

Resumo do artigo

EFEITOS DA COMUNICAÇÃO DE MASSA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Caracterização da comunicação de massa na evolução da tecnologia moderna. Seus efeitos na cultura, na família, na educação e no lazer são evidentes em nosso século. A comunicação se apresenta como o prolongamento de nossos sentidos. As telecomunicações avançadas trazem os fatos para o ambiente em que vivemos, num retorno à "aldeia global". A cultura de massa como fruto do avanço tecnológico tem sua gênese nos países metropolitanos. O imperialismo cultural e não "a democratização da cultura" é o que se deduz da análise dos fenômenos da comunicação em nossos tempos.

OS EFEITOS DA COMUNICAÇÃO DE MASSA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Francisco de Assis M. Fernandes

1. Introdução

Quando, em 1969, realizou-se em Montreal, Canadá, uma reunião de peritos em comunicação promovida pela UNESCO, a agenda das discussões contemplou, em primeiro lugar, o impacto da comunicação de massa na sociedade contemporânea.

Já em 1957, considerando o avanço tecnológico na "difusão das idéias", o grande Papa Pio XII publicou a famosa encíclica **Miranda Prosus** para recordar ao mundo que a "revolução industrial" nem sempre propicia ao homem a sua libertação e sim, muitas vezes, a escravização, e admoestar que os meios de comunicação de massa são mais graves, "porquanto já não se trata de escravizar forças materiais, mas forças espirituais."¹

No que tange a uma definição de comunicação, muitos estudiosos, pesquisadores, sociólogos, antropólogos, filósofos, psicólogos se preocuparam com o fenômeno que é essencialmente social. Assim, Harold Lasswell criou a fórmula: "Quem diz o que a quem, por que meio e com que efeito". José Marques de Melo reduziu a um conceito estrutural, definindo: "Comunicação é o processo de transmissão e de recuperação de informações".²

Contudo, no contexto mais específico da sociedade contemporânea, o americano Charles Wright, da Universidade da Califórnia, definiu comunicação como "processo de transmitir idéias entre indivíduos" e acrescentou que, para o homem, esse processo é fundamental e vital. Para ele, comunicação de massa é um "tipo especial de comunicação que envolve condições de operação distintas, entre as quais estão em primeiro lugar a natureza da audiência, da experiência comunicadora e do comunicador".³

Para que se caracterize como tal, a comunicação de massa deve ter uma audiência “grande, heterogênea e anônima”. No âmbito da experiência comunicadora deve ser pública, rápida e transitória. Quanto à natureza do comunicador, ela é “organizada”. Só tem condição de ser realizada dentro de uma complexa organização, que implica extensa divisão do trabalho.⁴

O panorama do mundo sofreu e continua sofrendo efeitos da comunicação de massa. A evolução da tecnologia, desde o advento do alfabeto até os complexos aspectos da comunicação na era espacial, sua incidência na cultura, na educação, no lazer, na família, é o que o nosso estudo se propõe a desenvolver para uma contribuição às ciências humanas e sobretudo aos estudantes dos eventos comunicativos, pois, segundo John Dewey, a sociedade não só continua a existir **por** transmissão, **por** comunicação, mas poder-se-ia justamente afirmar que ela existe **em** transmissão, **em** comunicação.

2. Evolução Tecnológica

Marshall McLuhan, conhecido também como “profeta das comunicações”, considerando os meios modernos de comunicação como “extensão do homem”, um prolongamento de um sentido ou de uma faculdade humana, dividiu a evolução em três fases: a) fase **tribal oral** ou “estado de natureza”, quando a comunicação se realizava mediante a voz humana; b) fase do **alfabeto** — cultura alfabética — que culmina com a imprensa e c) fase **eletrônica**, que engloba a comunicação através do rádio e da televisão. Essa última responsável pelo fenômeno do retorno ao tribalismo, ou seja, à “aldeia global”⁵.

