



CONSTRUÇÃO DE PERFORMERS NAS MÍDIAS: UMA REFLEXÃO

Regiane Caminni Pereira da Silva

Professora da Universidade Anhembi Morumbi

Resumo: O objetivo deste ensaio é traçar um apontamento de idéias e de reflexões que envolvam, semioticamente, a construção de atuantes nas mídias.

A atuação desses performers é vista de forma presencial. Como objeto de aparição instantânea, ele caracteriza o efêmero e o reciclável daquilo que é midiático.

A investigação desse processo está nas intersemioses que o produzem. Como resultado de uma complexa semiose entre diversos códigos, linguagens e mediações, teremos um atuante modelizado pelas mídias como recodificação dos processos comunicativos entre elas – o performer.

Palavras-chave: Performer, Intersemioses, Mídias.

Apresentação da idéia

Abordo, aqui, em caráter de reflexão, a continuidade de minha pesquisa, que venho apresentando nesses dois anos no núcleo de semiótica da comunicação. Retomo que, no contexto midiático¹, o ator televisual rompeu com a tradicionalidade da personagem como elemento de representação. Surge um atuante que age por meio de suas ações performáticas ou pelos seus atos performativos². Sendo assim, não temos mais, meramente, a figura do apresentador ou do ator ou do modelo, mas aparece, neste cenário, o atuante como performer. Os próprios mecanismos das mídias acabam criando e sustentando a produção deste. Com

¹ Refiro-me a esse “contexto midiático”, principalmente, às mídias ligadas aos movimentos da cultura de massa.

² O termo performance possui um caráter polissêmico, sendo apropriado para vários usos. A expressão **performativo** ou **performatividade**, segundo Austin, diz respeito a um ato comunicacional, a uma atuação em qualquer expressão ou gênero. Esta atuação está mais ligada a um sistema de comunicação, ou seja, a forma como alguém conduz um ato comunicacional nesse sistema. O termo **performático**, segundo Cohen, está ligado, tipicamente, aos modos da Arte Performance – expressão artística dos anos sessenta, adjetivando uma qualidade histriônica e idiossincrática. Esclarecimento do Prof. Dr. Renato Cohen (Cohen, 1989) para a dissertação de mestrado – *O ator televisual nos trânsitos do tecido cultural-midiático* -, defendida em março de 2002 no Programa de Comunicação e Semiótica da PUC-SP, sob a orientação do próprio professor.

Nota apresentada no paper do XXV Intercom em 2002, intitulado: “Ator de TV: um trânsito semiótico”.



isto, a performance deixa de ser, simplesmente, um conceito artístico e passa a ser um elemento fundamental nas semioses da comunicação.

Jornalistas, modelos, atores, apresentadores, participantes cumprem suas funções de atuação num cenário de encenações. Eles apresentam, representam ou, simplesmente, participam de um gênero ou evento midiático. O corpo, a presença e a atitude/conduita tornam-se essenciais, destacando-se como elementos diferenciais entre performers, num espaço onde a espetacularização se faz presente.

O objetivo deste ensaio, no momento, não é apresentar a análise de um caso específico de atuação como exemplo. Mas apontar algumas questões que constroem, semioticamente, o performer midiático. Questões estas, que serão desenvolvidas e pesquisadas posteriormente.

A investigação desse processo concentra-se nas intersemioses que constroem, vivamente, o valor de atuantes nas mídias, tendo como ponto de partida a televisão na contemporaneidade brasileira, já que a considero como uma mídia que gerencia tematicamente, de certa forma, outras mídias, alimentando seus conteúdos de divulgação.

A princípio, poderíamos chamar estes atuantes de “personagens nas mídias”, pois eles compõem-se para atuar nestas. Ou seja, fazem-se “personagens” por eles mesmos, mas num tempo efêmero, de forma presencial e fabricada para marcar um determinado momento. E alguns deles vão se reciclando presencialmente para manter-se nesse cenário, tornando notícia na “rede das mídias”³ qualquer motivo de sua vida.

Essa espécie de atuação ganhou espaço e vem ganhando, cada vez mais, na mídia televisual. É por meio da imagem do performer, principalmente, que a televisão monta e divulga seus programas. Essa imagem vem acompanhada de suas supostas ou simuladas habilidades num possível jogo de *marketing*.

