

Cinema como Tecnologia do Imaginário¹

TONIN, Juliana²

KURTZ, Gabriela Birnfeld³

FRAGA, Larissa Caldeira⁴

SEVERO, Mariana Leoratto⁵

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Resumo

Este trabalho objetiva uma reflexão teórica acerca do cinema como uma tecnologia do imaginário. O imaginário, como aura social, é constituído por imagens e o cinema surge como uma tecnologia cristalizadora do mesmo. Diferentemente da indústria cultural, o conceito de tecnologias do imaginário abre margem para a potência do receptor, que é visto no imaginário como autor e protagonista. Para Morin (2002), a cultura de massa é a união entre o real e o imaginário, a qual dilui suas diferenças e as compatibilizam. Pretende-se compreender, então, como as imagens do cinema possibilitam sentidos partilhados e vividos social e individualmente, sentidos imaginários que acrescentam substância ao real.

Palavras-chave: Teorias da Comunicação; Cinema; Tecnologias do Imaginário.

Introdução

O cinema foi uma das primeiras tecnologias a serviço do imaginário. Desde a idealização do cinematógrafo, no final do século XVIII, as imagens produzidas e projetadas nas grandes telas pareciam ter o dom de emocionar, encantar e entreter a plateia. Muito mais do que apenas um registro do real, o cinema passou a articular o hiper-real, o surreal, visando contar histórias que poderiam ser reconhecidas concretamente no cotidiano, cristalizando o imaginário de cada época pela qual passou e ainda passa. Visto inicialmente pela Escola de Frankfurt e pelos estudos da Comunicação de Massa como uma ferramenta da indústria cultural voltada para o controle e manipulação, essa noção se dilui em estudos

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social pela PUCRS. Doutora em Comunicação Social pela PUCRS. Líder do Grupo de Pesquisa Imagem e Imaginários. E-mail: juliana.tonin@puers.br

³ Publicitária e Mestre em Comunicação Social pela PUCRS. E-mail: gabriela@sidicom.com.br

⁴ Jornalista e mestranda em Comunicação Social pela PUCRS. E-mail: larissacfraga@gmail.com

⁵ Publicitária e mestranda em Comunicação Social pela PUCRS. E-mail: mari.leoratto@gmail.com

futuros, como os de Edgar Morin, com a sua visão Cultura de Massa como constituição complexa na sociedade.

Michel Maffesoli introduziu questões importantes em relação ao imaginário e cultura, bem como adicionou a noção de tribo no consumo das imagens técnicas. Define o imaginário como diferente da cultura pois não é possível defini-los em objetos concretos, e assim, a uma noção de aura. Já Juremir Machado da Silva introduz o conceito de Tecnologias do Imaginário, que descreve mecanismos de difusão como o rádio, o jornal, a televisão e o cinema como produtores de imagens (no sentido amplo da palavra) que cristalizam o imaginário do cotidiano. Sua teoria atua como um contraponto aos estudos da Escola de Frankfurt e à Comunicação de Massa, pois pressupõe uma nova visão entre emissores e receptores: a dialética entre sujeição e emancipação, onde o receptor também tem poder em relação à indústria, constituindo em uma relação dialógica.

O objetivo do presente artigo é discutir a teoria de Silva, das Tecnologias do Imaginário no espectro do cinema. Busca-se, por meio da discussão teórica, compreender o cinema como uma Tecnologia do Imaginário, capaz de impulsionar a produção simbólica. O cinema, sob este espectro, não apenas manipula uma massa amorfa de receptores; ele propaga visões de mundo, costumes, formas de vida, tendências de moda, padrões de beleza, sempre articulando o real com o imaginário de um tempo, sempre articulado com o processo constante de ressignificação realizado pelos receptores. Busca-se retratar o cinema como um suporte à atmosfera do imaginário, que atua como reservatório e motor das narrativas do vivido.

