

A LUTA LIVRE NO BRASIL: O CONTEÚDO PUBLICADO PELA MÍDIA TRADICIONAL BRASILEIRA

*Carlos Cesar Domingos Do Amaral**

RESUMO

A Luta Livre - um esporte de entretenimento que já teve grande espaço no Brasil - entre 1960 e 1980 ficou conhecida como Telecatch. O objetivo geral está em, a partir da teoria do newsmaking, entender em categorias pré-estabelecidas as publicações sobre Luta Livre na mídia tradicional brasileira nos últimos 60 anos. Para esse artigo foram usados os métodos de revisão bibliográfica, análise de conteúdo e pesquisa documental. Resultados apontam 1010 conteúdos encontrados e baixa compreensão dos comunicadores brasileiros em notícia-la.

Palavras-chave: Brasil; Luta Livre; Meios de Comunicação; Telecatch; WWE.

ABSTRACT

The Pro-Wrestling an entertainment sport that already had great space in Brazil - between 1960 and 1980 it became known as Telecatch. The general objective is, from the theory of newsmaking, to understand in pre-established categories the publications on Pro-Wrestling in the Brazilian traditional media in the last 60 years. For this article, the methods of literature review, content analysis and documental research were used. Results show 1010 contents found and low understanding of Brazilian communicators in reporting it.

Keywords: Brazil; Media; Pro-Wrestling; Telecatch; WWE

A Luta Livre - um esporte de entretenimento que já teve grande espaço no Brasil - entre 1960 e 1980 ficou conhecida como Telecatch. Atualmente pode ser chamada de Luta Livre ou Pro-Wrestling.

* Universidade Metodista de São Paulo. Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. Bolsista Capes. Mestre em Comunicação pela Universidade São Caetano do Sul – USCS. Especialista em Jornalismo Esportivo e Negócios do Esporte pelas Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU. Jornalista pela Universidade de Uberaba – UNIUBE.
E-mail: carlaomestre@hotmail.com

O jornalismo tradicional brasileiro construiu durante os 60 anos que a Luta Livre existe no Brasil dois momentos que de certa forma fomentam as seis categorias a serem abordadas posteriormente. Enquanto de 1960 até 1980 os assuntos mais abordados na grande mídia alternaram-se entre Anúncios e Telecatch, os posteriores a esse período até os dias atuais foram classificados em quatro categorias denominadas como Aleatórios, Erros, Pro-Wrestling e WWE. Apenas as duas últimas são contribuem para a popularização e valorização do esporte, pois citam momentos em que o material internacional foi importante para os brasileiros. Fora esse padrão, em algum momento um material contemporâneo relembra o Telecatch.

O objetivo geral está em, a partir da teoria do newsmaking, entender em categorias pré-estabelecidas as publicações sobre Luta Livre na mídia tradicional brasileira nos últimos 60 anos.

Para justificar esse estudo, foi feita uma incessante busca por registrar inúmeros fatos que fomentam e constroem a história do Pro-Wrestling brasileiro, alguns dos quais contados sobre um grupo específico, de forma que muitos fãs atuais ou da velha guarda simplesmente não conhecem. São histórias pouco conhecidas que merecem não serem esquecidas. Além disso, é preciso categorizar os produtos publicados sobre Luta Livre nos meios de comunicação nacionais.

Para esse artigo foram usados os métodos de revisão bibliográfica com a participação dos teóricos da comunicação, análise de conteúdo e a pesquisa documental para expor a participação da Luta Livre na imprensa brasileira.

TEORIA DO NEWSMAKING

A teoria do newsmaking se inicia nos Estados Unidos entre as décadas de 1950 e 1960 e ia complementando o que o Gatekeeper apontava como apenas selecionar temas para notícia. O newmaking prevê todos os caminhos da produção de uma notícia: levantamento do assunto, pesquisa, apuração, seleção de fontes, redação e a publicação do material no meio de comunicação tradicional. O deadline que é o tempo estabelecido para a produção de algum material jornalístico também entra nessa variável (JÚNIOR, 2016, p. 222).