Foi em 1495 quando Gutenberg inventou a imprensa, que teve início a grande marcha para o aperfeiçoamento do processo da comunicação humana. Cronologicamente temos: em 1837, Samuel Morse constrói o aparelho de telegrafia; em 1887, Henrich Hertz prova a existência das ondas eletromagnéticas e demonstra a possibilidade de sua transmissão no espaço com a velocidade da luz; em 1895, Marconi realiza as primeiras experiências de transmissão sem fios; no mesmo ano, 1895, os irmãos Augusto e Luís Lumière registram a patente do cinematógrafo e, no dia 13 de fevereiro, projetam o filme: “**A saída das fábricas Lumière**”; em 1878, Sir William Corkes constrói o primeiro tubo de raios catódicos, precursor da televisão; em 1922, o presidente Epitácio Pessoa, nas comemorações do I Centenário da independência, fazia as primeiras transmissões de rádio no Brasil (no dia 7 de setembro); em 1927, o russo Vladimir Zworykin aperfeiçoa o primeiro iconoscópio; em setembro de 1936, a BBC (British Broadcasting Corporation) inaugura, em Londres, o serviço de transmissão oficial em televisão; em 1939, nos Estados Unidos, começam as primei-

ras transmissões televisivas regulares; em 1950, no Brasil, a 18 de setembro, a TV Tupi – a primeira emissora de TV da América Latina – colocou no ar o seu primeiro programa.

A essa etapa evolutiva devemos acrescentar que em julho de 1962, com a fixação em órbita do Telstar, realizava-se a primeira transmissão via satélite e em julho de 1969⁶, dois astronautas norte-americanos desciam na superfície da lua, de onde se comunicaram com a humanidade num sistema de mundovisão, proporcionando a 500 milhões de homens participar de seus efeitos sem precedentes.

3. Comunicação e Cultura

Hoje, vivemos na era da manipulação de símbolos. E sabemos que toda mudança simbólica representa uma modificação no universo humano. Portanto, crescimento, idade e cultura constituem três variáveis que se conjugam na “decodificação” da linguagem dos meios de comunicação de massa na formação da opinião pública.

Numa perspectiva “macluhaniana”, partindo do caráter global dos meios de comunicação, encontramos dois tipos principais: os classificados de “quentes”, como rádio, cinema e fotografia por serem impregnados de informações e exigirem uma fraca participação do público; os “frios” como telefone, televisão e **cartoons**, por serem pobres de informação e ricos em possibilidade de participação dos receptores.⁷

Se admitimos com Edgar Morin que uma “cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam seus instintos, orientam as emoções”⁸, então, concluímos, desde já, que os meios de comunicação atuam na cultura tradicional, descaracterizando-a a partir de sua expressão simbólica. Com efeito, os meios de comunicação de massa como o rádio, a televisão, o cinema atingem as pessoas que, não obstante, incapazes de ler um jornal, nem por isso deixam de ter um espírito alerta e sensível à cultura em todas as suas manifestações.

A vida prática e a vida imaginária dos cidadãos recebem apoio da cultura. Os meios de comunicação transformando o mundo numa aldeia global, portanto socializando a cultura, nivelando-a na chamada “cultura de massa”, que Morin definiu como “corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e identificações específicas”⁹, causam o que muito bem se qualificou de “choque cultural” ou “revolução cultural”.

A cultura de massa se caracteriza pelo cosmopolismo e, ainda, por ser planetária. Já não se pode falar de uma arte localizada no espaço e no tempo determinados. Na era da reprodutividade técnica, só podemos

mesmo é falar de uma “arte planetária”, onde tudo sofre o impacto dos meios de comunicação. Onde tudo se transforma. Vale lembrar o que Paul Valery, em 1934, escrevia a respeito da arte e da cultura: “Nem a matéria, nem o espaço, nem o tempo são, há cerca de vinte anos, o que sempre haviam sido”.¹⁰

Dentro desse contexto, Charles Wright admite que o homem médio pode, graças aos meios de comunicação, dispor de uma riqueza cultural que nenhuma outra época anterior lhe havia proporcionado. Na verdade, os dados estatísticos comprovam que o consumo cada vez maior de livros, de música clássica, de balé tem aumentado nas últimas décadas.

