



Watching Dallas: Os primeiros passos da trajetória intelectual de Ien Ang

Watching Dallas: The first steps of the Ien Ang's intellectual path

Ana Carolina D. Escosteguy
Dra em Comunicação e professora na PRC/RS
E-mail: carolad@puccrs.br
Bárbara Gravino Nassif

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar um apanhado sobre a pesquisa realizada por Ien Ang, nos anos 1980, sobre a *soap opera Dallas* e seus telespectadores. A problemática principal diz respeito à identificação de algumas características de *Dallas* e a sua relação com o prazer do espectador.

Palavras-chave:

¹ Não cabe aqui apresentar uma definição para História das Idéias e/ou História Intelectual; para tal, ver Silva (2003).

² O projeto de pesquisa que desenvolvemos atualmente, intitulado *Contribuições teórico-metodológicas dos estudos culturais para o campo da comunicação* (2003-2005), financiado pelo CNPq, tem como objetivo reconstituir diversas trajetórias intelectuais na área.

³ Decidimos publicar esta breve apresentação da pesquisa em virtude de uma grande carência de textos em português sobre o assunto e quase desconhecimento no meio brasileiro da trajetória da pesquisadora Ien Ang e seus trabalhos. Buscamos, também, aguçar o interesse pela autora e sua obra.

⁴ A primeira edição em inglês é de 1985, sendo que a publicação em holandês é de 1982.

Desnecessário dizer que os estudos de mídia ainda se encontram carentes de obras e mesmo de ensaios que apresentem histórias intelectuais ou que se identifiquem sob o rótulo mais antigo de história das idéias¹. Alcançar uma sistematização teórica desse gênero pressuporia a realização de um dicionário de nomes próprios com biografias intelectuais, apresentação e comentário de uma obra ou até mesmo do conjunto da produção do autor escolhido. A tentativa aqui se insere nesse projeto², mas é um passo inicial e ainda muito precário. Neste momento, apresenta-se a pesquisa *Watching Dallas*,³ de Ien Ang, realizada no início dos anos 1980 e publicada originalmente em holandês⁴, como uma contribuição àqueles que se dedicam à pesquisa de recepção, sobretudo à vertente vinculada aos estudos culturais.

A paixão pelo objeto

Nascida na Indonésia, em 1954, Ang imigrou com sua família, aos 12 anos, para a Holanda, onde recebeu uma educação clássica. Formou-se em psicologia pela Universidade de Amsterdã, onde fez também seu mestrado e doutorado, época em que teve contato com os estudos culturais. Sua dissertação de mestrado, *Watching Dallas*, além de inovar em termos da problemática da investigação, é também uma tentativa da autora de mostrar que é possível realizar uma pesquisa cujo objeto de estudo seja do

envolvimento do pesquisador. A própria Ien Ang assume gostar de *Dallas*, tendo transformado essa preferência em seu problema de pesquisa. No entanto, essa condição não prejudica sua análise.

A originalidade do estudo de Ang reside na proposta de investigar o fenômeno do prazer, em especial “os mecanismos através dos quais o prazer é despertado” (ANG, 1985, p.9) e a “relação entre prazer e ideologia” (ANG, p. 11), de uma produção norte-americana, *Dallas*, em evidência tanto na Europa quanto nos Estados Unidos no momento do estudo, entre 1978-1981.

Dallas foi uma *soap opera* de grande sucesso não só na televisão americana como em vários países do mundo. Produzida no final dos anos 1970, retratava a vida de uma família texana de classe alta, moradores de um rancho e donos de uma fábrica de óleo. A família era composta por sete pessoas: Jock Ewing, o patriarca, e sua esposa Ellie; os filhos John Ross (J.R.) e Bobby, com suas esposas Sue Ellen e Pamela, respectivamente; e Lucy, filha de outro irmão, Gary, que não aparece na trama. Cada personagem exerce um certo papel na história, com características e traços bem marcantes, como a crueldade de J.R., a constante depressão de Sue Ellen, Bobby e Pamela como o casal perfeito, dentre outros. Esse “retrato” de uma família americana correu o mundo e era transmitido no horário nobre em diversos países, conseguindo uma audiência impressionante e legiões de fãs.