A montagem de um programa ou de uma peça publicitária, por exemplo, evoca um caráter de encenação. As pessoas que se mostram nesses programas e conduzem-no, passam a atuar nesse âmbito. Este não é mais, puramente, o da representação, porque, na maioria das vezes, esses performers não representam (simulam), mas encenam por eles mesmos no tempo presente e não por uma personagem propriamente dita.

³ Santaella ao abordar as reflexões sobre os intercâmbios, complementaridades e produções das mídias usa os termos “rede entre as mídias” e “rede dentro das mídias”.
SANTAELLA, L. “Cultura das mídias” em *Cultura das mídias*, p.34-40.

Já que, diante do panorama contemporâneo das mídias, o ator televisual está rompendo com a representação, o performer surge com a “*apresentação*”⁴, pois ele trabalha com o momento presente da enunciação. Ele expressa-se, declara-se, exprime-se, expõe-se, manifesta-se no momento da “*presentificação*”. Ou seja, o performer é presencial, atuando em função do instantâneo, do efêmero e da velocidade do tempo da “rede das mídias” às vistas de alguém – do receptor.

Assim, a questão da pesquisa promove-se nesta relação-operativa *performer-presentação*. Tal semiose é processada por intersemioses que articulam diversas linguagens para essa construção. A personagem, num sentido categórico, desvirtualiza-se, pois ela não representa mais puramente o outro, mas se apresenta por ela mesma. Este “ela mesma” é recodificado por uma produção que envolve outros agentes nesse processo de fabricação. Supostas qualidades desse atuante são ressaltadas e reprocessadas como um produto a ser vendido.

O conceito de personagem aparece recodificado para alguns performers midiáticos, quando ele é reconhecido pela(s) sua(s) marca(s) em exposição, ou seja, aquilo que o identifica por meio da visualidade composta para a sua personificação. Já o valor de performer é mais caracterizado pela ação desses atuantes – o modo ou forma como essas ações são conduzidas ou mostradas por uma pessoa em específico.

Todos eles, independentes de suas funções, levam para a sua atuação características que, de alguma maneira, são-lhes próprias. E, o que acaba acontecendo, é um jogo de intercâmbios entre as linguagens dos condutores que atuam nos espaços de encenação. Independente, do tipo de performer, podemos perceber num denominador comum, que eles constroem-se num processo de edição⁵, operacionalizado pelo sistema televisual, visando atingir outras mídias.

Para uma tipificação deste estudo, surgida na pesquisa de mestrado, chamo essa espécie de atuante que surge nas mídias de ator-performer, pois ele nem é um ator ligado ao tradicional e nem puramente um performer surgido nos movimentos da Arte-Performance.

⁴ Essa idéia de “*apresentação*” move a pesquisa. Ela foi citada no paper do XXV Intercom, intitulado: “Ator de TV: um trânsito semiótico”.

⁵ Uso a palavra “*edição*” num sentido amplo. Não apenas como uma montagem combinatória, mas que além dessa montagem, constrói-se por interesses específicos das mídias. Na pesquisa de mestrado, desenvolvi o conceito de “ator editado”, nas quais partes do corpo ou da atuação são selecionadas e/ou metamorfoseadas, processando modelizantemente



Mas, um ator-performer que conduz as encenações televisuais e suas multiplicidades para outras mídias no tecido cultural-midiático, pois ele ultrapassa os âmbitos da ficção, atingindo outras realidades.

O universo das linguagens artísticas entra neste estudo como ferramenta de averiguação e incorporação nas intersemioses que sustentam os intercâmbios entre linguagens e códigos nas construções desses performers midiáticos. E, ao mesmo tempo, comprovando que os fenômenos surgidos nas artes são reutilizados de forma reciclada e recodificada pelas mídias contemporâneas.

Para a investigação deste fenômeno comunicativo centro-me, inicialmente, no âmbito da semiótica da cultura russa, do ponto de vista de uma semiótica sistêmica, que me ajuda a averiguar esses trânsitos entre sistemas de várias linguagens. O performer é visto como produção hibridizada pelos sistemas de linguagens artísticas e midiáticas. Ele é modelizado pelas passagens, intersecções, encadeamentos e traduções entre esses sistemas no espaço cultural-midiático.

Alguns exemplos ressaltados pelas próprias mídias

Rapidamente, exponho alguns fragmentos selecionados da mídia impressa, que comprovam o caráter de performer no atuante televisual, no caso.

TV não requer prática, tampouco habilidade: canais abertos e pagos têm apresentadores sem afinidade com os assuntos abordados, às vezes, escolhidos pelo sucesso obtido em outras áreas⁶.