Cinema como Tecnologia do Imaginário

Para pensar o cinema como tecnologia do imaginário, é necessário iniciar pela definição da noção de imaginário. Ele excede o real. Todos se submetem a um imaginário preexistente. Além disso, o homem é um inseminador de imaginários. “É uma rede etérea e movediça de valores e situações partilhadas concreta ou virtualmente” (SILVA, 2012, p.9). Pode ser descrito como um reservatório/motor, pois agrega lembranças, sentimentos, experiências, visões do real, ao mesmo tempo em que é um sonho que transforma as ações em realidade, uma força que impulsiona indivíduos ou grupos. Opõe-se ao real, pois pela imaginação representa esse real, promovendo distorções, idealizações e sendo formatado simbolicamente.

Para Maffesoli (2001) “o imaginário é algo que ultrapassa o indivíduo, que impregna o coletivo ou, ao menos, parte do coletivo” (MAFFESOLI, 2001, p.76). A conceituação de imaginário para o autor tem seu início a partir das obras de Bachelard nos anos de 1930 e 1940, as quais repuseram as construções oníricas e dos espíritos na cena intelectual e demonstraram que o imaginário possuía forte interferência no concreto, no real. Maffesoli (2001) também cita Durand, discípulo de Bachelard, como um importante conceituador do imaginário. A partir da obra “As estruturas antropológicas do imaginário”, Durand indicou como o “real é acionado pela eficácia do imaginário, das construções do espírito” (MAFFESOLI, 2001, p.75). Além disso, Maffesoli (2001) explicita que, para Durand, o imaginário

é a relação entre as intimações objetivas e a subjetividade. As intimações objetivas são os limites que as sociedades impõem a cada ser. Relação, portanto, entre as coerções sociais e a subjetividade. Nisso entra, ao mesmo tempo, algo sólido, a vida com suas diversas modulações, e alguma coisa que ultrapassa essa solidez. Há sempre um vaivém entre as intimações objetivas e a subjetividade. Uma abre brechas na outra. (MAFFESOLI, 2001, p.80).

Pela sua fluidez e dificuldade de conceituação, o imaginário é, muitas vezes, confundido com conceitos de cultura. No entanto, para Maffesoli (2001)

a cultura é um conjunto de elementos e de fenômenos passíveis de descrição. O imaginário tem, além disso, algo de imponderável. É o estado de espírito que caracteriza um povo. Não se trata de algo simplesmente racional, sociológico ou psicológico, pois carrega também algo de imponderável, um certo mistério da criação ou da transfiguração. (MAFFESOLI, 2001, p. 75)

O imaginário, então, se diferencia da cultura por não poder ser descrito concretamente - como por obras de arte, teatro, vestimentas, costumes, dialetos. Entende-se, então, que tanto imaginário quanto cultura perpassam um ao outro, mas ambos possuem autonomia existencial. O imaginário seria a atmosfera que circunda a cultura, “aquilo que Walter Benjamin chama de aura. O imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável” (MAFFESOLI, 2001, p. 75).

Maffesoli define imaginário como o patrimônio de um grupo, de uma tribo, um conjunto de lembranças afetos e sensações. É o estado de espírito grupal, de um país, de um Estado Nação e de uma comunidade. “O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa atmosfera, não pode ser individual” (MAFFESOLI,

2001, p.76). Segundo o autor, só existe imaginário coletivo. Na pós-modernidade, reflete o tribalismo. É um patrimônio de um grupo, que transfigura um conjunto de sensações e estilos de vida.

Ao contrário de Maffesoli, Silva (2012) divide o imaginário em individual, que é caracterizado pela identificação em si e no outro, e em imaginário social, que se estrutura pela aceitação do modelo do outro, disseminação e imitação. Para o autor, os imaginários se difundem por tecnologias próprias, que são denominadas tecnologias do imaginário. Por dinamizar imaginários, o cinema, a televisão e o rádio fazem parte dessas tecnologias.

Diferente das ideias difundidas pela indústria cultural, em que os veículos de comunicação e a emissão exerciam controle sobre a recepção, as tecnologias do imaginário propõe uma nova visão entre emissores e receptores, baseada na interação. A ideia de controle está ligada ao pensamento da Escola de Frankfurt. “A indústria cultural, fábrica de imaginários, segundo os mestres da Escola de Frankfurt, não é o simples resultado de uma expressão tecnológica, como gostariam os seus defensores, mas a forma de provocação social de um poder econômico, o poder das classes dominantes” (SILVA, 2012, p.30). A tecnologia é vista como um instrumento de controle, através da manipulação das mentes. Nesta visão, o emissor é forte e o receptor é passivo.