Nem todos os estudiosos e pesquisadores têm a mesma visão otimista da cultura de massa. Assim, Bernard Rosenberg afirma: “ela é um pesadelo que se acrescenta aos pesadelos da humanidade, numa época de esperanças”. Os homens sentem-se ameaçados em sua autonomia pelos meios de comunicação. Portanto, para Rosenberg, cultura de massa é sinônimo de vulgaridade, falta de esforço, mistura do sagrado e do profano. “Os meios de comunicação de massa — sublinha ele — cretinizam nosso gosto, cretinizam nossos sentidos”.¹¹

Outros, entre os quais José Marques de Melo, vêem na comunicação de massa um poderoso veículo de transmissão cultural ou como formador de bagagem cultural para os indivíduos dentro da sociedade, e para isso, deve haver uma reorientação na “política nacional da rede de comunicação de massa, hoje voltada para atividades majoritariamente comerciais, sem levar em conta a elevação do nível cultural do nosso povo e sua integral participação no processo de desenvolvimento sócio-econômico”.¹²

4. Comunicação e Lazer

Na sociedade contemporânea, o lazer pode ser considerado fundamental. A industrialização de um lado, e os meios de comunicação de outro, vieram modificar o lazer. Trata-se de uma democratização do lazer, que possui valor cultural. Para Dumazedier o lazer pode ser considerado “conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, divertir-se, recrear-se e entreter-se.”¹³

Deixando de ser privilégio da burguesia e fruto da opulência, o lazer passa, hoje, a fazer parte das bases autênticas da sociedade massificada. Diversos aspectos definem o conteúdo cultural do lazer, como:

- direito do povo;
- opção de conveniência;
- versão ativa da educação;
- constitutivo da ordem social;
- expressão do nível de vida;

- solução do aborrecimento;
- possibilidade de vida contemplativa;
- ocasião para aprendizagem.

Os meios de comunicação de massa, sobretudo rádio, cinema e televisão constituem alternativas de lazer, como opção de convivência e enriquecimento cultural. Devem ser considerados lenitivos para aliviar a humanidade de um mal endêmico da própria sociedade de massa: o tédio. A perspectiva dos "meios de comunicação de massa" é a redescoberta dos valores culturais do lazer, que o poeta Weiss definiu como "atitude da percepção receptiva, da imersão intuitiva e contemplativa do ser".¹⁴

O lazer, por si próprio, não tem significado. Dumazedier afirma que o lazer, qualquer que seja sua função, é, inicialmente, liberação e prazer. Numa pesquisa, citada pelo estudioso francês, as respostas diferenciaram-se em três categorias: a) **função de descanso**; b) **função de divertimento, recreação e entretenimento**, c) **função de desenvolvimento**.

A televisão, devido à lógica interna de seu sistema audiovisual adaptado ao lazer, tende a transformar os problemas em situações concretas, as situações concretas em casos vividos, e estes relacionados com personagens que facilmente se transformam em vedetes do cinema televisionado, dos programas de jogos e de entrevistas públicas.¹⁵

Entre os meios de comunicação de massa, a televisão deve ser vista como fenômeno de lazer que tende a ser comum a todas as categorias sociais. Na realidade, para muitas pessoas, assistir à televisão é uma ocupação do tempo livre. Essa já é uma característica que aparece como poderoso determinante daquilo que o público espera do conteúdo dos programas. Ora, essa expectativa é, porém, complexa: desejo de evasão e participação, entretenimento e adaptação, informação e formação desinteressadas.

