



## **Hermenêutica das Mediações: breve esboço de uma proposta metodológica para os estudos de recepção baseados no pensamento barberiano<sup>1</sup>**

José Guibson DANTAS<sup>2</sup>  
Universidad de Málaga, Espanha

### **RESUMO**

A obra de Jesús Martín-Barbero deu credibilidade internacional à academia latino-americana de Ciências da Comunicação e contribuiu para superar parte do profundo colonialismo intelectual que predominava nos estudos de recepção midiática na região. Sua formulação teórica mais famosa, conhecida como Teoria das Mediações Culturais, é muito celebrada no meio acadêmico e é utilizada como referência para muitos trabalhos de investigação em várias áreas do conhecimento. Concernente aos estudos de recepção, entretanto, não houve por parte do autor um rigor metodológico, uma proposta plausível que viesse a dar suporte aos estudantes e pesquisadores que desejassem usar sua teoria nas pesquisas. Este breve texto pretende discutir esta questão e esboçar uma proposta metodológica para estudos de recepção baseados nas premissas barberianas em nível de graduação.

**PALAVRAS-CHAVE:** metodologia; recepção midiática; proposta; mediações; hermenêutica.

### **Introdução**

Os estudos de recepção vêm ganhando cada vez mais espaço na academia brasileira das Ciências da Comunicação. Desde o processo de enfraquecimento do regime militar e redemocratização do país, o receptor passou a protagonizar o processo comunicacional numa considerável parte das pesquisas acadêmicas, que outrora preferiam enfatizar e endemonizar os meios de comunicação de massa e relegar ao receptor um papel patético em todo o trajeto percorrido pelas mensagens midiáticas.

Esta nova forma de enxergar o processo comunicacional teve início na obra de Luiz Beltrão<sup>3</sup>, em 1967, quando ele defendeu sua tese em Brasília, quando estreou primitivas expressões folk-comunicacionais e que futuramente se converteriam em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Endocom – Encontro de Informação em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando do Curso de Comunicação e Poder da Universidad de Málaga, email: joseguibsondantas@uol.com.br

<sup>3</sup> Luiz Beltrão foi o fundador do ICINFORM – Instituto de Ciências da Informação, o primeiro Centro de Estudos Acadêmicos em Comunicação do país e o primeiro periódico de circulação nacional dedicado aos estudos midiológicos – a revista “Comunicação & Problemas”, ambos na Universidade Católica de Pernambuco, em Recife, onde era o coordenador do curso de Jornalismo que fundou nesta instituição (GOBBI, 2001).



conceitos fundamentais numa nova linha de pesquisa (MELO; GOBBI; KUNSCH, 2002).

Além da obra inovadora, Beltrão teve o mérito de formar e influenciar decisivamente no que é hoje o principal nome das Ciências da Comunicação no Brasil, professor José Marques de Melo, que nos anos 70 lançou a obra “Comunicação Social: Teoria e Pesquisa”<sup>4</sup>, um best-seller acadêmico que atingiu seis edições e 20 mil cópias vendidas, um verdadeiro feito numa área que ainda estava a brotar (GOBBI, 2001).

Com o fornecimento de bolsas de estudo na CESPAL (Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo Para América Latina) a pesquisadores brasileiros pela UNESCO, as obras de muitos pensadores estrangeiros passaram a ser conhecidas no Brasil. Uma delas foi obra de Jesús Martín-Barbero, espanhol radicado na Colômbia que é considerado o mais importante protagonista desta geração de inovadores do pensamento comunicacional latino-americano. Sobre a penetração de seu pensamento no Brasil, vale a pena descrever o que MELO (1999, p.10) diz na introdução de um livro que a Cátedra Unesco da Universidade Metodista publicou sobre seu percurso intelectual:

As idéias de Martín-Barbero, como de tantos outros pensadores da escola latino-americana de comunicação, chegaram ao Brasil graças ao trabalho de difusão científica desenvolvido pela Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Meu contato com sua produção começou em 1978, quando o Ciespal lança seu livro de estréia *Comunicación Masiva: discurso y poder*. Confesso que não me entusiasmei muito pela sua análise semiológica, não obstante fossem ali perceptíveis os sinais da sua argúcia como observador (não-preconceituoso) dos fenômenos midiáticos. Fui atraído principalmente pela sua rápida, mas densa passagem pela natureza do gênero jornalístico informativo. O diálogo que ele propõe ali entre as percepções de Violette Morin e Eliseo Verón sobre as estratégias noticiosas da televisão me interessaram particularmente.

