

---

## De Volta para o Futuro II – Imaginário Social, Signos e Consumo<sup>1</sup>

Isabela Nantes HISATOMI<sup>2</sup>  
Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

### RESUMO

A série filmica “De Volta para o Futuro” trouxe e traz até hoje tanto prestígios quanto estudos acerca do tema viagem no tempo. O artigo visa compreender de que forma o segundo filme da trilogia influencia, por meio de signos, o consumo na década de 1980 através do imaginário social dos anos 2000 retratado no longa-metragem. Através de conceitos sobre meios de comunicação de massa e consumo, e levando em conta o contexto histórico e o poder de influência do cinema, foram selecionadas as principais cenas onde o futuro representado transmite os ideais de consumo da época. Após análise, compreende-se que os signos apresentados no longa, com a colaboração das circunstâncias do período, levaram o público à doutrina do consumo e do capitalismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** De Volta para o Futuro; consumo; imaginário social; meios de comunicação de massa; signos.

### TEXTO DO TRABALHO

A ciência, em suas diversas áreas e segmentações, sempre teve alguns pontos interrogatórios em comum. Um deles é sobre como é o futuro. O que será de nós? O que podemos esperar? Uma das poucas certezas que temos em relação ao futuro é: um dia morreremos.

A física, a biologia e tantas outras extensões da ciência pesquisou e ainda pesquisa sobre essas questões. Até mesmo as ciências humanas possuem uma inquietação em relação ao futuro da humanidade. Uma das manifestações sobre o futuro refletem no cinema, mais especificamente em filmes com a temática viagem no tempo.

Conforme Vadico (2001), a viagem no tempo no cinema, assim como tudo que o cinema narra, vem da literatura. Durante o Iluminismo (século XVIII), devido às modificações da época e do futuro incerto, estudiosos sentiram-se atraídos pela ideia de que estava por vir, tanto que por muito tempo o sentido da viagem no tempo era voltado para o futuro. O diálogo com o imaginário social é um fator que seduz o ser humano a se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 4 – Comunicação Audiovisual do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Comunicação da CECA-UEL, e-mail: [isahisatomi@gmail.com](mailto:isahisatomi@gmail.com).

questionar em relação ao futuro. “A viagem no tempo é um sintoma bastante claro da preocupação do homem contemporâneo com o seu existir no Tempo e de como ele contabilizou respostas para a angustiante certeza de que não pode controlá-lo”. (VADICO, 2001, p. 16).

É evidente que existem inúmeros filmes que abordam a viagem no tempo, principalmente para o futuro, criando um imaginário social por quem o assiste. Mais especificamente, em “De Volta para o Futuro II”, dirigido por Robert Zemeckis, o mundo de 1989 viu um futuro como jamais haviam imaginado. De acordo com Pereira e Storter (2016), o momento era propício a se falar em futuro, devido ao marco da queda do Muro de Berlim, encerrando a Guerra Fria, que conseqüentemente carregava uma insegurança em relação ao que aconteceria com o mundo depois da fase bipolarizada. Outro fator foi a credibilidade dada a Steven Spielberg, cuja produção do longa fez toda a diferença ao gerar uma conexão entre o público e o discurso apresentado no filme devido aos grandes sucessos anteriores da época. (PEREIRA; STORTER, 2016).

Conforme as autoras Pereira e Storter (2016), todas as datas tratadas na trilogia são propositais, onde mostram, desde o primeiro filme, quando os personagens voltam ao ano de 1955 (período pós Segunda Guerra Mundial), a reorganização social, indústria da moda e jovens frequentando ambientes de socialização sem preocupações, todos elementos que envolvem os que viveram a época.