Na mesma matéria, é colocado um quadro, fazendo a relação entre vinte e dois performers clássicos, habituais e novatos. Cada um deles é apresentado por um perfil característico que compõe sua personagem nas mídias. Reescrevo cinco deles:

um “novo” ator que deixa de ser *mídia primária*, passando a ser *terciária* (PROSS, H. apud Baitello, N. “A visão irrequieta e o pensamento sentado”. 9º. *Compôs: Num mundo virtual, um momento de comunicação real*, 2000).

⁶ Título da matéria jornalística do *TVfolha*, escrita por Rodrigo Dionísio em 15/07/2001.



Os clássicos

Xuxa – ex-modelo, ganhou o apelido de “rainha dos baixinhos” por causa de sua atuação no comando infantil “Xou da Xuxa” (anos 80/90); atualmente, apresenta o programa de auditório “Planeta Xuxa”, aos domingos, às 14h15, na Globo.

Os habituais

Adriane Galisteu – modelo, ficou conhecida após seu namoro com Ayrton Senna; apresenta é “O Show”, programa de auditório, de segunda a sexta, às 21h40, na Record.

Luciana Gimenez – modelo, virou celebridade após ter um filho do líder dos Rolling Stones, Mick Jagger; apresenta o “Superpop”, programa de auditório, de segunda a sexta, às 21h45, na Rede TV.

Os novatos

Fernanda Lima – modelo, apresenta o programa de encontros “Fica Comigo”, segundas, às 22h, na MTV.

Vera Loyola – dona de rede de padarias e emergente, estreou este ano uma atração própria de entrevistas, o “Programa Vera Loyola”, quintas, às 22h, no CNT.

Ana Maria Braga interpreta a si mesma em “Estrela de Fogo”⁷

Podemos perceber que esses atuantes carregam para a TV habilidades que os caracterizam como pessoas, fazendo delas um chamariz para a apresentação de um programa, personificando sua performance televisual.

⁷ Título da matéria jornalística do *TVfolha*, da Reportagem Local em 05/07/1998. A apresentadora de um programa feminino participava, como a própria, de uma telenovela, fazendo-se “atriz” momentaneamente.



Possíveis intersemioses do ator-performer

A semiótica, no seu caráter sistêmico, podendo ser vista como ciência mapeadora para o estudo dos fenômenos da cultura, permite-me investigar o performer nesta complexa rede de relações gerada pelas mídias no espaço cultural-midiático, caracterizado por um dinamismo de incansáveis trânsitos.

As mídias podem ser vistas como sistemas de signos em constante expansão, contribuindo na formação permanente do grande texto da cultura, que se constitui pela semiodiversidade de códigos, meios e mediações. O espaço cultural-midiático funciona como malha tecida pela semiosfera⁸ nesta relação entre mídias, agentes, mediadores, atuantes e receptores.

Numa primeira observação, percebemos que as mídias alimentam-se de mecanismos surgidos nos processos de exploração dos textos culturais e movimentos artísticos para a construção de seus textos de atuação, como a *Performance Art* e a *Pop Art*, por exemplo. Desta última, podemos pensar no performer midiático contemporâneo, como expressão de manifestação estética da mídia e como consequência de uma sociedade que consome, exacerbadamente, essas manifestações midiáticas. Já que esse movimento artístico questiona o valor de arte e sua popularização no universo de consumo da cultura de massa, apropriando-se de tais imagens.

O atuante midiático expõe-se por ele mesmo e é visto nos processos de recepção por uma característica de *voyeurismo*. Por exemplo, os *reality-shows*, expostos nas encenações televisuais. Eles não são uma novidade da nossa contemporaneidade, mas uma ação surgida com os movimentos da *Performance Art* entre os anos 50 e 60. Alguns performers expunham uma “forma de viver” publicamente em espaços ambientados.

Um outro aspecto, que confere a produção das mídias, é a sua característica de intercomplementaridade⁹. Um mesmo performer que surge no espaço televisual pode ser visto numa mídia impressa como a publicidade, ou numa mídia *on-line* como manchete de notícia numa *home-page*. Isto completa e reforça a sua atuação como objeto de aparição instantânea.

⁸ LOTMAN, I. Universe of the mind: a semiotic theory of culture.

⁹ SANTAELLA, L. “Cultura das mídias” em *Cultura das mídias*, p. 35.