Ien Ang decide pesquisar o porquê do grande sucesso do programa, tentando descobrir por que tantas pessoas o assistiam,

de onde vinha o prazer de assisti-lo. Para encontrar material para análise, Ang colocou um pequeno anúncio⁵ em uma revista feminina holandesa, *Viva*, pedindo para que lhe escrevessem cartas dando opiniões sobre *Dallas*. Como resposta recebeu 42 cartas – desse conjunto, 39 eram de mulheres – que utilizou como base para seu trabalho. As cartas variavam de dimensão, de poucas linhas até dez páginas, e o resultado da análise rendeu o livro chamado *Watching Dallas - soap opera and the melodramatic imagination*, editado pela Routledge, Londres, em 1985.

A relação da pesquisa com o contexto

Os estudos culturais têm tentado dar conta de diversos fenômenos, tanto culturais quanto políticos, a partir do estudo das relações entre comunicação e cultura. Tanto no Brasil quanto na América Latina, contudo, a contribuição desse campo tem sido excessivamente articulada aos estudos de recepção. Embora tenha sido essa problemática de investigação empírica a que mais tem contribuído para configuração dos Estudos Culturais no nosso território, não se pode desconsiderar que o interesse pela mídia, ainda, dentro do Centre for Contemporary Cultural Studies⁶ (CCCS) - Birmingham, surgiu centrado nos conteúdos da indústria cultural e suas repercussões na sociedade.

Na década de 1970, o Grupo de Mídia do CCCS produziu uma série de estudos que teve forte repercussão na história da pesquisa em comunicação no final do século XX. Convém notar, porém, que se trata de uma área que se desenvolveu por meio de uma série de estágios. Houve de início um interesse pelos noticiários de televisão, seguido pela preocupação de incorporar programas mais “populares” e, na seqüência, dada a representação mais substancial das mulheres e de seus interesses, destacou-se um novo foco na programação que funciona sob a rubrica “entretenimento e prazer” em vez de “educação e informação”.

Embora não tenha sido realizada dentro do CCCS nem tenha focado prioritariamente o que passa pelos meios de comunicação, a pesquisa de Ien Ang se insere nesse contexto. Trata-se de uma investigação

que marcou uma alteração nos rumos dos estudos de mídia, tornando-se menção obrigatória nas revisões de literatura que pretendem dar conta do olhar que vê as audiências como potencialmente ativas, construindo sentidos e interpretações dos produtos midiáticos consumidos.

Portanto, sua pesquisa é inovadora no contexto de seu surgimento, pois, seguindo alguns padrões desenvolvidos pelo centro de estudos de Birmingham, desloca-se da análise do texto para os relatos da audiência. Além disso, utiliza o conceito de prazer que estava vinculado, na época, aos estudos psicanalíticos de cinema e historicamente associado a análises textuais, para analisar empiricamente as audiências, tipo de pesquisa situada dentro do campo da comunicação de massa.

A pesquisa em si mesma

Ang começa seu trabalho justificando a escolha do tema e explicando a estrutura básica do programa. A primeira descoberta da autora é a de que há muita ambigüidade em relação à *Dallas*: muitos gostam, outros odeiam, mas os sentimentos se misturam. Até mesmo quem não gosta assiste por curiosidade e fantasia sobre o futuro das personagens. A resposta à principal pergunta de Ang: por que as pessoas assistem *Dallas*? é inicialmente muito simples: porque sentem prazer ao fazê-lo.

É nesse ponto que o trabalho toma um rumo diferente, buscando descobrir de onde vem esse prazer. Vários autores têm opiniões formadas sobre o prazer obtido dos produtos criados para massas – como é o caso de *Dallas*. A autora cita, por exemplo, Adorno e Horkheimer, que afirmam que esse prazer é uma sensação falsa, que tudo o que existe é opressão e manipulação. Mas não é possível que milhares de pessoas sintam prazer com um produto que apenas manipula; deve haver um pouco de “prazer real” ao acompanhar *Dallas*, questiona Ang. Outro autor mencionado pela autora sobre a mesma temática é Bourdieu, que sugere que uma dose de prazer vem de uma associação, um envolvimento emocional ou sensual com o objeto de prazer.

⁵ “Gosto de assistir ao seriado de TV *Dallas*, mas seguidamente percebo reações estranhas das pessoas com relação a isso. Alguém gostaria de me escrever e contar por que também gosta ou desgosta de assistir ao seriado? Pretendo incorporar essas reações em minha tese universitária. Favor escrever para ...” (ANG, 1985, p.10).