A escolha das datas para as quais a viagem no tempo ocorre não são aleatórias. O sujeito de 1989, que vive a conjuntura social do fim da Guerra Fria ainda vivenciará o futuro de 2015, ainda estará vivo para confirmar o resultado da expansão do capital – por isso, é necessário apresentar uma realidade do futuro em que isso esteja presente. [...] O filme mostra o que as pessoas vivem, gerando assim a adesão dos sujeitos que veem coerência na narrativa, possibilitando mais ainda a crença de que – se o hoje está sendo mostrado com veracidade, também o futuro deverá assim ser. (PEREIRA e STORTER, 2016, p. 7).

Para explicar resumidamente o filme, a segunda parte da série começa no ano de 1985, com o cientista Doctor Emmett Brown chamando Marty McFly e sua namorada Jennifer a irem para o ano de 2015 na sua máquina do tempo (um carro que, devido às tecnologias do novo século, pode voar) para evitar que uma tragédia aconteça com a sua futura família – o filho do casal participa de um roubo e é preso.

Tratando-se da narrativa do filme, Pereira e Storter (2016) sublinham os elementos comuns aos telespectadores como personagens e ambientações, relações familiares, além

dos signos da cultura americana como Nike, Pepsi, Texaco e Ronald Reagan, entre tantos outros ícones estampados no Café 80's (cafeteria do ano de 2015), reforçando a narrativa de que o capitalismo deu certo. Outro ponto reforçador de que o sistema econômico vigente era a melhor opção e sempre será a melhor opção é a volta para o ano de 1985 alternativo. Nessa parte especificamente, o antagonista da narrativa, Biff Tannen, é corrupto, dono de uma grande corporação onde comanda a cidade de Hill Valley, que se tornou um caos. A polícia é depravada, a violência toma conta de todos os lugares e o prédio da Torre do Relógio virou um cassino/residência do milionário e atual marido da mãe de Marty – já que seu pai fora assassinado (PEREIRA; STORTER, 2016). Tudo para mostrar como o mundo seria se a população fosse comandada por um só homem.

Fonseca (2007, p. 168) afirma que “os símbolos e as representações guiam ações, modelam comportamentos, canalizam energias e, em última instância, legitimam violências”. E acrescenta:

É por isso que, nas sociedades contemporâneas, os governantes esforçam-se sobremaneira para controlar ou regulamentar os meios de comunicação de massa, que são sistematicamente usados na fabricação e emissão dos imaginários sociais em forma de representações ideais da vida social, de seus agentes legítimos e da imagem social de autoridade, chefia e liderança. Portanto, paralelo às "relações de força e de poder" que toda dominação comporta, portanto, acrescentam-se "relações de sentido". (FONSECA, 2007, p. 171).

O pensamento de Fonseca (2007) vai ao encontro das autoras Pereira e Storter (2016) ao dizer como os discursos imaginários, junto de poderes, tanto interferem como criam imaginários sociais nos espectadores por meio de signos, criando expectativas em relação ao futuro, principalmente em relação ao poder político. A ideia do capitalismo como regime funcional é reforçada de forma clara no filme uma vez que as dores do espectador podem ser provocadas e ampliadas. “Os imaginários operam de forma particularmente eficaz na produção de visões futuras, sobretudo através da projeção das angústias, esperanças e sonhos em relação a um destino histórico da coletividade”. (FONSECA, 2007, p. 173).

Ainda que existam apurações relacionando o imaginário social e o poder político, o objetivo do artigo é apontar como os signos e os símbolos retratados na narrativa criaram um imaginário acerca da suposta realidade de 2015 e reforçavam o consumo da sociedade americana da década de 1980.

---

A narrativa cinematográfica, através da sua linguagem, encontra o seu espectador e o atingem. De acordo com Bona (2013 apud METZ, 2006, p. 349), “toda narração cinematográfica é também um discurso imagético, por possuir vários elementos que compõe a linguagem cinematográfica como a palavra, a música, as imagens, etc.”.