No começo do ano de 2002, tive a oportunidade de ver uma situação que comprova este tipo de mostragem do performer midiático. Por problemas técnicos, tive de acessar a página da *UOL*, umas três ou quatro vezes seguidas, em intervalos de poucos minutos. Em cada uma dessas vezes, a *Tiazinha* (Susana Alves), que participava do *reality-show*, *Casa dos Artistas*, no SBT, aparecia em fotos diferentes, mas sempre com a mesma manchete que referenciava o *topless* que havia feito no programa televisual. Ou seja, além da sua atuação no ambiente da televisão, a Internet, assim como outras mídias, reforçavam o seu valor instantâneo de performer, comprovando o efêmero e o reciclável daquilo que é midiático.

Uma outra característica conceitual da semiótica da cultura russa, que atua como resultado de uma complexa semiose entre diversos códigos, linguagens e mediações, é a modelização¹⁰, que confere estruturalidade a sistemas que não possuem uma gramática própria para o seu funcionamento¹¹. O resultado disso é um atuante modelizado por essas mídias como recodificação dos processos comunicativos entre elas – o performer. Com isto as malhas tecidas nestas relações entre mídias são completamente efêmeras, reconstrutíveis, recicláveis e recriadas, pois o tempo para o processamento e apresentação da mensagem pelo performer é no “agora”, ou seja, na sua “presentificação”.

Podemos começar a traçar a compreensão dos mecanismos que constrói o performer midiático, como recodificação de uma produção contextual entre mídias e cultura, se retomarmos o diagrama de Jakobson, nos princípios de um estruturalismo dinâmico¹². Ou melhor, numa sistematização que se recicla continuamente, dependendo dos aspectos contemporâneos vividos. Sob esta panorâmica jakobsoniana, este performer pode ser visto como resultado dos seis fatores que constituem os processos comunicativos, segundo ele – *emissor, mensagem, receptor, contexto, código e contato*.

Cada um desses fatores é dotado de uma complexidade sistêmica, pois as esferas das mídias dialogam com os mais diversos campos de comunicação para a produção de seus textos. O que podemos comprovar, também por Jakobson, nos seus estudos interdisciplinares¹³ da comunicação com outras ciências correlacionadas com os processos

¹⁰ LOTMAN, I. e USPENSKII, B. “Sobre o mecanismo semiótico da cultura” em *Ensaios de semiótica soviética*, p. 39.

¹¹ MACHADO, I. www.pucsp.br/~cos-puc/cultura.
Acessado em 03 de dezembro de 1999.

¹² NÓTH, W. “Do estruturalismo semiótico à semiótica funcionalista: a escola de Praga e Roman Jakobson” em *A semiótica no século XX*, p. 103.

¹³ *Ibid.*, p. 99.

comunicativos. É impossível investigar um objeto de comunicação isoladamente. Por isto, para este estudo, estabeleço o diálogo com as seguintes linguagens e esferas, ou com um de seus aspectos, no intuito de investigar as intersemioses que constroem o ator-performer:

1. A estrutura e o funcionamento que compõe os aspectos da linguagem do ator;
2. O conceito de personagem por via do ator e da literatura;
3. Os estudos de performances sob o ponto de vista artístico e comunicacional, tendo como foco a construção do performer;
4. A contemporaneidade da televisão, das mídias impressas e exterior, nos seus aspectos contextuais de gêneros jornalísticos, de entretenimentos, ficcionais e publicitários;
5. A *Pop Art* como possibilitadora às reflexões sobre os valores e produções entre arte e sociedade de consumo através das mídias.

As categorias de personagem e performer contribuem no estudo desta investigação, porque, semioticamente, são dotadas de uma “gramática” de funcionamento para as suas produções. E isto pode colaborar na compreensão das semioses que constroem o performer midiático.

A interpretação estaria num processo e resultado diferenciados da performance. Ao trabalhar na tradução de *personas* ficcionais, exige-se por parte do ator uma leitura e construção para a representação de um outro que não é ele, ou seja, uma personagem. Já o campo da performance desenvolve o seu processo de construção a partir das habilidades do performer e, neste caso, a pessoa não deixa de “ser” ela ao atuar. Ela encena a situação por ela mesma e não por meio de uma personagem.

O fato é que teríamos um personagem ou um performer nas mídias? Enquanto ação, que envolve tempo e espaço de realização, diante da panorâmica das mídias que está sendo exposta, tendemos muito mais ao valor de performer. Mas isto não anula, completamente, o valor de personagem, no que diz respeito à visualidade desses performers, ou seja, como são compostos visualmente para serem expostos ou mostrados nas “vitrines” ou nos “palcos” midiáticos.