⁶ O Centro foi criado por Richard Hoggart, professor do Departamento de Língua Inglesa da Universidade de Birmingham, que o dirigiu até 1968. No período entre 1968 e 1979 quem assume sua direção é Stuart Hall, que dele participou desde sua fundação. O terceiro diretor foi Richard Johnson (1980-1987), seguido por Jorge Larraín (1988-1993). A partir dos anos 1980, porém, os estudos culturais se expandem geograficamente e a Grã-Bretanha deixa de ser o centro irradiador. Há evidências, hoje, de vitalidade dos estudos culturais nos Estados Unidos, Austrália, Canadá, África do Sul, Nova Zelândia, Taiwan e mesmo na América Latina.

Mas o grande sucesso de *Dallas* não pode ser isolado de todo um contexto social, alerta a autora. O horário que o programa foi veiculado (no horário nobre) já propicia, por si só, um certo prazer. O fato de os outros canais não oferecerem programas mais atrativos também ajuda o sucesso. Muitos assistem *Dallas* simplesmente por não terem nada melhor para fazer, e é a emissora que decide qual a programação; o público apenas aceita, ou troca de canal. Mesmo assim, não se pode eximir a grande responsabilidade que o programa em si exerce nesse sucesso todo.

O primeiro passo para se entender *Dallas* é aceitá-lo com um programa de ficção e compreender que cada receptor tem (ou pensa que tem) uma razão própria para gostar dele ou não. Não há uma opinião homogênea sobre *Dallas*. Há quem assista pelas personagens, pelo cenário, pelos temas tratados, dentre outros motivos. Mas a maioria aprecia pela associação de tudo isso.

O processo de identificação com a história é essencial para que haja prazer. As personagens exercem papel fundamental, mas, se descontextualizadas, não criam envolvimento com o público. O mundo retratado por *Dallas* nem parece o que cerca muitas pessoas, já que é um mundo de riqueza e luxúria, mas produzido de tal forma que há uma verossimilhança com o mundo real e, com a inserção das personagens, tal universo passa a ser completamente viável. É interessante observar que, quando a construção é bem feita, o público reconhece o programa como ficção, mas passa a comentá-lo como se fosse realidade, a tal ponto de confundir os atores com as personagens que encarnam.

Contraditoriamente, muitas cartas de receptores que não gostavam de *Dallas* consideram o mundo do seriado não-realista, com tragédias demasiadamente fantásticas (seqüestros, acidentes de avião, desastres, etc.) ocorrendo com uma mesma família em pouquíssimo tempo. Além do fato de pessoas tão diferentes e com tantos conflitos, como é o caso da família Ewing, continuarem morando na mesma casa, apesar de terem condições financeiras para cada um possuir sua própria moradia.

Enquanto isso, outros acham que o mundo refletido pelo programa é extremamente genuíno. Isso se dá pelo fato

de o conceito de “real” não ser único, de depender da realidade social de cada um. Os problemas que surgem na vida de um nem sempre são considerados problemas na vida de outros.

De acordo com Ang, o prazer ou desprazer gerado pelo seriado entre as telespectadoras relaciona-se a questões de ‘realismo’ (p.34). Porém, os dois grupos distintos de fãs e de críticos do programa cada qual ‘investia a noção de ‘realidade’ com um conteúdo diferente’ (p.35). Se aquelas que odiavam *Dallas* consideravam o seriado ‘não-realista’, por passar uma ‘imagem distorcida da realidade’ (p.36), as que adoravam o programa julgavam-no realista ao proporcionar uma ‘experiência da realidade’ (MASCARELLO, 2004, p.51).

Assim, o que faz *Dallas* parecer tão real, mesmo com suas contradições, é sua “transparência”. A técnica de narrativa utilizada faz com que o receptor se sinta presente na história, assistindo tudo através de uma janela limpa, transparente, sem edição, cortes ou maquiagem. A história parece desenrolar-se diante dos olhos do telespectador e, “coincidentemente”, a câmera só mostra as cenas que possuem alguma ação interessante. Esse padrão de filmagem é ditado por Hollywood e aceito e reconhecido no mundo inteiro.