Para esta pesquisa, destaca-se a importância de relacionar “De Volta para o Futuro II” e o consumo, onde será abordado a fim de explorar o que o discurso cinematográfico passou para o público e continua a passar até os dias atuais, junto de outros meios de comunicação de massa. Justifica-se também a elaboração do artigo pela falta de documentação onde se trata especificamente do consumo em relação ao imaginário social por meio da abordagem de um filme que gerou e ainda gera tanto impacto.

### **O cinema da década de 1980 e as influências dos meios de comunicação**

Tomemos a definição de McQuail (2003, p. 506) de massa: “conjunto de indivíduos com comportamentos semelhantes, sob influência externa, [...] desprovidos de identidade própria, [...] autonomia, integridade ou determinação pessoal”.

Para este artigo, consideremos o modelo de comunicação de Codificação e Decodificação de Start Hall, onde:

O processo, [...] requer, do lado da produção, seus instrumentos materiais – seus “meios” – bem como seus próprios conjuntos de relações sociais (de produção) – a organização e combinação de práticas dentro dos aparatos de comunicação. Mas é sob a forma discursiva que a circulação do produto se realiza, bem como sua distribuição para diferentes audiências. Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido – transformado de novo – em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. (HALL, 1980, p. 388).

Hall (1980) ainda acrescenta que o propósito da comunicação, na qual tudo que é produzido – os momentos de codificação e decodificação – são determinados, possuem um objetivo. “Se nenhum ‘sentido’ é apreendido, não pode haver ‘consumo’. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito”. (HALL, 1980, p. 388).

A construção dos signos e códigos para um filme americano dos anos 1980, como o caso de “De Volta para o Futuro II”, são feitos com discursos ideológicos específicos. Elementos chave como consumo, conceito de família, instituições como polícia, escola, governo e o capitalismo são exemplos de discursos presentes na obra. Hall (1980) afirma como cada sociedade dispõe de sua realidade e associa os signos retratados para sua

---

cultura. Devemos levar em conta também não só o cenário dos Estados Unidos, mas sim que a época foi marcada por grandes produções hollywoodianas justamente pelo poder de disseminação e impacto que possuíam, ainda mais considerando o meio, que é “constituído pela combinação de dois tipos de discursos, o visual e o auditivo”. (HALL, 1980, p. 392).

Featherstone (1995) define o consumo em três concepções: acumulação de cultura material, status e prazeres emocionais. Na primeira delas, o consumo indica “expansão da produção capitalista de mercadorias, que deu origem a uma vasta acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo”. (FEATHERSTONE, 1995, p. 31). A segunda definição focaliza no fato de que as pessoas utilizam do consumo como forma de criar vínculos ou estabelecer distinções sociais. Na última concepção entra a questão do prazer emocional em consumir, quando os desejos e sonhos do imaginário cultural consumista e em locais específicos produzem prazeres estéticos e tipos de excitações. (FEATHERSTONE, 1995).

Novamente percebemos como a criação de signos e imagens interferem na existência, conforme afirma Featherstone (1995, p. 34), “as massas ficam fascinadas pelo fluxo infinito de justaposições bizarras, que levam o espectador para além do sentido estável”, ou seja, alterando o significado estável de uma realidade. O autor continua sua reflexão, como o consumismo de mercadorias nas sociedades contemporâneas não estão apenas no design e no imaginário nos processos de produção e marketing, mas sim, “as associações simbólicas das mercadorias podem ser utilizadas e renegociadas para enfatizar diferenças de estilo de vida, demarcando as relações sociais”. (FEATHERSTONE, 1995, p. 35).

Um exemplo bastante claro em “De Volta para o Futuro II” é a velha rixa entre o antagonista da série, Biff Tannen, com o pai de Marty, George McFly. Biff é o valentão que sempre gostou de passar por cima de George e acabou se dando melhor na vida do que a família McFly inteira, onde nenhum dos filhos possui um emprego considerado decente pela sociedade, George continua aceitando as ameaças de Tannen e Marty é obrigado a fazer favores absurdos, como encerrar seu carro.