O conhecimento a ser transmutado que buscamos apresentar no newsmaking advém da necessidade pela qual um fato deve passar até sua publicação. Sem cumprir todos os passos, o material final pode apresentar sérias incongruências. Reforçamos aqui os caminhos a serem cumpridos: atender valores notícias, pesquisa para aprofundamento, entrevistas com po-

pulares ou especialistas, decupagem, redação, revisão e enfim a publicação. Esses são os caminhos que ficam entre os extremos de uma ideia para uma notícia até a própria reportagem. Ademais, os textos opinativos também devem passar por esses procedimentos, bem como as entrevistas ajudariam a melhorar os argumentos que estão sendo apontados. Em qualquer caso, a pesquisa é um dos momentos mais primordiais dentro do newsmaking, pois o conteúdo encontrado vai nortear até em que ponto o assunto pode chegar. Não executar a pesquisa ou acreditar que já se sabe o bastante do tema acaba condicionando o risco do erro, jargões aplicados irrefletidamente e o comprometimento da qualidade do produto.

Wolf (1999, p. 186 – 188) aponta que as pesquisas que utilizam o método do newsmaking possuem muitas características próximas a observação participante frente ao objeto. “(...) Desta forma, é possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria dos *mass media*” (WOLF, 1999, p. 186 – 188).

Hohlfeldt (2008, p. 203 – 204) comenta que o newsmaking passa pelo ato de produzir informações ou simplesmente de transformar fatos do dia a dia em notícias. “Deste modo, é especialmente sobre o emissor, no caso o profissional da informação, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e sua narratividade” (HOHLFELDT, 2008, p. 203 – 204). Na qual o resultado final são as notícias.

O FANTÁSTICO MUNDO DA LUTA LIVRE

A Luta Livre é uma arte que mistura enredos, personagens e combates em que os mais diversos assuntos podem ser retratados. Amores, amizades, traições, prisões e até o sobrenatural podem figurar como temas. Ela pode abordar e ser tudo isso exemplificado, assim como pode não ser nada e apenas apresentar uma luta. Tudo depende da nuance a ser proposta. Para um trabalho acadêmico, a simbologia obrigatoriamente vai além. Os caminhos passam por sua história, criação, objetivo, personagens, histórias, títulos e etc.

De maneira geral, a Luta Livre é o embate entre um herói que defende os bons modos, honra, valentia e tudo o que possa simbolizar a bondade contra um vilão que joga sujo, trapaceia e faz o possível para vencer, não importando se o adversário vai se machucar ou não.

Para Barthes a Luta Livre tinha como objetivo retratar a justiça do herói triunfar sobre o vilão, mesmo após tantas trapaças. Tudo isso com o sentimento pleno de justiça realizada. Esse foi o primeiro autor que escreveu sobre Luta Livre e só assim foi possível para que novas observações fossem dadas.

(...) Natureza espetacular do combate (...). O público não se importa nem um pouco que o combate seja ou não uma farsa — e ele tem toda a razão. Entrega-se à primeira virtude do espetáculo: abolir qualquer motivo ou consequência; o que lhe interessa é o que se vê, e não no que crê (BARTES, 1972, p. 11).

Em estudo anterior (DOAMARAL, 2016), definimos a Luta Livre com a nomenclatura de Esporte de Entretenimento frente ao seu formato que mistura tantos elementos que vão desde seu enredo até a performance.

Esporte de Entretenimento: Prática esportiva que mistura ações do teatro e espetáculo em busca de levar entretenimento aos espectadores. Os resultados são determinados nos bastidores, os participantes e a empresa sabem o que irá acontecer, os fãs não. Os praticantes precisam ser atletas, pois o esforço físico é alto. Os riscos de integridade física são os mesmos que qualquer outro esporte. Objetos cortantes, cadeiras, escadas, mesas e até mesmo fogo podem ser usados na busca de maior adrenalina. O local para as exhibições podem ser o ringue, tatame ou qualquer outro espaço como garagens, jardins, parques e etc (DOAMARAL, 2016, p. 11 – 12).