A indústria cultural viu o receptor como consumidor e o cidadão como indefeso, sem capacidade de controlar o hiperpoder do emissor. Para Silva, as análises frankfurtianas da indústria cultural quase não deixaram espaço para a ressignificação da mensagem pelo destinatário.

Por outro lado, Silva (2012) acredita que a mídia sempre foi interativa e sempre foi alvo da distorção, da apropriação e da ressignificação dos destinatários. As tecnologias do imaginário reconhecem a potência da recepção. O conceito de tecnologias do imaginário tem o objetivo de superar o reducionismo da noção de indústria cultural e incluí-lo em parte, mas abrindo margem para a potência do receptor, que é visto no imaginário como autor e protagonista. “Somos o que a técnica faz de nós e também o que fazemos dela. Somos objetos e sujeitos numa relação dialógica de sujeição/emancipação. Também manipulamos os nossos manipuladores” (SILVA, 2012, p. 99).

A manipulação dá lugar a sedução. As tecnologias da manipulação acreditam que tem o livre acesso ao cérebro do receptor, já as tecnologias do imaginário atingem seu objetivo por atalhos e desvios.

As tecnologias do imaginário atuam no fibrilamento erótico do aparelho simbólico dos indivíduos [...]. Vence quem for capaz de exercitar a membrana imaginária e de produzir sentidos novos na velha cápsula da fabulação social. Afinal, não há mais imaginário sem tecnologia. Tampouco há tecnologia sem imaginário. Entre o conduzir e o seduzir, há um abismo de palavras e de imagens. O simbólico nasce do imaginário. (SILVA, 2012, p.102)

As tecnologias do imaginário mobilizam a sociedade. São dispositivos que movimentam indivíduos e grupos, cristalizam a afetividade, as imagens e o poder simbólico. Estimulam ações e produzem sentido. A Mass Communication Research e a Escola de Frankfurt formam a ideia de tecnologia da manipulação, descrita por Silva (2012), em que está inscrito um imaginário da época da propaganda, da crença e manipulação. O autor discorda que o indivíduo seja escravo do que escolhe ou das tecnologias que usa. Por isso, as tecnologias do imaginário são um contraponto à Indústria Cultural e às Comunicações de Massa.

Entre os anos 20 e 60 os estudos em comunicação norte-americanos se caracterizaram pela hegemonia do Mass Communication Research, um campo de estudo abrangente, que perpassou a engenharia da comunicação, a psicologia e a sociologia. Mesmo sendo vastos, esses estudos de comunicação de massa se reúnem em denominadores comuns: buscava-se privilegiar a dimensão quantitativa dos fenômenos, por meio de uma orientação mais política do que científica (muitas pesquisas eram encomendadas pelas Forças Armadas dos EUA, por exemplo). Também, os estudos eram voltados principalmente para a comunicação midiática e também tinha como base o modelo comunicativo desenvolvido por Shannon e Weaver, em sua Teoria da Informação (ARAÚJO, 2012).

Voltados mais aos efeitos que os produtos midiáticos tinham sobre o público massificado, surgiram pensamentos como a Teoria Hipodérmica (Lasswell), a Teoria dos Efeitos Limitados (Lewin) e o modelo “two-step flow communication” (Lazarsfeld), entre outros. Em comum, buscavam-se formas de estudar os efeitos criando modelos de comunicação no qual o público seria uma massa amorfa que receberia os produtos midiáticos de maneira passiva (ARAÚJO, 2012).