Com a publicação de sua obra mais famosa no país, “Dos meios às mediações”, a produção intelectual de Martín-Barbero passou a circular amplamente nas universidades brasileiras, despertando polêmicas e catalisando a atenção de jovens pesquisadores, atraídos pelo seu ideário social.

---

<sup>4</sup> Este é um livro contendo ensaios sobre problemas teóricos da Comunicação, além de apresentar as primeiras pesquisas realizadas no país sobre história em quadrinhos, fotonovelas, telenovelas e conteúdos de jornais. O livro foi adotado como texto didático em várias escolas de comunicação pelo país, e é ainda hoje uma obra com conteúdo pertinente.



Consideramos que “a partir do momento em que Martín-Barbero uniu os processos sociais à análise comunicacional, ele inaugurou uma linha teórica que resgatou a criatividade dos sujeitos, a complexidade da vida e o caráter interativo exercido com os meios” (DANTAS, 2008, p. 9).

Porém, concordamos com SANTOS e NASCIMENTO (2006, p. 105) quando afirmam que há poucas reflexões “no sentido de analisar a pertinência e o alcance interpretativo dessa teoria”. E mais: acreditamos que Martín-Barbero pecou em não construir uma proposta metodológica para aqueles que sinalizam em adotar sua teoria como arcabouço teórico de suas pesquisas de recepção.

Desta forma, com este breve trabalho pretendemos apresentar o pensamento barberiano contido em sua principal obra, identificar nela a ausência de uma proposta metodológica que sirva de guia para quem a deseje adotar e o esboço de um desenho metodológico para ser utilizado nas pesquisas de recepção midiática apoiadas no ideário barberiano.

Pretendemos, contudo, que este humilde trabalho não seja atribuído ao que RÜDIGER (2002, p. 7) sabiamente chama de “consagração da figura do intelectual ignorante”, ou seja, comunicações científicas escritas de forma concisa, sem discussões aprofundadas, somente para adquirir um certificado e agradar à cultura de mercado que vem (infelizmente) ganhando cada vez mais espaço na universidade, sobretudo na esfera educacional privada.

### **O modelo comunicacional barberiano em poucas linhas.**

A obra “Dos meios às mediações” (2003), publicada no Brasil pela editora da UFRJ, resume o pensamento barberiano no que diz respeito ao modo como ele enxerga o processo comunicacional na América Latina. Para ele, a recepção midiática é um processo de interação, em que entre os extremos do paradigma comunicacional clássico (emissor – receptor) há um espaço de natureza representativa ou simbólica que é preenchido pela mensagem, a qual é configurada com múltiplas variáveis. Essa complexidade de fatores que dão forma à mensagem faz com que a intenção inicial emitida pelo emissor possa não vir ser a mesma captada e recebida pelo receptor.

A experiência e a complexidade de conteúdos provenientes do encontro entre o emissor e receptor é que ditam a forma como a mensagem será absorvida pelo receptor, como explica o próprio autor (2002, p. 55):



A verdadeira proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio – como muitos dos aparatos que compramos e que trazem consigo seu manual de uso – transmite ao receptor.

Como se pôde perceber em suas próprias palavras, o que ele sugere é que o estudo do processo comunicacional deve centrar-se na observação do espaço simbólico ou representativo que medeia a relação entre emissor e receptor. Assim, “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (MARTIN-BARBERO, 2002, p. 55).

Dentro de toda sua teorização há um conceito fundamental para se compreender seu pensamento: o de mediação. De acordo com LALANDE (1993, p. 656), a palavra mediação procede do adjetivo inglês *mediate*, da qual se origina o substantivo *mediation* e derivados como *intermediation*. Assim sendo, a palavra vincula-se à idéia de intermediário que, no pensamento barberiano, seria dispositivos socioculturais que influenciam o receptor na forma de perceber seu mundo.