A Instrução Pastoral "**Communio et Progressio**" ensina que na sociedade contemporânea, graças aos meios de comunicação de massa, as melhores manifestações artísticas estão à disposição, para descanso e prazer, de um número crescente de pessoas que deles têm necessidade no meio de sociedade tão complexa. Enquanto essas distrações libertam o homem do peso das preocupações cotidianas e ocupa, de modo útil, o tempo livre.¹⁶ A televisão foi chamada de "cinema a domicílio". Nesses filmes, os documentários que tendem a tratar de determinado tema ou interpretar uma idéia, como "a vida dos animais", têm uma audiência certa.¹⁷

No Brasil, os meios de comunicação de massa preenchem o tempo livre da população urbana e, embora em menor proporção, da rural. O rádio tem maior audiência no País. A seguir, vem a televisão. O cinema e o teatro já se restringem a uma classe privilegiada. Dada a alta porcentagem de analfabetos, não se pode falar da revista e jornal serem lidos como lazer. Contudo, não se excluem.

Os programas mais populares são: “Sílvia Santos”, “Cassino do Chacrinha”, “Os Trapalhões”, “Fantástico” etc. O primeiro vai ao ar pela rede do SBT, os demais pela rede Globo. As outras emissoras formam as assim chamadas “independentes”, que possuem seus programas, mas sem forças para competir com as duas principais.

Não podemos falar de equilíbrio ou **optimum** na produção televisiva nacional. Aos domingos, quando a permanência em casa é quase compulsória (postos de gasolina fechados, passagens caras) não resta outra alternativa, senão a televisão e, na falta desta, o rádio. Os programas esportivos galvanizam a atenção dos telespectadores e dos radiouvintes brasileiros de modo todo especial. Sobretudo quando transmitidos em cadeia nacional, como nas decisões de campeonatos. Será que com essas produções de esportes, entretenimentos, filmes, os meios de comunicação de massa desempenham seu papel no preenchimento do tempo livre? No Brasil não se pode ainda falar de leituras como atividades de lazer. Noutros países isso é possível e representa um importante aspecto na elevação cultural do nível dos lazeres.

5. Comunicação e Educação

No vasto domínio da educação os meios de comunicação de massa ocupam um papel cada vez mais dominante. Eles contribuem para uma formação de base, luta contra o analfabetismo, ensino de técnicas agrícolas, higiene e métodos de desenvolvimento comunitário. Como “transmissão de valores”, a comunicação é uma atividade eminentemente educativa, porque pressupõe o intercâmbio de experiências entre pessoas de gerações diferentes.¹⁸ Por isso, a UNESCO recomendou que “os colégios deveriam ajudar os alunos a desenvolver atitude crítica para com os meios de comunicação no sentido de lhes melhorar o conteúdo, estudando-lhes as implicações educativas.”¹⁹

Os meios de comunicação social foram chamados de “escola paralela”. Ao lado dos meios televisivos que são hoje os mais importantes, os condutores que a nova escola dispõem, e poderão dispor sempre com vantagens para o futuro, de novos instrumentos tecnológicos.

A Comissão Pontifícia, no seu documento **Communio et Progressio** afirma que os meios de comunicação têm um papel cada vez mais importante no campo educativo. Em muitos países, o rádio e a televisão tornaram-se instrumentos de ensino, possibilitando maior divulgação do trabalho dos especialistas. Outras vezes, são utilizados como complemento, oferecendo aos adultos a possibilidade de atualizar sua instrução.

No Brasil, como noutros países, o rádio exerceu e continua exercendo a função educacional. Embora o contato mestre-aluno jamais

possa ser substituído por um processo tecnológico de comunicação, contudo em nosso país, a missão cultural é um fato concreto, quando cria condições para que o ouvinte ou telespectador se interesse pelo progresso, pelo livro, pela aprendizagem direta.²⁰

No que se refere à televisão educativa, o Brasil não está fora do processo. O Governo reservou 60 canais para televisões educativas. Em muitos Estados já se acham em plena atividade.

Wilburn Schramm afirma que “os veículos de comunicação de massa podem ajudar substancialmente em todos os tipos de educação e treinamento”.²¹ Têm uma capacidade “suplementar”. Nos lugares em que professores e escolas são raros, provaram-se capazes de realizar por si sós grande parte das tarefas de educação. Onde os professores, treinadores, monitores são raros os meios de comunicação de massa, sobretudo o rádio, cinema e televisão podem arcar com a responsabilidade proporcionalmente maior na educação.

