ela é produzida". (MOLOTCH e LESTER, 1975, p. 235, citado por TRAQUINA, 1999. p. 173).

Esses aspectos irão influenciar todo processo de produção da notícia, explicitamente ou implicitamente:

> Os jornalistas não são simples observadores passivos mas participantes ativos no processo de construção da realidade. E as notícias não podem ser vistas como emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real; as notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e de textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento (TRAQUINA, 1999. p. 168).

Por mais que os comunicadores queiram se colocar à parte ou se imaginem estar à parte, de qualquer situação, o processo de construção da notícia e a própria noticia em si, irão refletir, de alguma forma, a participação do individuo no processo.

"Cada jornal tem uma política editorial, admitida ou não" (TRAQUINA, 1999. p.l 153).

"A lei do mercado invade o campo da produção do saber através da imposição de regras de seleção e de organização dos textos de disseminação do saber histórico. Disso resulta o empobrecimento teórico e a redução das ciências humanas ao lazer informativo" (MACHADO, 2004, p. 137).

Quando se trata de previsões do futuro, na mídia, a idéia de espetáculo se faz presente, lembra Debord:

> Hoje, por força do imaginário jornalístico associado à idéia mercadológica de satisfação do consumidor a qualquer custo, tudo deve passar por estratégias de familiarização, de simplificação, de limitação ao conhecimento. Toda impureza deve ser sacrificada; toda diferença, eliminada; toda diferença, suprimida; toda aspereza, sufocada; na contramão, o elitismo retranca-se no obscurantismo como salvação, tornando-se ainda mais frágil aos ataques do marketing triunfante (MACHADO, 2004. p. 139).

A espetacularização e a busca da novidade estão presentes:

> De tanto realçar o caráter diferencial do excêntrico, do extravagante e do banal transformado em novidade, a mídia gerou as condições para a hegemonia do vulgar. (MACHADO, 2004. p. 59).

Discute-se o preparo – ou o despreparo - dos profissionais para tratar de ciência, tecnologia, conhecimento humano:

> Os meios de comunicação de massa não dispõem de editoriais especializadas em ciência e tecnologia, isto é, não conferem aos eventos científicos e às aplicações tecnológicas o mesmo status já assumido por outras áreas, como política, economia, esportes, policia, artes e espetáculos etc." (BUENO, 1982. p. 09).

A propósito do conhecimento humano e das previsões, Traquina diz:

> Hoje, apesar de várias práticas de adivinhação, desde a cartomancia à astrologia, continuem a exercer funções análogas, a descrença na veracidade das suas previsões, conseqüência das modalidades da moderna racionalidade, tende a criar novas formas de regulação dos acontecimentos imprevisíveis. (TRAQUINA, 1999. p.l 29).

Muito dessa descrença provém da falta de credibilidade das fontes dessas informações. Um dos desafios é que os meios de comunicação tenham pessoas preparadas para lidar com noticias ligadas à ciência e a campos pouco estudados, como o místico.

De acordo com Sheldrake,

> Existe a proibição generalizada de levar a sério os fenômenos 'psíquicos' ou 'paranormais'. Se de fato acontecem, põem em dúvida a visão de mundo mecanicista, que constitui a ortodoxia da ciência institucional. Por isso são ignorados ou negados, pelo menos em público.
>
> (...)Infelizmente, muitos céticos de oficio confundem a defesa da ciência com a defesa de uma visão de mundo particular (SHELDRAKE, 1995. p. 30).

A propósito, Wilson Bueno comenta e alerta:

> Tal fato, evidentemente, deriva da própria caracterização da indústria cultural, da visão distorcida que empresários e editores têm das atividades cientificas e da formação incompleta dos profissionais de jornalismo, egressos ou não das escolas de comunicação.
>
> (...) A cobertura eventual de ciência e tecnologia se restringe a poucas colunas assinadas, a algumas páginas nas edições de fim de semana e a programas de televisão que dão maior destaque à pseudociência e ao fantástico que propriamente às atividades científicas. (BUENO, 1982. pp. 9-10).