Segundo Barthes, utilizado como referência importante na pesquisa, um texto pode ser lido em vários níveis. Se virmos *Dallas* no nível denotativo, não encontraremos motivos para seu sucesso, mas, de forma contraditória, acharemos explicações inclusive para quem não gosta da série. Muitos acham os fatos que se desenrolam na história não-realistas, enquanto o roteiro é um dos principais motivos para o desgosto de outros. Portanto, é no nível conotativo que encontramos a maioria dos fãs. A associação, não com a história em si, mas com os problemas das personagens, mesmo que estes sejam exagerados, é um motivo muito forte para o prazer encontrado. Esse nível de leitura dá

conta de uma atribuição de significados emocionais a *Dallas*, o que leva a [autora] a chamá-la ‘realismo emocional’ (...).

Conforme Ang, a experiência de realismo das fãs de *Dallas* (...) situa-se no plano emocional: o que é reconhecido como real não é o conhecimento do mundo, mas uma experiência subjetiva do mundo: uma 'estrutura de sentimento' (p.45) (MASCARELLO, p.52).

No mesmo campo dos sentimentos, *Dallas* é regido pela "estrutura trágica de sentimento", que é exatamente a oscilação entre amor e ódio, felicidade e tristeza, a turbulência constante das emoções da *soap opera*. A "estrutura trágica de sentimento" também é responsável pelo prazer, como uma montanha russa que sempre promete novas emoções. Essa expectativa de mudança gera curiosidade e prazer naqueles que a acompanham.

Para entender *Dallas* é preciso também, diz a autora, classificá-lo pelo seu gênero. O gênero é importante em qualquer texto, pois é por meio dele que o público sabe o que esperar e se prepara para tais emoções. Uma *soap opera* é uma narrativa contínua, com um núcleo central e com episódios que se completam, gerando uma história lógica. A principal diferença entre a *soap* e a clássica novela é que a primeira não tem previsão de final e possui personagens principais e secundários, enquanto a novela tem um fim definido e o núcleo é dividido em células menores que oscilam entre principal e secundário. A série distingue-se das duas formas de narrativa por não ter uma linearidade. Cada capítulo tem início, meio e fim e pode ser visto separadamente dos outros, que será entendido quase perfeitamente. Uma série também possui, geralmente, uma personagem principal, um herói, que conduz toda a história. *Dallas* é claramente uma *soap opera* que necessita de atenção constante para que o contexto seja entendido e absorvido. Como não há um problema central que inicie a trama, não há previsão de final e novos problemas vão surgindo e sendo resolvidos com o tempo, destruindo e restaurando o equilíbrio constantemente.

Para prender a atenção do público e acentuar o caráter dramático do programa é utilizada uma forma de narrativa bastante interessante, denominada "cliffhanger", o corte brusco no momento de tensão máxima.

No cume emocional é feito um *close-up* da personagem, que expressa toda a emoção, levando o fluxo adiante, e um corte brusco com a frase "to be continued" (continua) para atizar a curiosidade e a tensão provocada. Nos próximos capítulos acontecerá a dissolução (ou não) do problema apresentado, e a personagem em questão sofrerá uma mudança ou transtorno emocional.

As primeiras *soap operas* eram produzidas com cenários esparsos e com elementos visuais mínimos. Já *Dallas* foi produzida como um filme, com visual chique, cenários rebuscados, roupas e maquiagens exuberantes. Todos esses signos apresentados no programa refletiam o padrão de vida americano, com suas casas e carros maravilhosos, e por si só já exerciam grande prazer naqueles que assistiam. Não foi difícil para *Dallas* virar símbolo de consumo e prazer.

Em *Dallas*, cada capítulo é uma "caixa de surpresas" com várias narrativas paralelas, enquanto uma delas, a mais dramática, toma o papel principal. Cada semana uma personagem está no foco da ação, pois o que vale é a comunidade, e não a individualidade de cada figura. Um aspecto importante também é a seletividade da *soap*. Problemas sociais são sempre deixados de fora, tudo o que é mostrado parte de conflitos familiares, emocionais, tragédias, mas nada que possa gerar um pensamento mais profundo sobre o mundo real. As reflexões aparecem quando problemas dramáticos, como alcoolismo, depressão e câncer, são mostrados na narrativa.