Tratando-se de imaginário social, Oliveira (2006) alega como o cinema, as imagens e sua reprodutibilidade colaboram para que os espectadores aceitem a reprodução da realidade de forma contundente e “mesmo sabendo que são montadas, a

magia e o encantamento do fluxo de imagens fazem o espectador reagir como se fosse a própria realidade”. (OLIVEIRA, 2006, p. 134).

Além de um dos símbolos e uma das inovações da modernidade, o cinema significou também um meio extraordinário de circulação do conhecimento, de difusão de novas experiências e valores culturais. Numa cultura inteiramente permeada pela expectativa de progresso científico e inovações tecnológicas é natural que os meios de comunicação projetem perspectivas semelhantes. (OLIVEIRA, 2006, p. 135).

Conforme Oliveira (2006), o cinema pode servir de parâmetro para estudos culturais de uma sociedade, pois através dos filmes nos deparamos com eventos ocorridos ou imaginados de uma determinada época. Dessa forma podemos apontar diversos exemplos presentes não só no segundo filme da série, mas em toda a trilogia de “De Volta para o Futuro”, como a descrição do velho-oeste, as formas de se vestir e moda de cada época, as relações familiares, os hábitos de consumo, as tecnologias e invenções de cada período; são todos elementos produzidos que retrataram a realidade e, mais especificamente no segundo filme, previam um futuro próximo, onde se “pressupõe um trabalho permanente de imaginação, de interação com a razão e com as paixões e, em particular, a tradução de conceitos abstratos e valores em imagens”. (OLIVEIRA, 2006, p. 139).

O filme representa a sociedade americana de forma otimista, onde retrata como a população vivia de bem com a política, como se não houvessem preocupações ou problemas socioeconômicos, demonstrando o desejo utópico da sociedade.

[...] a produção de um determinado filme leva em conta a visão de seu público alvo, seu universo de referências, conhecimentos e expectativas. Nesse sentido revelam, mais do que outras produções artísticas como um livro ou pintura, o olhar de uma época ou de uma sociedade. (OLIVEIRA, 2006, p. 141).

Finalmente, podemos afirmar que as produções cinematográficas de ficção, de forma geral, colaboram para despertar o imaginário tecnológico, definido por Régis (2006, p. 3) como “conjunto de ideias e percepções a respeito dos usos e especulações sobre as possibilidades dos recursos tecnológicos em um contexto cultural”. Carros voadores, cadarços eletrônicos, filmes 3D e tantos outros elementos presentes no ano de 2015 retratados em “De Volta para o Futuro II” contribuem para a manifestação de demais ideias e conceitos acerca não só de um futuro real, mas de possibilidades ficcionais e científicas em demais produções.

---

## O imaginário do consumo para as massas

A trilogia “De Volta para o Futuro” lançada em 1985 e produzida por Steven Spielberg conta a história de Marty McFly, um jovem comum de uma família comum americana no qual tem um amigo (bem mais velho) cientista, Doc Emmett Brown, que busca incessantemente compreender a humanidade e o universo. É uma forma que ele descobriu que o auxiliará nessa busca é através da viagem no tempo. Por isso Doc constrói uma máquina do tempo que o permite viajar tanto para o passado quanto para o futuro. Um aspecto bastante interessante dos filmes é o fato de que a narrativa presente é independente ao mesmo tempo em que é interligada. Não é necessário que se assista o primeiro filme para entender o segundo, e assim vice-versa para todos da trilogia.