Bakhtin¹⁴ reflete sobre a personagem em *A forma espacial do herói*, de forma a repensar o seu valor por meio de seus aspectos de configuração, que se expõem no espaço do receptor. Ele chama de o *outro* a personagem, como agente que o faz viver o mundo que lhe é “exterior”, mostrando-se como elemento pertencente a esse mundo através de uma composição plástico-pictural. É justamente esta característica visual, que configura esses atuantes nas mídias, que lhes asseguram um certo valor de personagem por meio de suas ações performativas ou performáticas, ou seja, o receptor impactua-se da mensagem do performer por meio de sua configuração .

*Apenas o outro pode, de maneira convincente, no plano estético (e ético), fazer-me viver o infinito humano, sua materialidade empírica. Num mundo que me é exterior, o outro se oferece por inteiro à minha visão, enquanto elemento constitutivo deste mundo...
... no mundo exterior, o outro se mostra por inteiro à minha frente e minha visão pode esgotá-lo enquanto objeto entre os outros objetos, sem que nada venha ultrapassar o limite de sua configuração, venha romper sua unidade plástico-pictural, visível e tangível.*(Bakhtin, 1997:55).

O termo performance tem sido, basicamente, apropriado a dois contextos diferentes. O primeiro está relacionado às atuações radicais nas práticas da *Performance Art*, incluindo os movimentos *de body art*, o *happenning*, a *live art* etc. O segundo está relacionado à performance como o próprio ato comunicacional na atuação. A origem da palavra é do latim: *per - formare* = realizar. O uso do termo parece vir de um francês antigo no século XVI: *parformance*, entrando, assim, para a língua inglesa e significando: execução, desempenho, preenchimento, realização, atuação, acompanhamento, ação, ato, explosão, capacidade ou habilidade¹⁵.

Para Carlson¹⁶, o termo performance tem se tornado extremamente popular nos últimos tempos pela grande extensão nas atividades como as artes, literatura e ciências sociais. A performance resiste por natureza a definições, a fronteiras, a conclusões por atingir várias esferas. Poderia até ser considerada como uma nova disciplina ou campo interdisciplinar, segundo ele. Nos recentes estudos, ela tem demonstrado utilidades de seu

¹⁴ BAKHTIN, M. “O autor e o herói” em *Estética da criação verbal*.

¹⁵ GLUSBERG, J. *A arte da performance*, p. 72-73.

¹⁶ CARLSON, M. “Conclusion: What is performance?” em *Performance critical*.

conceito as análises e compreensões de todas as espécies de operações humanas, que envolvem a condução do ato comunicacional por um performer.

Zumthor¹⁷ utiliza-se do conceito de performance para compreender mais sensivelmente os processos de recepção gerados pela literatura, poesia e poética. Em que o corpo, a voz e a presença tornam-se elementos fundamentais para tais recepções. “Deixa-nos a percepção de que o texto se tece na trama das relações humanas”¹⁸. Ou seja, justamente, nas performances. Corpo, voz e presença tornam-se operadores imprescindíveis da performance no ato enunciativo. Tal que suas regras regem simultaneamente o tempo, o lugar e a finalidade da transmissão. Ela implica competência, um *savoir-faire*¹⁹, um saber dotado e comandado de uma presença e de uma conduta.

Sendo assim, para a reflexão deste estudo, reciclando os pensamentos de Zumthor, podemos dizer que as mídias criam uma corporeidade por meio dos performers. Já que nos espaços midiáticos, caracterizados por sua virtualidade, perde-se a “tactilidade”²⁰ que é elemento fundamental para a efetivação das relações. E é, justamente, o fato da performance implicar fortemente a presença de um corpo, o que faz com que as mídias explorem e fabriquem, cada vez mais, a produção de performers.

Esta produção é dotada de uma grande variação, pois o diferencial está no ato performativo, mais exclusivamente, na maneira específica de como uma pessoa realiza e conduz suas atuações nas operacionalizações das produções comunicacionais.

O que, também, não podemos esquecer, é que a recepção de uma transmissão sempre requer “voz”, “gesto” e “cenário”. Portanto, o espaço também é programado visualmente nas mídias para a atuação desses performers – há uma semiotização do espaço midiático.