A reflexão também não ocorre dentro de *Dallas*. As personagens nunca filosofam, pensam na situação do mundo ou nos problemas externos. Suas vidas giram em torno da família e dos problemas que nela surgem. E são esses problemas constantes que prendem a atenção do público. Espera-se sempre um final feliz, mas ele nunca acontece. Segundo Roland Barthes, a aparente desordem na história dá a impressão de movimento, de que as coisas estão sempre acontecendo e sempre ficando mais complicadas.

A posição que o receptor exerce também é uma forma de prazer. Ele sabe tudo o que está acontecendo em todos os lados da trama, o que lhe dá uma sensação de poder,





numa posição de onisciência. Essa posição faz com que o receptor possa se envolver com várias personagens ao mesmo tempo, como se as conhecesse mais intimamente, sentindo-se parte do que acontece.

O envolvimento torna-se muito importante para que a “estrutura trágica de sentimento” aconteça. Ela só funciona se o receptor consegue se reconhecer e se projetar na personagem, sentindo as mesmas emoções que ela. Essa reação acaba gerando a “imaginação melodramática”, quando o receptor se desliga de sua vida “chata” e se envolve completamente com aquele mundo fantástico, sem os seus problemas habituais, e pode ser levado pela imaginação e se colocar dentro da trama sem sentir-se culpado por fazê-lo.

A “imaginação melodramática” é mais comum entre as mulheres, não por elas serem mais suscetíveis, mas por terem sido acostumadas com isso, por meio da cultura do mundo em que vivemos. Essa forma de ter prazer não precisa acontecer o tempo todo, há momentos em que ela acontece e torna prazeroso assistir *Dallas*. E essa não é a única forma de se ter prazer com o programa.

É complicado teorizar o prazer. Muitos receptores assistem *Dallas* e não sabem qual o motivo específico, apenas gostam e ponto. O prazer é um fenômeno espontâneo, que simplesmente acontece e não se consegue explicá-lo; e, se fosse possível teorizá-lo, acabaria se tornando estático e substancial.

Assim como é difícil explicar por que gostamos de algo, é difícil explicar por que não gostamos. O mesmo ocorre com *Dallas*. Muitos motivos de desgosto para uns são exatamente o que outros gostam. Enquanto alguns receptores não suportam o fato de a *soap opera* ter uma estrutura fixa, sempre com as mesmas personagens e histórias diferentes, mas com o mesmo pano de fundo, outros consideram isso muito bom, pois assim conseguem envolver-se mais e entender as personagens melhor. Essa ambigüidade está presente em quase todas as cartas analisadas por Ang.

Aqueles que não gostam de *Dallas* utilizam expressões, para o julgamento, bastante interessantes, como “claro”, “simples”, “óbvio”, juntamente com “lixo”,

“bobagem”, “ridículo”, indicando que não apenas têm essas opiniões, mas as consideram completamente corretas. Ang mostra-se um tanto quanto desgostosa com essas afirmações, já que seu campo de estudo - os estudos culturais - condena o julgamento de valor de manifestações culturais. As opiniões estão embasadas, em sua maioria, na ideologia da cultura de massa e, mesmo que não saibam exatamente o que isso quer dizer, acreditam que a cultura de massa é algo ruim e, portanto, isso justifica que *Dallas* também o seja. Muitos expressam suas opiniões como se representassem a verdade absoluta.

Mesmo assim, muitos dos que não gostam de *Dallas* acabam por assisti-la e encontram outra forma de sentir prazer sem culpa: por meio da ironia. Adotando posição de distância e superioridade, criticam e comentam aquilo que acontece de forma irônica, a fim de mostrarem-se longe da história narrada. Uma das cartas analisadas contava que o receptor se divertia muito ao assistir *Dallas* junto com outras pessoas e que ficava criticando e “tirando sarro” do que acontecia. Nesses casos, a “estrutura trágica de sentimento” não cumpre seu papel, pois o melodrama deixa de ser dramático e passa a ser “cômico”, já que não há identificação.

Gostar de *Dallas* vira uma espécie de tabu, pois aqueles que assistem, dependendo de sua realidade social, acabam sendo rotulados por isso. Uma das cartas fala que “gostar de *Dallas* é certo, se você souber que não é realístico e portanto é ruim” (ANG, p.105). Mas ainda há aqueles que não se importam de gostar de produtos da cultura de massa e não precisam se defender contra as reações negativas das pessoas.