Edgar Morin (2002) problematiza os estudos de comunicação de massa (principalmente a escola norte-americana) ao evidenciar que houve um esforço em reintegrar o espectador/leitor dentro dos grupos sociais onde pertencem, mas limitaram-se aos efeitos, posicionando estes sujeitos como uma “cera mole”, na qual as mensagens das

comunicações de massa são impressas. Assim, esses sujeitos relacionavam-se em seus grupos, mas não se pressupunha relações mais complexas além da recepção passiva. Para Morin, “há um tecido complexo das relações sociais que interferem na relação emissor-receptor” (2002, P.187). Para o autor, a ótica de comunicação de massa impede que se pense em uma sociologia da cultura de massa por tal razão.

A sociologia americana detecta um novo movimento, chamado de Terceira Cultura, durante a Segunda Guerra Mundial, denominado como *mass culture*. A cultura de massa (sinônimo da nomenclatura anterior) é produzida segundo as normas da fabricação industrial e técnicas de difusão de massa, destinada a um aglomerado de indivíduos de proporções gigantescas, onde se pensa aquém e além das estruturas da sociedade como classes, famílias, etc (MORIN, 2002). Contudo, conforme Morin (2002), a noção de massa é, a priori, limitada, pois parte do pressuposto que as sociedades são massificadas e industriais, e não se pensa nos outros espectros, que são inúmeros. Para Morin, pensar os indivíduos e sua relação com a cultura como um tecido complexo traz novas formas de pensar a cultura de massa e na sua relação com o imaginário:

Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária; ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário, que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semi-real, semi- imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade) [...]A cultura de massa é uma cultura: ela constitui um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas. Ela se acrescenta às outras culturas (nacional, humanista, religiosa) (MORIN, 2002, P.15-16).

Ainda segundo Morin (2002), a cultura de massa passa, então pela animação de um duplo movimento do imaginário imitando o real e do real “pegando” o que vem do imaginário. Dessa forma, pensar a cultura de massa é pensar além dos efeitos e adentrar a esfera do imaginário e do cotidiano, conforme Maffesoli e Silva irão apontar posteriormente. Outro ponto importante que Morin (2002) destaca nesse fenômeno é o da indústria cultural. A indústria cultural, termo ao qual autores da Escola de Frankfurt como Horkheimer, Adorno, Benjamin e Marcuse, se referiam em relação ao fenômeno da conversão da cultura em mercadoria (RÜDIGER, 2012), é destacado por Morin (2002) como decisiva na disseminação da cultura de massa.

Walter Benjamin caracteriza o início dessa indústria como a era da reprodutibilidade técnica. Uma obra de arte perde sua aura, sua unicidade a partir do momento em que a

técnica pode ser reproduzida, copiada e distribuída na proporção de massa (2014). Para Morin (2002), as invenções iniciais mais importantes deste começo da cultura de massa foram o cinematógrafo e o telegrafo sem fio. Para o interesse desta pesquisa, o cinematógrafo foi fundamental, pois extrapolou o princípio com o qual foi criado: destinado a registrar o movimento, foi absorvido pelo espetáculo, tornando-se uma via para o lazer e o sonho da sociedade.

Morin (2002) salienta que as invenções técnicas foram inicialmente impulsionadas pelo capitalismo, mas extrapolaram-na, sendo também cruciais para governos totalitários como a União Soviética, por exemplo. Contudo, na sociedade ocidental capitalista, a indústria cultural, apoiada na reprodutibilidade técnica, busca massificar o entretenimento, visando satisfazer todos os interesses e gostos de forma a obter o máximo possível de consumo (MORIN, 2002). Os filmes de Hollywood, por exemplo, buscam ao máximo englobar a maior quantidade de temas possíveis, visando agradar diversos públicos; assim, insere aventura, romance e comédia em uma mesma película, expandindo seu potencial de venda.

Dessa forma, assim como não é possível afirmar que a cultura de massa é pura e simplesmente imposta do exterior aos indivíduos, fabricando pseudonecessidades e pseudo-interesses, também não é possível inferir que reflete diretamente as necessidades dos receptores. Para Morin (2002), o que ocorre é uma dialética produção-consumo, na qual a lei que rege é o mercado. E, em concordância com os estudos de Silva nas Tecnologias do Imaginário, o autor afirma que, no universo capitalista, a cultura de massa não é imposta e, sim, proposta. Sujeita-se a tabus como os da religião e do Estado, mas não tem a capacidade de cria-los. E, diferentemente da ideia de poder absoluto da comunicação de massa, a cultura de massa não ordena nada, apenas propõe modelos, sendo eles apreendidos ou não pela sociedade por meio de uma complexa rede de influências.