Reconhece-se o desafio de quebrar esse paradigma, instaurado no campo da comunicação, relacionado às informações ditas não convencionais.

> Uma vez que a ciência institucional se tornou excessivamente conservadora e limitada por paradigmas convencionais, alguns dos problemas básicos são ou ignorados, ou tratados como tabus, ou relegados ao fim da agenda cientifica. São anomalias: não se enquadram. (SHELDRAKE, 1995. p. 13).

Voltamos à questão da divulgação científica, valendo-nos das leituras de Bueno e de Sheldrake:

> A precária estrutura do sistema de informação cientifica e tecnológica nacional e a ausência de uma política consistente para o setor concorrem para que o jornalista e homens da ciência permaneçam à margem das inovações e descobertas realizadas em todo mundo" (BUENO, 1982. p. 13).

> Todavia, explorar áreas situadas além dos limites atuais da ciência ficou mais fácil do que muitas pessoas supõem. Estamos entrando novamente numa fase de evolução cientifica em que investigações pioneiras podem realizadas por não-profissionais, educados como cientistas ou não" (SHELDRAKE, 1995. p. 149).

Assim, vamos concluindo que ultrapassar o paradigma mecanicista poderá levar a uma compreensão maior e mais abrangente do mundo. A livre pesquisa experimental poderá abrir caminhos para o desenvolvimento humano e cientifico. Assim como a abertura da comunicação para o tema pode propiciar o desenvolvimento da comunicação e do ser humano.

A comunicação não tem fronteiras, é ciência aberta, por mais que não queiram, por mais que a queiram segmentada em mídia impressa, eletrônica, radiofônica etc, etc, etc. (CASTRO E SILVA, 2005. p. 12 e13).

Compreender os limites da comunicação exige certa dose de abertura às possibilidades. (CASTRO E SILVA, 2005. p. 11).

E estar aberto a possibilidades foi uma das coisas que possibilitou o avanço da humanidade.

Nesse sentido, e em forma de ensaio, este trabalho busca explorar a abertura de horizontes, entrelaçando comunicação, pesquisa, ciência: na Academia, na mídia.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

E lá fui eu atrás de informações sobre esse tal de ensaio audiovisual. Pesquisando, encontrei um texto de Arlindo Machado sobre o assunto:

> Ele pode ser construído com qualquer tipo de imagem-fonte: imagens captadas por câmeras, desenhadas ou geradas em computador, além de textos obtidos em geradores de caracteres, gráficos e também materiais sonoros de toda espécie. É por isso que o filme-ensaio ultrapassa longinquamente os limites do documentário. Ele pode inclusive utilizar cenas ficcionais, tomadas em estúdio com atores, porque a sua verdade não depende de nenhum "registro" imaculado do real, mas de um processo de busca e indagação conceitual. (MACHADO, 2003).

Pensei: é a *cara* do meu projeto, e a fundamentação acadêmica de que eu necessitava para adotar o ensaio audiovisual como gênero, como forma, como produto.

6 CONSIDERAÇÕES

Faltava apenas a edição. Uma semana de espera e finalmente comecei a editar, com o Fábio. Passamos todas as imagens para o computador e começamos a editar as imagens. Essa parte está legal. Ali tem que diminuir. Trabalhoso. Nem vimos o tempo passar. A universidade já estava praticamente deserta e nós estávamos tão envolvidos pelo trabalho que perdemos a noção do tempo. Chega, amanhã tem mais. Segundo dia de edição. Mãos à obra. Corta aqui, tira ali, cola aqui, põe um som ali e o ensaio, finalmente, estava pronto - como uma colcha de retalhos unidos pela linha da comunicação, *Oráculos – Senhores do Tempo* tem sua beleza peculiar. E sempre estará disponível para quem não tiver medo do desconhecido. Como Fábio disse: ficou bom, bonito e barato. Alívio, está quase no final - ou esse será, apenas, o começo...

Encerro, momentaneamente, essa minha conversa, para me preparar para novos desafios. A única conclusão a que consegui chegar foi: valeu a pena!