No “abismo tecnológico”, a televisão educativa com um cabedal de informações de toda ordem e um poder esplêndido de difusão de conhecimento, o satélite de comunicação representa promessa de multiplicar exponencialmente essa capacidade, seja por intercâmbio com outros países, seja e principalmente, por cobertura de notícia e comunicação ampla entre as várias regiões do Brasil, onde o “Projeto SACI” para uso de satélite síncrono brasileiro para levar programas educativos a toda a população nacional. Num país em desenvolvimento como o nosso, a educação deve ser “uma importante indústria de investimentos”.²²

O grande precursor da educação pelo rádio foi Monsenhor José J. Salcedo, na Colômbia. Pensando numa solução para a pobreza e o analfabetismo de seus fiéis na aldeia de Sutatenze, e com recursos limitados conseguiu instalar uma pequena emissora de rádio. Começou com algumas horas de emissão aos sábados, à noite, para auditório de 5.000 ouvintes. Essas pessoas agrupavam-se ao redor de 15 receptores. Isso ocorria em 1948. Houve progresso. Em 1954, com seis horas de emissão diária, atingia 200.000 pessoas e contava com 16.000 receptores. Em 1960, o número de ouvintes de Mons. Salcedo ultrapassava a casa de um milhão. Foi assim que, com um investimento módico, transformou radicalmente a vida rural de grande parte da Colômbia.

Arthur A. Clarke enfatiza que a experiência de Mons. Salcedo “deu uma primeira idéia do que as comunicações por satélites poderão reduzir o analfabetismo e a ignorância, sempre que se decida utilizá-las para esse fim”.²³

6. Comunicação e Família

Os efeitos da comunicação de massa na família são óbvios. A incidência é patente. Esses meios constituem, por si, um "fator novo na vida familiar, transformando-lhe o ritmo e a modalidade". As mudanças estruturais na família começam pelos aspectos mais exteriores como o ritmo de vida, os horários, os costumes, a possibilidade de convívio e de estar juntos.²⁴ Por isso é que se fala hoje em "geração audiovisual".

A interpretação dos fenômenos sociais que cercam a juventude e o fator lingüístico da comunicação de massa representam uma experiência constante desde o nascimento, confundindo-se e, não raras vezes, sobrepondo-se à linguagem materna. Esse fenômeno tende a nivelar as competências no seio da família e a neutralizar o ascendente e o prestígio que deriva da própria experiência dos pais.²⁵

Quando McLuhan profetiza a redução do mundo a uma "aldeia global", surge a interrogação: qual seria o papel da família dentro dessa "aldeia eletrônica"? De um participante ativo? Ou de um simples produto dentro da indústria cultural?

É verdade que o "vídeo mágico da televisão, o envolvimento eletrônico, o bombardeio de informações em mosaico, as manchetes em jornais, a publicidade lúdica dos "slogans" e dos anúncios coloridos das revistas, a catarse induzida pelos "mass media", levam uma ilusão de envolvimento, de participação".²⁶ Atuando como fatores desencadeadores, os meios de comunicação de massa, dentro do "sistema social global" trazem para a família a guerra, as convulsões sociais causando uma mobilidade, a subcultura diligente, o atratismo das ideologias políticas ou religiosas, as contradições entre valores dos grupos primários e secundários, as mudanças sociais repentinas, os preconceitos raciais. Qual o nível real da participação daquela mãe norte-americana que viu o filho morrer no pântano do Vietnã, pela transmissão direta da TV? Certamente, o impacto foi desencadeador e acelerador de um processo que levou a juventude dos Estados Unidos e do mundo a reações contra o prosseguimento da guerra.