Rememorando as várias teorizações sobre a forma como os receptores se comportam diante das mensagens emitidas pelos *mass media*, nos damos conta que a diferença central de seu pensamento - comparado aos estudos dos efeitos provocados pela comunicação midiática - está no fato dele creditar às tecnologias da comunicação o condicionamento dos novos meios de propagação e produção de elementos culturais, já que elas trabalham em harmonia com a sensibilidade e as formas de percepção do povo, que dotado de sentido interpreta a mensagem a partir do seu repertório sociocultural. Por isso,

Pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 297).

A implicação de seu pensamento em analisar a comunicação a partir da cultura pressupõe não centralizar a observação unicamente nos meios, mas ampliar a análise para as mediações. É através das observações conceituais que se pode conceber a



mediação como conexões com elementos diversos que formam um todo novo, espécie de ponte que permite alcançar um novo panorama sem sair totalmente do primeiro.

O ato de mediar significa fixar entre duas partes um ponto de referência comum, mas equidistante, que a uma e a outra faculte o estabelecimento de algum tipo de interação, ou seja, as mediações seriam estratégias de comunicação em que, ao participar, o ser humano se representa a si próprio e o seu entorno, proporcionando uma significativa produção e troca de sentidos. Assim, o que é produzido e apresentado pelos meios não tem ligação unicamente com a lógica produtiva ou comercial, mas também se relaciona com os desejos dos receptores, que são trabalhados pelo discurso hegemônico.

Para formalizar esta complexa interpretação do processo de recepção midiática entre o pólo reprodutor do discurso hegemônico (os meios) e o receptor (ouvinte, telespectador, etc), admitindo tanto a reprodução do sistema de dominação quanto a resistência a esse mesmo sistema, Martín-Barbero recorreu ao aporte gramsciano, mais especificamente ao conceito de hegemonia, que o convenceu que para compreender o processo de comunicação deve-se investigar não só as peripécias do dominador, mas também os elementos que no dominado trabalham a favor do dominador.

Para entendermos melhor o conceito de hegemonia do italiano Antonio Gramsci nos reportamos ao que diz GRUPPI (2000, p. 3):

(...) o conceito de hegemonia é apresentado por Gramsci em toda sua amplitude, isto é, como algo que opera não apenas sobre a estrutura econômica e sobre a organização política da sociedade, mas também sobre o modo de pensar, sobre as orientações ideológicas e inclusive sobre o modo de conhecer.

Com a inserção deste conceito na análise de recepção, a hegemonia de um pólo do paradigma comunicacional não seria centralizada ou estática, como era bastante difundido algum tempo atrás, mas uma posição que pode se refazer constantemente. Dessa forma, uma classe só pode tornar-se hegemônica se passar a representar, também, interesses que as classes subalternas identifiquem como seus.

A importância da incorporação desse conceito na análise da dimensão cultural é destacada e reafirmada por Jesús Martín-Barbero (Apud ESCOSTEGUY, 2001, p. 99) como um avanço teórico:

A hegemonia nos permite pensar a dominação como um processo entre sujeitos onde o dominador intenta não esmagar, mas seduzir o dominado, e o dominado entra no jogo porque parte dos seus próprios

interesses está dita pelo discurso do dominador. E, segundo elemento que nos traz Gramsci com o conceito de hegemonia, é que essa dominação tem que ser refeita continuamente, tanto pelo lado do dominador como pelo do dominado.

Toda a problemática da comunicação, desta forma é deslocada para a cultura; para o processo de produção de significados; para o complexo e ambíguo espaço da experiência dos sujeitos. Assim, o receptor não é apenas um mero decodificador dos conteúdos das mensagens impostas pelo emissor, mas também produtor de novos significados. Embora designado como dominado, a nível econômico, mantém um espaço interior de resistência que lhe permite rechaçar conteúdos discursivos que culturalmente não são reconhecidos por ele.