A televisão, por exemplo, ao utilizar-se de atos performativos, não trouxe um propósito de questionamento como o movimento da performance para as artes, mas uma preocupação em atingir grandes audiências. Ela utiliza-se da imagem de seus performers, do momento de evidência que eles possam estar nas mídias e das habilidades que lhes são inerentes.

¹⁷ ZUMTHOR, P. *Performance, recepção, leitura*.

¹⁸ *Ibid.*, “Apresentação” por Jerusa Pires Ferreira.

¹⁹ *Ibid.*, p. 35.

²⁰ *Ibid.*, p.18.



Primeiras conclusões

Se o termo performance vem ganhando cada vez mais terreno, nas mais diversas áreas, é por que a importância de quem e como realiza tais ações, é de extrema importância para que esse ato efetive-se nos processos comunicativos. Aquilo que é de característica própria do performer, é o que promove de fato a comunicação, pois ele executa a sua atuação por meio de suas capacidades, habilidades e aparência.

Porém, essa espécie de construção do performer midiático, não descarta as operacionalizações que constroem uma personagem, já que essa categoria pode configurar o atuante visualmente na sua composição física (cabelo, roupas, acessórios) e oral (jeito de falar, frases, expressões ou gestos que caracterizam-no). O fato é que, esses atuantes, ao desempenharem tais mensagens perante o público por eles mesmos, precisam ser reconhecidos imediatamente. E a categoria personagem passa a ser um código de identificação rápida desse performer oferecido ao público, reforçando o seu discurso visual no momento de sua performance.

Sendo assim, as linguagens do ator e do performer não se desvinculam do atuante midiático completamente, muito pelo contrário, nessa modelização, sustentada por linguagens das artes e das mídias, surge o ator-performer. O atuante “brinca” de se mostrar, de aparecer, mas ele não estuda e nem prepara um papel para representar como o ator tradicional, porém produz toda uma *mise-en scène* de preparação como o ator, atuando instantaneamente por ele mesmo como um performer. E nisto, ele não representa as mensagens das produções comunicativas e, nem tão pouco, apresenta-as, mas as “presentifica” (no tempo presente) por meio de seus atos num tempo que acontece no agora.

É, portanto, nesse cenário de eventos midiáticos que surge este performer, produzido pelas próprias operações dos meios de comunicação, ou melhor, um atuante modelizado pelos processos de operacionalizações das mídias. A manipulação para a construção deste performer, por parte de outros agentes que promovem essa comunicação, é voltada ao interesse constante de atingir e conquistar o receptor, de forma que ele consuma imediatamente tais mensagens e sem distanciamentos para reflexões de como as recebe. Nesse sentido, os agentes que operam os processos comunicativos das mídias vão à busca de uma



encenação que prenda a atenção do público. E, assim, eles precisam de uma espécie de “ator” – um *star system* – para a corporificação dos objetivos de suas mensagens.

Para a escolha de quem possa conduzir tais performances nas mídias, todas as testagens para tipos de atuantes são válidas, em função de qual deles vai mais agradar o público – de qual performer vai cair nas graças do povo. E, assim, qualquer pessoa, que acene um estado de evidência e fama nas mídias, é válida para se tornar um “ator”.

Bibliografia

- BAKHTIN, Mikhail (1992). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- CARLSON, Marvin (1996). *Performance critical*. London and New York: Routledge.
- COHEN, Renato (1989). *Performance como linguagem*. São Paulo: Perspectiva.
- GLUSBERG, Jorge (1987). *A arte da performance*. São Paulo: Perspectiva.
- JAKOBSON, Roman (1970). “A Lingüística em suas relações com outras ciências” in *Lingüística. Poética. Cinema*. São Paulo: Perspectiva.
- LOTMAN, Iuri (1981). (et alii). *Ensaio de semiótica soviética*. Lisboa: Livros Horizonte.
- _____ (2000). *Universe of the mind: a semiotic theory of culture*. Great Britain: Indiana University Press – Bloomington . Indianapolis.
- NÖTH, Winfried (1999). *A semiótica no século XX*. São Paulo: Annablume. 2ª. edição.
- PROSS, H. apud Baitello, N. “A visão irrequieta e o pensamento sentado”. 9º. *Compôs: Num mundo virtual, um momento de comunicação real*, 2000.
- SANTAELLA, Lúcia (1996). *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento.
- ZUMTHOR, Paul (2000). *Performance, recepção, leitura*. São Paulo: Educ.