A LUTA LIVRE NO BRASIL EM UM RECORTE DE 60 ANOS: O CONTEÚDO DA MÍDIA TRADICIONAL BRASILEIRA

A amostra da categoria Aleatórios é de 135 resultados que aparecem com maior facilidade no jornalismo impresso. Revistas e jornais precisam cumprir espaços para finalizarem edições, hipótese que poderia justificar tais aparições. Como exemplo do que representa esse setor do trabalho segue a contribuição da Revista Placar.

Para uma revista esportiva como Placar, tal produto localizado aqui serve apenas para fugir de seu tema principal, o futebol, e assim dar ao leitor um momento de distração porque em novas páginas a modalidade prioritária volta a brilhar.



Figura 1 – Revista Placar e suas breves aleatoriedades

Fonte: Revista Placar (1974, p. 3), (1999, p. 77), (2012, p. 52), (2012, p. 213) Montagem do autor

Pode-se concluir que a categoria reuniu todo o material possível em que a Luta Livre aparece. A parte designada a esse setor pode ser entendida de duas formas: Positiva por lembrar do Pro-Wrestling, contudo negativa por serem apenas citações sem profundidade. São simplesmente “jogadas ao vento”.

A categoria Anúncios é exatamente o que seu título propõe, anúncios de divulgação de programação ou produtos ligados à Luta Livre. Tudo isso engloba os programas que seriam apresentados, assim como filmes. A amostra completa é de 511 publicações e o jornalismo impresso se mostra como o detentor de grande parte do que foi encontrado.



Figura 2 – O Globo valoriza o Telecatch com anúncios próprios

Fonte: O Globo (1967, p. 7), (1969, p. 18), (1966, p. 2), (1967, p. 7), (1966, p. 7), (1966, p. 6), (1978, p. 44), (1978, p. 40) <?>

Montagem do autor

Com as caricaturas maiores, o material ficou melhor explorado na página, o que poderia ser entendido por qualquer pessoa, pois apareciam os lutadores que se apresentavam na TV. Era uma ótima exposição ao produto semanal que fazia sucesso em outro canal e que subsequente foi para o grupo do qual esse jornal faz parte.

Dentro do apresentado na categoria “Anúncios”, a avaliação do material encontrado é avaliada como favorável. Mesmo que aconteça uma inflação de produtos muito parecidos, eles comprovam tempos datados da presença da Luta Livre na TV. Logo, existe a possibilidade de se construir com precisão uma linha do tempo dessas exibições.

A categoria de “Erros” reúne os materiais veiculados na imprensa que foram publicados de forma errada e equivocada. O objetivo é mostrar de forma geral e apresentar que termos seriam os corretos. Algo importante descoberto durante a montagem das

imagens com os conteúdos são que os erros de um meio de comunicação são os mesmos para com os outros, não importando o número de postagens. Ou

seja, um jornal publicou 20 matérias e o erro em questão é o mesmo em todas elas. Isso dá a entender que a linha editorial é determinante ao retratar a Luta Livre. Dos anos de 1970 e 1980, os erros são poucos, mas da década de 1990 até os dias atuais o desserviço é imenso. São 45 resultados nessa categoria.



Figura 3 – Os erros bizarros do Jornal Expresso da Informação

Fonte: Jornal Expresso da Informação (2015, s. p.)

Como último exemplo encontrado na categoria, está o jornal Expresso da Informação do Rio de Janeiro. A notícia em si é sobre Luta Livre, mas o erro está nos dados apontados. El Hijo del Perro Aguayo faleceu em um ringue da Triple A, equipe mexicana, e não da WWE, que se situa nos Estados Unidos. O adversário Rey Mysterio já atuou na WWE, mas aqui a disputa era uma outra equipe. Apontar a WWE como responsável por tal mostra total falta capacidade para noticiar a temática. Publicações assim são cabíveis de processo judicial. É necessário muito zelo e pesquisa para se afirmar algo em um jornal.

Com a categoria de Erros, é possível notar que frente a amostra total, os erros são poucos. Entretanto, é expressivo em seus efeitos, visto que a ocasião em que eles aparecem – ou seja, o fato de figurarem em veículos consolidados e em cadernos de política e esporte – alimentam o preconceito em relação à Luta Livre. Tais editorias são muito lidas e acompanhadas pelos espectadores e, com as citações depreciativas que visam enaltecer os outros, os erros se solidificam. É impossível pensar que a imprensa não tem uma parcela de culpa no ostracismo pelo o qual Telecatch passa. Tal fatia é dividida com os meios de comunicação que aceitam a reinvenção do preconceito e a outra parte fica com os comunicadores que veem nela a oportunidade de usá-la como escada para benefício de demais modalidades.