Morin (2002) também evoca uma expressão que será futuramente adotada por Silva, a do Espírito do Tempo. Este é uma relação que o estudioso realiza entre a cultura de massa e a relação com o indivíduo e o imaginário. É importante apontar que, conforme o autor, é na cultura de massa que a união entre o imaginário e o real é muito mais forte – mais do que nos mitos religiosos ou feéricos. Para ele, a cultura de massa realiza uma diluição entre o imaginário e o real e, em vez de se excluírem, se compatibilizam.

Logo, a cultura de massa reconduz o espírito do homem ao presente que é sempre novo, a uma atualidade sempre reinventada pelos acontecimentos mostrados nela. Um novo

individualismo que vai além das aspirações hedonistas surge, e se foca na participação do eu no mundo, e o que mais importa é o presente (MORIN, 2002). Para Morin (2002), as criações da cultura de massa visam a adesão a esse grande ritmo do presente sempre atualizado, que se exterioriza no que ele chama de “Espírito do Tempo”. Logo, este “Espírito do Tempo” corresponde a essa relação do ser humano com o espaço-tempo do século.

Para Morin (2002), a compreensão a respeito da cultura de massa perpassa entendimentos a respeito de imaginários que se relacionam ao real. De acordo com Maffesoli (2001), o conceito de imaginário possui extrema importância na construção da realidade da vida cotidiana. A palavra imaginário se tornou bastante banalizada, tendo ampla difusão, mas, por outro lado, seu conceito não possui fácil compreensão. Isso ocorre devido à tendência racionalista em que a construção de conhecimento é pautada. “A racionalização, não esqueçamos, significa tornar rígido” (MAFFESOLI, 2001, p. 79), o que dificulta o entendimento de tudo aquilo que perpassa a razão e conceituações rígidas, culminando no escanteamento do papel das construções dos espíritos na realidade individual e social.

Benjamin tece suas críticas à indústria cultural por ela ser focada na reprodutibilidade técnica, possibilitando a produção em massa de bens simbólicos e, conseqüentemente, destruindo sua aura. Aquilo que ultrapassa a obra – o seu imaginário – segundo Benjamin, perde sua atmosfera com a indústria cultural, já que os bens culturais estariam se transformando em mercadoria. No entanto, Silva (2012), a partir do conceito de tecnologias do imaginário, contrapõe esta ideia da “perda” atmosférica do imaginário devido à indústria cultural. Ao invés disso, as tecnologias do imaginário servem como suporte a essa atmosfera.

A indústria cultural é alimentada por imagens e “a existência de um imaginário determina a existência de conjuntos de imagens. A imagem não é o suporte, mas o resultado” (MAFFESOLI, 2001, p. 76). Isso implica que todas as imagens são construídas a partir de imaginários, então as imagens da indústria cultural não fugiriam desta lógica.

O imaginário é alimentado por tecnologias. A técnica é um fator de estimulação imaginal. Não é por acaso que o termo imaginário encontra tanta repercussão neste momento histórico de intenso desenvolvimento tecnológico, ainda mais nas tecnologias de comunicação, pois o imaginário, enquanto comunhão, é sempre comunicação. (MAFFESOLI, 2001, p. 80).

As tecnologias do imaginário são “dispositivos de intervenção, formação, inferência e construção de ‘bacias semânticas’, que determinarão a complexidade dos ‘trajetos antropológicos’ de indivíduos ou grupos” (SILVA, 2012, p 20). Elas estabelecem laço social, que une as pessoas em sociedade, e se atualiza pela força de valores partilhados, de imagens acompanhadas em conjunto. Também impõe o mecanismo da produção simbólica da Sociedade do Espetáculo, discutida por Guy Debord, que é caracterizada pela relação entre pessoas mediada por imagens.