O receptor seria, então, bem mais que um mero indivíduo que recebe as mensagens, mas um sujeito do processo de comunicação em que interpreta o conteúdo da mensagem conforme os valores sociais que defende. Ao receber a mensagem, “pelo exercício de seu repertório, ele a reconhece. Pela negociação mediadora, ele a dota de sentido” (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 150).

### **Onde está a metodologia para se compreender as mediações?**

Da mesma forma que o pensamento barberiano é complexo, também é tarefa complicada defini-lo e compreendê-lo em sua amplitude. SIGNATES (2006) numa brilhante análise sobre a validade do conceito barberiano de mediação já havia percebido isso ao indagar o que não seria mediação no processo comunicacional de acordo com as próprias palavras de Barbero – que segundo o próprio SIGNATES (2006, p. 62-64) é citado 37 vezes dentro da obra “Dos meios às mediações”.

Como este trabalho não objetiva refletir sobre a validade (ou não) do conceito de mediação, que é um verdadeiro ponto de partida do pensamento barberiano, não pretendemos nos aprofundar no tema. De todas as formas, a reflexão do professor da UFG é interessante e pode despertar novas inquietações intelectuais.

Entretanto, nos perguntamos: onde está a metodologia na obra de Martín-Barbero? De que forma devemos pesquisar as mediações que ele tanto defende como fundamentais para compreender o processo comunicacional?

Apesar de MARTÍN-BARBERO (2003) citar três lugares onde acontecem as mediações – a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural -,



ele não nos dá pistas claras de como estudá-las. O “mapa noturno” para estudar um novo campo, como o pensador mesmo afirma em sua obra, continua escuro aos olhos daqueles que desejam se enveredar pelos caminhos das mediações, sobretudo os menos experientes, os alunos de graduação, que se perdem em meio a tantas descrições históricas e conceituais sem um rigor didático mais apurado do autor.

### **Hermenêutica das Mediações: um esboço de uma futura proposta metodológica.**

MARTÍN-BARBERO (2002, p. 40), ao refletir sobre a recepção dentro do processo de comunicação, afirma:

Parto do princípio de que a recepção não é somente uma etapa no interior do processo de comunicação, um momento separável, em termos de disciplina, de metodologia, mas uma espécie de um outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação.

Infelizmente, este texto publicado quinze anos depois da publicação de “*De los medios a las mediaciones*” no mundo hispano parece querer consertar o que acreditamos ter sido uma grave omissão do autor, já comentada anteriormente. Este desequilíbrio entre o conteúdo teórico e a forma como ele é constituído é uma das marcas do aporte barberiano, também identificado por LOPES (2003) nas pesquisas em Comunicação do país.

Na tentativa de superar este impasse acreditamos que os pesquisadores envolvidos com a pesquisa de recepção midiática - ou todos aqueles que possuam alguma idéia a respeito desta difundida área de investigação – devam exprimir seus pontos de vista com o intuito de se abrir novos horizontes metodológicos.

Para estudar as mediações, todo espaço em que o receptor está inserido se torna uma forma cultural. Na cidade ou no campo encontraremos um ambiente híbrido, em que há a presença do popular no massivo e vice e versa. Esta diversidade de linguagens, territórios de significação e expectativas nos fez pensar num desenho metodológico qualitativo que mapeasse todos os eixos do processo comunicacional de forma simples e didática, direcionado aos estudantes de Comunicação Social com possibilidade de aprofundar ou ampliar o método.

Após a experiência de termos desenvolvido um estudo de recepção baseado nas formulações teóricas de Jesús Martín-Barbero e ser inquirido inteligentemente por uma



colega, no último Intercom Nordeste, sobre o desenho metodológico que por ventura sugeriríamos para uma futura pesquisa, decidimos esboçar uma proposta que posteriormente será estudada e discutida com outros colegas no intuito de colaborar com as pesquisas de recepção no Brasil, sobretudo em nível de graduação.