A categoria Pro-Wrestling salienta os materiais veiculados na imprensa que tratam da Luta Livre realizada no exterior, mas que não é ligada a WWE. Tal separação se dá para que as matérias não percam a relevância frente a pesquisa. O material dessa categoria alcançou 16 resultados.

A revista Placar fala sobre capacidade de público em arenas e estádios conforme o passar dos anos. Em dado momento, aparece a Coreia do Norte como um futuro confronto da Seleção Brasileira em 2010. Nesse dado momento, é apontado o maior público no país e é ligado à Luta Livre, o que sem dúvida comprova a paixão desse povo por esse esporte de entretenimento.

O balanço geral dessa categoria está na complexidade de se explicar o que é Luta Livre, em paralelo aos meios de comunicação apenas noticiarem quando algum fator se aproxima do Brasil. Ademais, com os conteúdos encontrados, demonstra-se

que os estrangeiros não aceitam os erros que os comunicadores do Brasil apresentam. A Luta Livre é feita com maiores desenvolvimentos em países como Estados Unidos, Japão e México, então qualquer visão fora de suas concepções será refutada imediatamente.

A categoria Telecatch tem como objetivo apresentar os materiais publicados na imprensa que tratam exclusivamente da Luta Livre no Brasil. A escolha por Telecatch para significar essa categoria se dá por ser esse o nome mais conhecido para a modalidade em território nacional. A amostra aqui passa por praticamente todos os períodos desses 60 anos.

Os meios eletrônicos, por serem mais recentes, apresentam pouco sobre o passado do *Telecatch*, mas os acervos online preservam esses fatos. Por outro lado, em termos do que foram publicados na web, os assuntos marcantes tratam do falecimento de Ted Boy Marino, que foi assunto em 14 sites de notícias diferentes. Alguns com apenas uma nota e outros com conteúdo mais amplo e fotografias. Os componentes dessa categoria somam 147 resultados.

Em um apanhado geral, os assuntos sempre ligavam o Telecatch a Ted Boy Marino. Isso é explicado por ter sido o maior nome desse esporte

Com as normas de segurança, quais são os maiores estádios do Brasil? E do mundo?

Celso Augusto Pissinatti Cardoso,
celso_pissinatti_cardoso@hotmail.com

→ As normas de segurança diminuíram, e muito, a capacidade dos estádios ao longo dos anos, Celso. Apesar das novas adaptações, o Maracanã segue sendo o maior do Brasil, com capacidade para 82.238 pessoas. Bem longe das 183.341 que registraram o maior público pagante do palco carioca, na partida entre Brasil e Paraguai, pelas Eliminatórias da Copa de 1970. Atrás do estádio Jornalista Mário Filho, nome oficial do Maracanã, vêm o Mineirão, com capacidade para 75.783 pessoas, e o Castelão, localizado em São Luís do Maranhão, que abriga um público de até 75.263. O Morumbi, quarto colocado no geral, é o maior estádio particular do país. O palco dos jogos do São

Paulo pode receber até 67.428 pessoas. Mas ainda estamos longe dos gigantes ao redor do planeta. O maior deles, na Coreia do Norte, nossa adversária na Copa, é o Runggrado May Day, com capacidade para 150.000 pessoas. So que o futebol não parece ser o forte do local, já que o recorde de público é de um evento de *luta livre*, em 1995, quando 190.000 pessoas se apertaram nas arquibancadas.