Em confronto com a ideologia da cultura de massa temos a ideologia do populismo, que ronda muitos outros receptores. Algumas cartas falam de nunca terem ouvido reações negativas ao seu gosto por *Dallas* e, aparentemente, vivem em lugares onde a ideologia da cultura de massa não tem tanto poder. A ideologia do populismo consiste exatamente em supervalorizar as manifestações populares e acreditar que o povo, por si só, pode produzir bons resultados e seus julgamentos sobre o que consome são ideais. As duas ideologias são extremamente contraditórias: a populista parte do conhecimento empírico, enquanto

a de cultura de massa é basicamente teórica, e ignora completamente o prazer.

A maioria das *soap operas* é feita especificamente para mulheres, mas isso não ocorre com *Dallas*. Assuntos como finanças, carros e suspense são bem explorados para que prendam também a atenção dos homens. Até mesmo o vilão principal (J.R.), que nas *soaps* é sempre uma mulher, nesse programa é um homem. Mas, mesmo assim, o maior número de telespectadores é mulher, e a discussão feminista bate de frente com a proposta de *Dallas*.

No final de seu livro, Ang denuncia uma aliança entre a crítica feminista e a ideologia da cultura de massa, que tende a ver nas mulheres “as vítimas passivas da mensagem enganosa das *soap operas*” (119). Para uma feminista, o ideal é que a heroína vença toda a opressão da sociedade mediante muita luta e esforço para, então, ter seu final feliz. Numa visão feminista, *Dallas* é ruim por apresentar mulheres que são submissas, que não se revoltam e vivem apenas em função dos seus maridos, sem vontades próprias.

Já no entendimento de Ang, a fantasia é uma dimensão da subjetividade, fonte de prazer porque “coloca a ‘realidade’ entre parênteses, porque constrói soluções imaginárias para contradições reais que em sua simplicidade ficcional (...) estão fora da tediosa complexidade das relações sociais existentes de dominação e subordinação” (ANG, p.135). No entanto, Ang alerta que a experiência dos prazeres melodramáticos não deve ser vista como obstáculo ao objetivo feminista de emancipação da mulher, concluindo que:

“a ficção e a fantasia, então, funcionam tornando a vida no presente prazerosa, ou ao menos suportável, mas isso, de forma alguma, exclui a atividade ou consciência política radical. Não significa que as feministas não devam perseverar na produção de novas fantasias e lutar por um lugar para a sua existência” (ANG, p.135).

As lutas feministas são importantes, mas não adianta apenas viver em prol de um futuro utópico e não ter prazer enquanto se está vivendo. É fato que as personagens de

Dallas são pouco ativas como mulheres e poderiam fazer mais para melhorar sua situação, mas também se deve deixar de ser tão crítico em relação a tudo e buscar viver com um pouco de prazer.

Realidade e ficção nos produtos midiáticos se juntam para tornar nossas vidas mais prazerosas, e não devemos tomar posições rígidas e radicais em relação a tudo que nos cerca, mas também não podemos nos alienar em relação ao mundo real e seus problemas políticos e sociais. Enfim, a autora reivindica uma posição na qual seja possível perceber a atuação de uma dinâmica ambígua na cultura midiática.

Abstract

The objective of this article is to present an account of the research done by Ien Ang, in the 80's, about the soap opera *Dallas* and its spectators. The main point is to identify some characteristics of *Dallas* that organize the viewer's pleasure.

Key word: cultural studies, reception, Ien Ang, *Dallas*

Bibliografia

- ANG, Ien. *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. Londres e New York: Routledge, 1985. 148p.
- BRUNDSOON, Charlotte. The pleasure of a programme like this is not something simple: Ien Ang. In BRUNDSOON, Charlotte. *The feminist, the housewife and the soap opera*. New York: Oxford University Press, 2000. p.147-164.
- EMANUEL, Susan. Ien Ang, Mirando *Dallas*. In: BARKER, Martin; BEEZER, Ann (org.). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Bosch Comunicación, 1994. p.29-43.
- MASCARELLO, Fernando. *Os estudos culturais e a espectralidade cinematográfica: Uma abordagem relativista*. 2004. 189 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Estética) – Escola de Comunicação e Artes, ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2004.
- SILVA, Helenice Rodrigues da. *A história intelectual em questão*. In: LOPES, Marco Antônio (org.). *Grandes nomes da História Intelectual*. São Paulo: Contexto, 2003.