Neste artigo, a pesquisa se baseia mais especificamente no segundo filme da trilogia, onde logo no início da narrativa há a surpresa de que a máquina do tempo – o carro esportivo querido da época, um DeLorean DMC-12 – tem a possibilidade de voar para outra data ao atingir a velocidade de 88 milhas por hora. Ao chegarem no ano de 2015, na pequena cidade californiana de Hill Valley, onde toda a trama dos filmes acontece, Marty se depara com incríveis mudanças de um futuro próximo. Previsão do tempo extremamente precisa na qual é possível saber exatamente quando vai parar de chover, tênis com cadarços eletrônicos que se amarram sozinhos, roupas que se ajustam ao corpo e se secam automaticamente quando molhadas, skates voadores (*hoverboards*), digitais como documento de identidade e leitura biométrica para trancar e abrir portas das residências, óculos inteligentes, cinema 3D realístico, implantes biônicos e uma justiça ágil onde os advogados foram abolidos.

Tratando-se de análise fílmica perante as retratações na obra e as colocações no imaginário de um futuro promissor, indaga-se: como os signos de consumo da década de 1980 foram reforçados pelo mundo imaginado dos anos 2000 no filme “De Volta para o Futuro II”?

Determinados elementos retratados no futuro imaginado pelos produtores revelam que a ideia de um futuro promissor, tecnológico e moderno se tornará realidade, ainda que certos componentes já faziam parte do cotidiano da década de 1980, o que leva o filme a ter mais credibilidade ao que se é mostrado. Mesmo o telespectador tendo autonomia de aceitar o que é entregue de forma pronta ou não, na maioria das vezes a

---

audiência se comporta efetivamente como massa, onde recebe as informações dadas de forma praticamente inerte e sem questionamentos.

Na obra, Marty precisa impedir que seu filho do futuro participe de um roubo que poderia arruinar com toda sua família. Para isso, o adolescente vai a um café temático dos anos 1980 passando-se por Marty Jr., seu filho, para encontrar-se com Griff (neto de Biff Tannen) e assim recusar o convite para o complô. Ao chegar no estabelecimento, o personagem se depara com incontáveis elementos que misturam a tecnologia dos anos 2000 com ícones da década de 1980 (que compõem a temática da cafeteria). Michael Jackson ao som ambiente, figuras de astronautas no espaço, videogames antigos, Ronald Reagan (que foi símbolo nos Estados Unidos depois do final de seu mandato em 1985 por ter levado o país à superpotência durante a Guerra) aparece na TV como se fosse um garçom, entre tantos outros. Calçando um tênis Nike com cadarços eletrônicos, o jovem pede uma Pepsi diet e ensina as crianças a jogarem o videogame antigo, do qual elas não gostam pois precisa utilizar as mãos para jogar. Esses foram alguns exemplos de ícones que, para quem assiste, decodifica a mensagem que, basicamente, o futuro é algo extremamente parecido com o que eles já vivem, porém melhor.

Outro ponto reforçador tanto de consumo quanto da ideia do futuro melhor é um filme que está em cartaz anunciado na rua, e por ser em 3D realístico (sem a necessidade de usar óculos), assusta Marty. O filme em questão é Tubarão 19, que faz referência ao sucesso de Spielberg de 1975, que seria tão bom para se prestigiar que fizeram até a 19ª sequência.

O consumo com o objetivo de alimentar os prazeres emocionais e ainda modificar seu status está presente quando o protagonista resolve comprar um almanaque esportivo com todos os resultados de todas as partidas esportivas dos anos 1950 a 2000, com o objetivo de voltar ao ano de 1985 e apostar nos times que ganhariam. Porém Doc não deixou Marty ir adiante com seu plano e o fez jogar o almanaque fora - a ideia foi então roubada pelo antagonista da história, Biff Tannen, que volta para a década de 1950 e entrega o almanaque para o seu eu do passado, que acaba apostando em jogos esportivos, tornando-se milionário e modificando toda a realidade do presente (a de 1985). Este ainda é um momento de reflexão que a audiência pode observar em relação a ambições e consumo, onde mostra que determinadas escolhas podem afetar e prejudicar quem está a sua volta, e até mesmo toda uma comunidade. Outra reflexão evidente apontada por Doc



---

no longa é a importância de tomar suas decisões sempre com cautela, pois em tudo há uma consequência.