A criação de uma "consciência passiva" é o fruto dos conflitos entre a imagem do mundo fornecida pelo grupo familiar e a que a criança, o adolescente, o jovem recebem pela exposição aos meios de comunicação de massa.²⁷

Qual a verdadeira função da comunicação de massa? Charles Wright, ampliando a categorização proposta por Lasswell, insiste em que as principais funções seriam: a) vigilância – coligir e distribuir informações sobre eventos ocorridos no ambiente (notícias); b) correlação das partes da sociedade, em resposta ao ambiente e a orientação da conduta em reação a esses acontecimentos; c) transmissão de cultura de uma gera-

ção a outra — comunicação de informações, valores e normas sociais; d) entretenimento — comunicação planejada para distrair. Além disso, assinala ainda funções **manifestas**, quando os resultados são desejados e funções **latentes**, quando se trata de resultados não desejados. Do ponto de vista do bem-estar social, as conseqüências indesejáveis seriam **disfunções**. Donde, uma mesma mensagem pode ter tanto efeitos funcionais como disfuncionais.²⁸

Embora seja discutida a influência positiva e negativa na família por parte da televisão, em 1954, durante uma semana foi feita uma pesquisa na televisão: alguém era machucado ou ameaçado a cada seis minutos do tempo de programação. No total, foram anotados mais de sete mil atos ou ameaças de violência, na sua maior parte nos programas de entretenimento. Só os programas infantis tinham a média de 38 atos ou ameaças de violência por hora. Em 8 entre 10 casos, os agentes da violência eram humanos, ficando os animais e outras fontes não-humanas com uma porcentagem muito baixa.²⁹

Portanto, diante desse fluxo de informações para crianças, para a juventude que ainda não possui uma “consciência formada ou crítica” para julgar os valores a serem absorvidos ou rejeitados, a comunicação de massa, fazendo do mundo inteiro uma única família, constitui um desafio para os governantes, para os pais e educadores. Será o uso correto que poderá salvar de uma catástrofe, pois as aberrações sucessivas da informação audiovisual levam as crianças a se “adultizarem” e os adultos a se “puerilizarem”, numa desestruturação que atinge profundamente a maneira de ser e viver do homem da era cibernética.

7. Conclusão

Será que a redução do mundo às proporções de uma aldeia global representa um progresso para a humanidade ou, pelo contrário, essa justaposição de povos e culturas não se torna uma forma socialmente suicida? Será que a assim chamada “cultura de massa”, em vez de ser agente de adaptação, não se torna fermento de inadaptação, de frustração? A multiplicidade de símbolos, de mitos e de ídolos de massa que passam a servir de arquétipo ao comportamento juvenil de nossa sociedade comporta uma análise profunda de causas e efeitos dentro desse novo mundo tecnológico, capaz de fabricar sonhos e criar “olimpianos”.

A comunicação de massa, hoje, é um fenômeno social que dá sentido à vida do homem na comunidade familiar, nacional e universal. Até mesmo as instituições políticas se modificaram diante da magia do vídeo: do poder dos meios de comunicação de massa fizeram uso Hitler, Roosevelt, passando por Kennedy até Carter.