Quanto às conclusões sobre as previsões, quem quiser que tire as suas. Depois de ver o ensaio, é lógico. Até breve!

REFERÊNCIAS

Bibliográficas

ALVES, Rubens. **Filosofia da Ciência**: Introdução ao Jogo e a Suas Regras. São Paulo: Ars Poética, 1996.

BAHIA, José Aloise. **Revendo Debord. A sociedade do espetáculo**. 2005. Acessível em. <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=313SPE003>.

BUENO, Wilson da Costa et al. **Jornalismo científico e dependência: o caso brasileiro.** Brasília: CNPq, 1982.

CASTRO, Gustavo de, & DRAVET, Florence, orgs. **Sob o céu da cultura.** Brasília: Ed. Thesaurus e Casa das Musas, 2004.

CASTRO E SILVA, Gustavo de. **Filosofia da Comunicação – Comunicosofia.** Brasília: Ed. Casa das Musas, 2005.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1999

CONNOR, Steven. **Cultura pós-moderna. Introdução às teorias do contemporâneo**. Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 1992.

CRIPA, Marcos (orientador e organizador). **Entrevista e ética**: uma introdução. A entrevista no jornalismo. São Paulo: EDUC - Editora da PUC-SP, 1998.

DA-RIN, Silvio. **Espelho Partido.** Rio de Janeiro: Ed. Azougue, 2004.

DAVID, Berlisk. **Segredos do céu:** astrologia e arte das previsões. Tradução Helena Londres. São Paulo: Ed. Globo, 2005.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

HUYGHE, François-Bernard. **Profetas do erro. A arte de errar previsões, de Júlio Verne a Bill Gates.** Tradução: Luciano Vieira Machado e Maria Clara Araújo de Almeida. São Paulo: Ed. Ática, 1997.

LINS, Consuelo.**O Documentário de Eduardo Coutinho.** Televisão, Cinema e Vídeo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

LUISA, Massarani, CASTRO, Ildeu de Moreira, BRITO, Fátima, org. **Ciência e público:** caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Ed. Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciências e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, 2002.

MACHADO, Arlindo. **O Filme-Ensaio.** Intermídias 5, 6 - Escrituras Digitais no Universo Midiático. Acessível em http://www.intermidias.com/txt/ed56/Cinema_O%20filme-ensaio_Arlindo%20Machado.pdf. Acesso em 25.11.2006.

_____. **O Filme-Ensaio.** Núcleo de Comunicação Audiovisual, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003. Acessível em http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/4681/1/NP7MACHADO.pdf. Acesso em 25.11.2006.

MACHADO, Juremir da Silva**. A miséria do jornalismo brasileiro**: as incertezas da mídia. São Paulo. Ed. Vozes, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro, org. **Esoterismo**. Atrator Estranho. Ano V, n.37. fev. 1999. Participantes: Renato Janine Ribeiro, Beltrina Corte, Ciro Marcondes Filho, Denise Camargo, Eugênio Rondini Trivinho, Rose Melor Rocha. São Paulo: Ed. Scortecci, 1999.

PAPA, Fernanda C. et. al. (orgs). **Manual de mídia e direitos humanos.** São Paulo: Consórcio Universitário pelos Direitos Humanos: Fundação Friedrich Ebert Stiftung, 2001.
<http://www.fes.org.br/media/File/inclusao_social/comunicacao/manual_de_midia_e_direitos_humanos_2001.pdf>. pg 97-113.

PENAFRIA, Manuela. **Unidade e Diversidade do Filme Documentário.** Acessível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/penafria_manuela_filme_doc.pdf.> .

SHELDRAKE, Rupert. **Sete experimentos que podem mudar o mundo**: pode a ciência explicar o inexplicável? São Paulo: Cultrix, 1995.

TRAQUINA, Nelson. **Questões, teorias e 'estórias'.** 2. ed. Lisboa: Veja, 1999.

WOLF**,** Mauro**. Teorias da comunicação**. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001.

_____. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003