Todos os pontos citados em relação aos signos presentes no filme remetem à questão do poder que o cinema, dentre outros meios de comunicação de massa, tem em reforçar determinadas ideologias por meio dos signos presentes em suas narrativas. O cinema ainda possui a propriedade de ser disseminado por todo o globo, e vimos isso de forma bastante intensificada no período pós-Guerra, onde além de ser necessária a troca de informações, a tecnologia permitiu que as populações, mesmo que de diferentes culturas, pudessem usufruir como forma de entretenimento. Porém uma questão a ser levada em conta, conforme Fonseca (2007), mesmo tratando-se de cinema, é a questão da legitimação do poder no centro da imaginação social.

Para garantir sustentação, todo poder tem que se impor não só como poderoso, mas também como legítimo. É fundamental perceber, contudo, que no processo de legitimação desse poder, as circunstâncias e acontecimentos que encontram-se na sua origem valem tanto - ou às vezes até menos - quanto o imaginário despertado por esses processos. (FONSECA, 2007, p. 171).

Ou seja, tanto o que é apresentado pelos meios de comunicação quanto que se é visto e vivido na realidade interferem na imaginação de uma sociedade, e é justamente por isso que os meios, principalmente os audiovisuais (por atingirem mais sentidos) devem se apropriar e se apropriam de signos e símbolos que são melhores absorvidos pela população.

O ano de lançamento de “De Volta para o Futuro II”, 1989, marca outro fator histórico de extrema importância: a queda do Muro de Berlim. Podemos afirmar que as tensões da Guerra Fria (que se encerrou com a queda do muro) provocaram diversas emoções por todo o planeta, mais especificamente nos Estados Unidos, que dividia a rixa com a União Soviética na época. O período que se iniciou logo após a Segunda Guerra Mundial, onde o medo e preocupação por uma guerra nuclear assolava não só os americanos, mas a todos os outros países – as consequências poderiam ser catastróficas e afetar todas as populações – não está presente no filme; não faz parte da trama em nenhum momento. Além disso, o ano de 2015 reproduzido na obra é inteiramente otimista e confiante ao mostrar que o capitalismo é, e não poderia ser de outra maneira, o melhor modelo econômico. Não só bem retratado, mas bem enfatizado onde no mundo do futuro empresas como a Texaco é tecnológica a ponto de possuir um robô que troque seu óleo e

---

a sociedade parece não abrigar pessoas em situação de miséria ou passando necessidades econômicas.

Por isso, não podemos afirmar que os meios de comunicação de massa são os únicos que contribuem para se obter orientação, compreensão e divertimento (DEFLEUR & BALL-ROKEACH, 1993). Tratando-se de meios de comunicação, podemos afirmar que o cinema influencia e reforça determinados signos, mas não é a única forma de despertar o imaginário social, assim como em qualquer outro meio, onde não são os únicos responsáveis pelas formações de opinião, e sim colaboradores para tal.

### **Conclusão**

A cultura de consumo sempre esteve presente nas sociedades. Com a globalização e a inevitável evolução dos aparatos tecnológicos, inclusive dos meios de comunicação de massa, tudo que é considerado como novidade se colocado como passível de ser consumido, determinado produto será consumido. Vemos isso desde alimentos a diversos tipos de moda, padrões e estilo de vida de quaisquer tipos.

A década de 1980, principalmente nos Estados Unidos, foi marcada por grandes mudanças tecnológicas, e o cinema americano tinha (e até hoje tem) o poder de influenciar e direcionar o imaginário e as ideologias estimadas pelas grandes produções. Todos os signos presentes em “De Volta para o Futuro II” carregam em peso a cultura do consumo mostrando e implantando no imaginário da audiência que se a sociedade continuasse mantendo os hábitos de consumo e de vivência que já faziam na época, assim como seu estilo de viver (*american way of life*), ao chegarem no futuro, as tecnologias só iriam contribuir mais e mais para a vida boa que já usufruíam. É um dos filmes de viagem do tempo para o futuro mais otimistas que a história do cinema americano já presenciou, e por ser visto por diversas gerações, tanto passadas quanto atuais, possui um grande impacto e audiência mundiais.