TOP 5 BRASIL	
MARACANÃ	82.238
MINERÃO	75.783
CASTELÃO (SÃO LUÍS)	75.263
MORUMBI	67.428
ARRUDA	66.044
TOP 5 MUNDO	
RUNGGRADO MAY DAY (COREIA DO NORTE)	190.000
SALT LAKE (ÍNDIA)	120.000
AZTECA (MÉXICO)	114.000
BUKIT JALIL (MALÁSIA)	100.200
JAWAHARLAL NEHRU (INDONÉSIA)	100.000

* FONTE: CADASTRO NACIONAL DE ESTÁDIOS DA CBF

Figura 4 – Revista Placar aponta alta concentração de fãs de Luta Livre em arena norte-coreana

Fonte: Revista Placar (2010, p. 9)

no Brasil. Sempre quando se citava um se falava do outro. Mesmo com tantos lutadores que fizeram e fazem parte da história, que continua a ser escrita até hoje, é difícil chegar a alguma conclusão concreta se Marino chega a ser maior que o próprio Telecatch. Das listadas 21 matérias em sites, apenas sete não tem Marino como seu assunto principal.



Figura 5 – Telecatch é um sucesso nas páginas da Revista Intervalo em 1968

Fonte: Revista Intervalo (1968, p. 20), (1968, p. 46 – 47), (1968, p. 20 – 21), (1968, p. 26), (1968, p. 46 – 47), (1968, p. 46 – 47), (1968, p. 54 – 56), (1968, p. 52 – 54), (1968, p. 25), (1968, p. 47), (1968, p. 54 – 55), (1968, p. 19), (1968, p. 3 – 5), (1968, p. 14 - 15), (1968, p. 37)¹

São 17 publicações e em apenas três o tema não passa por Ted Boy Marino, o que demonstra uma queda em relação ao ano anterior do períó-

¹ Montagem do autor

dico em que mais lutadores tiveram espaço em simbolizarem a modalidade. Entretanto, enquanto os lutadores focavam no Telecatch, Ted Boy Marino continuava midiático e avançando em outros mundos. Cuidados com a casa, lançamento de filme, a busca por um amor e o casamento com a felizarda. Ted Boy Marino era altamente noticiável e indiretamente ajudava a Luta Livre a continuar sua caminhada.

A categoria Telecatch apresentou na maior parte da amostra que é possível se noticiar uma modalidade sem ódio e de forma imparcial, o que deveria ser uma regra para qualquer assunto. Dessa maneira, é possível entender o quanto Ted Boy Marino representa essa história. Assim sendo, sua participação alavancou a modalidade e deu a lutadores o sonho de viverem dessa arte.



Figura 6 – Estado de São Paulo pouco publicou sobre WWE
Fonte: Estado de São Paulo (2009, p. D9), (2007, p. 49)²

Eis o jornal Estado de São Paulo com o anúncio da estreia da WWE no SBT aos sábados à tarde. A nova programação contribuiu para uma nova safra de fãs e alunos que se transformaram em lutadores, portanto é uma composição muito baixa frente a expressão do meio de comunicação.

A visão frente a WWE pela imprensa brasileira passa por dois pontos: a participação massiva dos programas na TV aberta e o distanciamento que portais da internet fazem para desmerecer ou tratar os fatos como a notícia. O que seria o correto? Sobre os programas na TV poderia ter sido mais vasta

² Montagem do autor

a cobertura e poderiam ter sido abordadas mais explicações do que era tudo isso. Na segunda questão a percepção de noticiar deveria vir acompanhada de que história está sendo contada em um todo. A mídia brasileira mostra que possui muita dificuldade ao noticiar Luta Livre principalmente após os anos de 1990. Isso sem dúvida afeta negativamente a correta aplicação do newsmaking, pois poucas são as matérias que verdadeiramente demonstram um processo de pesquisa para então ser executada a gravação ou redação. A WWE tem um impacto na midiaticização, dado que a visão dos brasileiros é distinta de outros países. Assim, as produções em momentos exaltam e em outros criticam. É nesse ponto que a ideologia dita os resultados a serem expandidos pela midiaticização. Os conteúdos entre 2000 e 2010 em maioria rebaixam a WWE, todavia, com a maior presença nos canais de TV paga, a empresa alavanca a popularidade. Nos dias atuais, é exibida ao vivo na TV e as matérias são positivas, conquanto haja midiaticização sobre Luta Livre no intuito de rebaixa-la, então existem pontos para maior aceite da população de massa nacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na elaboração deste trabalho, é entendido que a Luta Livre no Brasil ainda não foi explorada a tal ponto de se compreender seu valor no território comunicacional brasileiro. A proposta foi conhecer como se dá esse fenômeno e se, com o passar dos anos, a mensagem a ser levada se modificou ou ainda é parecida com a dos anos de 1960. As amostras mostraram seis faces pelas quais a mesma modalidade passa que somaram 1010 resultados.