A integração em nível nacional e internacional é muito importante. Portanto, fatores positivos como participação de todos os grupos, o acesso à informação a pessoas de diversas camadas sociais, os entretenimentos proporcionados a todos, a eliminação das castas diante da cultura e da arte, o engajamento e participação no cotidiano, a linguagem simbólica que alarga o universo intelectual não se equivalem aos aspectos negativos, como “nivelamento de gosto e cultura”, planetarização cultural, seguir o gosto corrente: o produto já vem “mastigado” para o seu consumidor, sem exigir esforço de participação; as obras clássicas se convertem em “produto de consumo”. Como recomenda a UNESCO, o importante para os produtores e receptores é o conhecimento, a partir da pesquisa, da articulação dos meios de comunicação de massa na sociedade que aos poucos se adapta à cibernética, ao computador, aos bombardeios de informações, transformando-a numa “sociedade de símbolos”, “sociedade de consumo”, “sociedade de mitos”, “sociedade de imagens”, que leva o homem a viver num contexto espacial-cósmico e cria não só uma crise de geração, mas sobretudo uma crise existencial, responsável pela dialética “produção-consumo” no centro de uma dialética global de humanidade na era cibernética.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Miranda Prosus** (1957). In: DALE, Frei Romeu. “Igreja e Comunicação Social”. São Paulo, Edições Paulinas, 1973, p. 123.
2. MELO, José Marques de. **Comunicação Social: Teoria e Pesquisa**. Petrópolis, Vozes, 1971, p. 31.
3. WRIGHT, Charles. **Comunicação de Massa**. Rio, Bloch Editores, 68, p. 15.
4. Idem, *ibidem*, p. 17.
5. MCLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutenberg**. Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo, Editora Nacional/Editora da USP, 1972, pp. 227 a 231.
6. PAGANO, Christian. **Comunicação Audiovisual**. Tradução de Sílvio Aguilar. Lisboa, Edições Paulinas, 1972, p. 210.
7. MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo, Editora Cultrix, 1969, pp. 38 – 39.
8. MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no Século XX**. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. Rio, Forense, 1969, p. 17.
9. MORIN, Edgar. Idem, *ibidem*, p. 17.
10. Citado por BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Época de sua Reprodutividade Técnica**. In ADORNO ed alii. “Teoria da Cultura de Massa”. Rio, Editora Saga, 1969, p. 207.
11. ROSEMBERG, Bernardo e WHITE, David Manning. **Cultura de Massa**. Tradução de Otávio Mendes de Araújo. São Paulo, Editora Cultrix, 1973, pp. 18 – 22.
12. MELO, José Marques de. **Subdesenvolvimento, Urbanismo e Comunicação**, Petrópolis, Vozes, 1976, p. 88.

13. DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e Cultura Popular**. Tradução de Maria de Lourdes Santos Machado. São Paulo, Editora Perspectiva, 1973, p. 34.
14. Jimenes, Jesus Garcia. **Televisión, Educación y Desarrollo en una Sociedade de Masas**. Madri. Institute "Balmes" de Sociologia, 1965, pp. 13 – 26.
15. DUMAZEDIER, Joffre. **Op. cit.** p. 198.
16. PAGANO, Christian. **Op. cit.** p. 271.
17. DUMAZEDIER, Joffre. **Op. cit.** p. 88.
18. MELO, José Marques de. **Comunicação Social: Teoria e Pesquisa**. Petrópolis, Vozes, 1971, p. 16.
19. UNESCO, **Reunião de Peritos em Montreal**. In: "Comunicação e Artes", Escola de Comunicações e Artes da USP, nº 1, 1970, p. 151.
20. FERNANDES, Francisco Assis. **Aculturação Nacional e Internacional através dos meios de Comunicação Social**. In: GALACHE – ANDRÉ, M. "Brasil, Processo e Integração". 10ª Edição. São Paulo, Edições Loyola, 1973, pp. 33 – 34.
21. SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de Massa e Desenvolvimento**. Tradução de Muniz Sodré e Roberto Lent. Rio, Edições Bloch, 1970, p. 215.
22. Idem, *ibidem*, p. 58.
23. CLARKE, Arthur C. **Antecipação, Realização e Prospectiva**. In: "Comunicação na Era Espacial". Rio, Fundação Getúlio Vargas, 1969, pp. 57 – 58.
24. DALE, Frei Romeu. **Igreja e Comunicação Social**. São Paulo, Edições Paulinas, 1973, p. 209.
25. Idem, *ibidem*, p. 214.
26. PATRIANI, J. Seixas. **Os "Mass Media" e a Revolução da Juventude**. In: "Comunicação e Artes", nº 1, 1970, São Paulo, Escola de Comunicações e Artes da USP, p. 23.
27. WRIGHT, Charles. **Op. cit.** p. 19.
28. Idem, *ibidem*, p. 20.
29. Idem, *ibidem*, p. 96.