O mundo do futuro vive de forma harmônica, com uma justiça rápida, sem desigualdade social, sem problemas econômicos e/ou políticos, além de muita tecnologia onde todos podem desfrutar. Claro que diversas previsões feitas do que seria a vida em 2015 não foram assertivas – ainda não temos carros voadores – mas a ideia principal onde a sociedade viveria de forma exultante, com a economia estável e como uma das melhores épocas da história da humanidade, realmente foi algo nunca visto.

---

Claro que os meios de comunicação de massa nunca foram ingênuos ao produzir filmes e conteúdos direcionados a grande massa, mas é justamente por isso que o período de lançamento do filme não poderia ter encaixado de forma melhor, principalmente para os americanos. Logo, a época de fim de Guerra Fria contribuiu muito para a sensação de que o capitalismo é de fato o “vencedor”, o melhor modelo econômico a ser seguido, pois dali 30 anos, o mundo será parecido com o que se vive na época, só que melhor. Portanto, pode-se concluir que o longa-metragem, por meio de seus signos, símbolos e ideologias, influenciou de forma contundente o consumo da sociedade da época através do imaginário social.

## REFERÊNCIAS

BONA, Rafael Jose. **Construções de significados no Cinema**: percepções do tempo na narrativa da trilogia De Volta Para o Futuro. Cadernos de Comunicação. v. 17, n. 1 (2013). Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/8952/6658>>. Acesso em: jul/2018.

DEFLEUR, Melvin L. BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo. Studio Nobel: 1995.

FONSECA, André Azevedo da. **A imaginação no poder**: o teatro da política na encenação da legitimidade. Contracampo, Niterói, v. 1, n. 16, p.167-182, jan. 2007. Semestral. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/viewFile/398/196>>. Acesso em: jul/2018.

HALL, Stuart. **Enconding/Decoding**. Culture, Media, Language Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979. London: Hutchinson, 1980. Tradução de Ana Carolina Escosteguy e Francisco Rudiger.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2003.

OLIVEIRA, Bernardo Jefferson de. **Cinema e imaginário científico**. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 13 (suplemento), p. 133-50, outubro 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/3861/386137997009/>>. Acesso em: jul/2018.

PEREIRA, Daniele. STORTER, Ariana. **DE VOLTA PARA O FUTURO II: A RETÓRICA A FAVOR DO DISCURSO PELO CAPITALISMO**. Contribuciones a las Ciencias Sociales, 2016. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/cccss/2016/01/discurso.zip>>. Acesso em: jul/2018.

RÉGIS, Fátima. **Os autômatos da ficção científica**: reconfigurações da tecnociência e do imaginário tecnológico. Intexto. Porto Alegre: UFRGS, v2, n.15, p. 1 – 15, jul/dez 2006. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4260>>. Acesso em: jul/2018.

VADICO, Luiz. A **“viagem no tempo” através de suas mediações**: um panorama sobre o surgimento e evolução do tema através da literatura e cinema. InterAtividade. Andradina, SP: FIRB, v. 1, n. 1, p. 137-153, jul./dez. 2001. Disponível em: <[http://www2.anhembri.br/publique/media/mestrado\\_comunicacao/viagem\\_no\\_tempo.pdf](http://www2.anhembri.br/publique/media/mestrado_comunicacao/viagem_no_tempo.pdf)>. Acesso em: jul/2018.

ZEMECKIS, Robert (dir.); SPIELBERG, Steven (prod. exec.). **De volta para o future II (Back to the future Part II)**. Filme. Ficção científica. 107 minutos. Estados Unidos: 1989.