O fardo de a Luta Livre optar por mesclar combates e entretenimento é reforçado positivamente pelos que a amam e denigrada pelos que a odeiam; ao mesmo passo, tal determinação é vista como maneira de resguardar a saúde dos lutadores. Lamentavelmente, tal elemento é visto com preconceito por simplesmente os combatentes não se odiarem realmente. Isso acontecer no senso comum acaba se tornando “normal”, mesmo sendo uma visão ignorante. Deveria existir respeito de antemão, já que, sem isso, não há qualquer reconhecimento do valor estético da modalidade.

Isto posto, convém ressaltar que o objetivo do trabalho foi entender, a partir da teoria do newsmaking em categorias pré-estabelecidas, como eram as publicações sobre Luta Livre na mídia tradicional brasileira nos últimos 60 anos.

A compreensão final é a de que o newsmaking realmente acontece uma vez que conglomeram todo o passo a passo do jornalismo, mesmo que

em alguns momentos, o ato de pesquisar sobre um tema pareça não existir ou simplesmente apresenta as mesmas informações. Em ambos os casos, a culpa, no contexto do Brasil, é cultural e é corroborada por instituições de comunicação que deixaram a Luta Livre ser colocada no limbo em prol de seus interesses em outro esporte em específico. Mesmo com todo esse material apresentado no estudo, é completamente compreensível afirmar que, a rigor, não existe cobertura esportiva de Luta Livre. O esporte de entretenimento surge apenas em momentos esporádicos e nessas ocasiões se repetem informações básicas relacionadas ao surgimento do Telecatch, ao seu caráter de entretenimento e à eterna luta do bem contra o mal. O material a ser publicado é responsabilidade do comunicador, em função de que é a partir dele que vemos o poder da ideologia e influência da imprensa. Os materiais de 1960 – 1980 apoiam a Luta Livre, os publicados após os anos 2000 relembram o passado ou a desqualificam em prol de outros esportes.

A consideração final a que chegamos é a de que a imprensa usou da Luta Livre como tema de publicações enquanto isso foi viável, além de que, ao sair da TV, as aparições caíram tanto que é notório o abandono da modalidade pelos meios de comunicação. Pelo propósito do entretenimento, acabou tornando-se motivo de piada para programas de TV, o que sem dúvida continua a rebaixá-la. Se a pauta prevê a necessidade dessa parte cômica, é de responsabilidade do proprietário da equipe dizer não a isso ou simplesmente negociar um melhor material. Com materiais que zombam da Luta Livre com os próprios lutadores aparecendo, é visível que também é responsabilidade deles o ostracismo atual. Para materiais na imprensa que verdadeiramente representem o Telecatch, é preciso que saibam dizer não a propostas depreciativas, assim como usar de suas redes sociais para mostrar maior grau de profissionalismo. Mediante esses dois passos, é visível para este pesquisador que as futuras aparições vão orgulhar os fãs brasileiros e irão valorizar a nobre arte. Ted Boy Marino e os outros que estão no céu vão aplaudir tais iniciativas.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. Portugal: Edições 70, 1977.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Trad. Rita Buongermind e Pedro de Souza. - São Paulo: Difusão Européia do Livro. 1972.

DOAMARAL, Carlos Cesar Domingos. **Luta Livre**: Esporte de Entretenimento, WWE e Outras Plataformas. Alemanha: Novas Edições Acadêmicas, 2016a.

HOHLFELDT, A. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, A; MARTINHO, L.C.; FRANÇA, V.V. (organizadores). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

JÚNIOR, Enio Moraes. Interesse público e teorias do Jornalismo: considerações sobre os estudos de newsmaking e gatekeeping. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 6, n. 19, p. 219-232, jul./dez. 2016. Disponível em: <<http://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/download/162/96>>. Acesso em: 26 set. 2020.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5 ed. Lisboa: Presença, 1999.