Essas tecnologias produzem mitos, visões de mundo e estilos de vida. Silva (2012) defende que as tecnologias do imaginário buscam mais do que a informação. Elas trabalham para povoar o universo mental como um território de sensações fundamentais. O cinema é considerado, então, uma tecnologia do imaginário que impulsionou a produção simbólica ao seu apogeu industrial. Essa produção simbólica atingiu uma escala mundial, afetando as culturas, acabando com o original.

(...) Hollywood representa a produção no sentido heideggeriano mais específico. É verdade que a evolução tecnológica, com o surgimento das televisões a cabo e digital, conduz ao pós-industrial, com a proliferação de canais segmentados, comunitários, políticos, culturais, pedagógicos, universitários etc. O cinema sempre conviveu com o paralelo, com o alternativo, com o underground, da ruptura com a continuidade, do convencional com o renovador. Luz natural para uma Hollywood Européia (SILVA, 2012, p.68).

Por meio das telas do cinema, valores e ideais foram disseminados nas culturas, assim, dinamizando imaginários. O cinema propaga visões de mundo, costumes, formas de vida, tendências de moda, padrões de beleza.



Figura 1: Reportagem da Revista Globo de 1942⁶

A partir da década de 1930, os filmes inspiraram a forma de vestir. As atrizes de Hollywood se tornavam referência em elegância. Para se ter uma ideia da influência dos filmes na construção de imaginários, na maioria das reportagens de moda da Revista do Globo, periódico editado em Porto Alegre entre 1929 e 1967, eram usadas fotos das indumentárias das atrizes Hollywoodianas como referência de estilo. No Brasil, mulheres se inspiravam no vestuário de Loretta Young e Rita Hayworth, musas da era de ouro do cinema.

Considerações Finais

Como uma tecnologia do imaginário, o cinema agrega imagens, sentimentos, lembranças, leituras da vida. Também propaga a representação das culturas, como, por exemplo, a norte-americana por Hollywood. Realiza construções mentais, produz mitos e estilos de vida. Também estabelece laço social, partilhando valores e reverenciando imagens em conjunto.

O imaginário é constituído por imagens, e pensar o cinema como cristalizador e dinamizador de imaginários é compreender que suas imagens em movimento possibilitam

⁶ Pesquisa "A Ascensão da Indústria da Moda no Rio Grande do Sul: As reportagens da Revista do Globo de 1929 a 1950" realizada pelo Núcleo de Pesquisa em Ciências da Comunicação da Famecos de 2006 a 2008.

mais do que (re) conhecimentos, elas sedimentam sucessivamente sentidos sobre o homem e seu estar no mundo. Sentidos que são partilhados e vividos individual e coletivamente, sentidos que acrescentam substância ao real.

Refletir sobre tecnologias do imaginário é não promover oposição entre o real e o imaginário. Ao contrário, é buscar compreender o caráter dependente e indissociável de sua relação. É entender que as culturas podem ser identificadas pelo somatório de suas práticas, mas que o elemento mobilizador e definidor dessas práticas pode ser o sonho, o lúdico, a imaginação. Todo real é resultante de seu imaginário. Todo imaginário alimenta-se do real e, através de tecnologias próprias, emana seus símbolos em imagens.

O cinema articula real, hiper-real, surreal e conta histórias que podem ser reconhecidas concretamente no cotidiano. Outras que dialogam diretamente com os sentimentos. Algumas que só podem vir a ser imaginadas. Narrativas do vivido e do imaginado que funcionam como reservatório e motor de imaginários. E todo imaginário consagra a função de promover a existência para além do existente.

REFERÊNCIAS

DURAND, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

MAFFESOLI, Michel. **O Imaginário é uma Realidade (entrevista)**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v, 1, n. 15, p. 74-82, ago. 2001.

SILVA, Juremir Machado. **As Tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX: o Espírito do Tempo**. 9 Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. 1 Ed. Porto Alegre: L&PM, 2014.

RÜDIGER, Francisco. **A Escola de Frankfurt**. In: Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. 12 Ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

ARAÚJO, Carlos A. **A pesquisa norte-americana**. In: Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. 12 Ed. Petrópolis: Vozes, 2012.