Inicialmente, decidimos intitulá-la de “Hermenêutica das Mediações” por dois motivos. Primeiro: o termo hermenêutica, segundo FERREIRA (2004), significa a interpretação das palavras. Como toda idéia ou pesquisa se transforma automaticamente em texto na academia, adotamos este termo por achá-lo mais apropriado ao nosso objetivo, que é interpretar determinadas estruturas que influenciam o receptor em sua forma particular de enxergar o mundo. Além disso, foi determinante a influência da proposta metodológica intitulada “Hermenêutica de Profundidade” desenvolvida por THOMPSON (1995), que nos deu a idéia de esboçar um método exclusivo para estudos de recepção.

Segundo: Mediações porque o método foi pensado a partir de nossa experiência em trabalhar com o aporte barberiano. Talvez possa ser utilizado com outra teoria, mas seria presunção de nossa parte refletir sobre uma determinada forma de fazer ciência com teorias que não dominamos e tendo como beneficiário um público amplo.

O método será construído a partir de um paradigma básico da comunicação, que MELO (2003, p. 15) chama de “protótipo das matrizes teóricas contemporâneas” desenvolvida três séculos antes da era cristã por Aristóteles, o principal codificador da cultura greco-romana.

### **Paradigma comunicacional aristotélico**



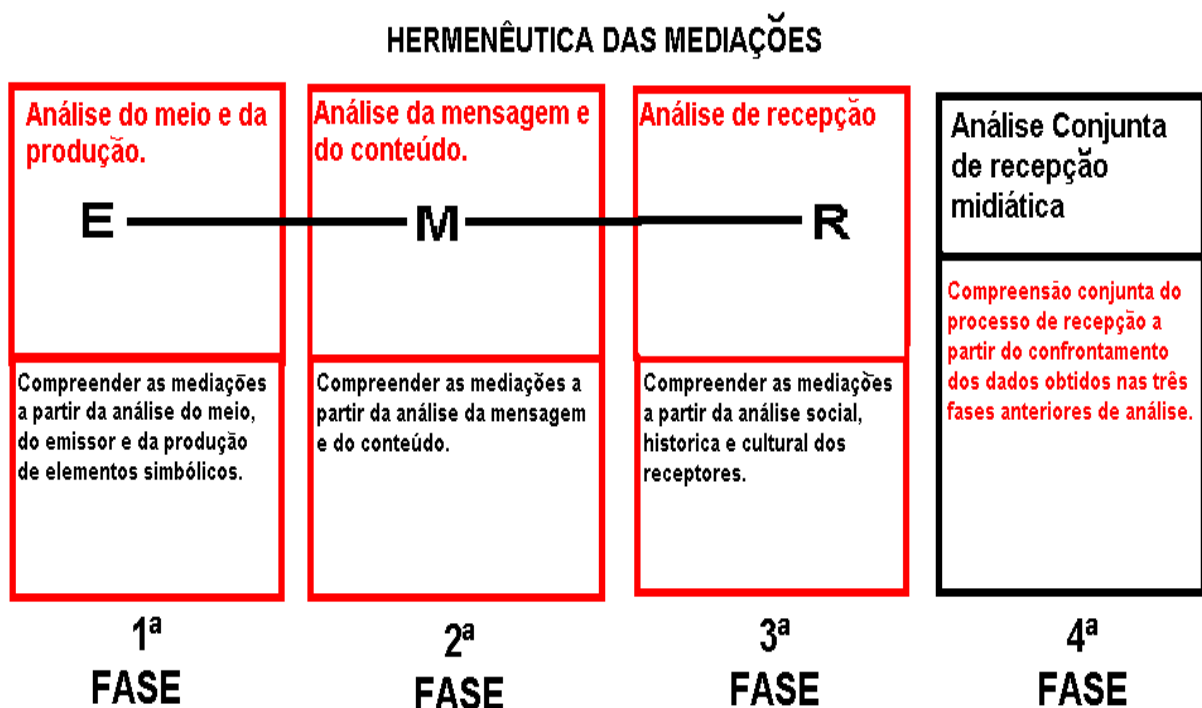
Poderíamos ter adotado um paradigma mais moderno como o de Harold Lasswell, por exemplo, que adicionou mais dois elementos (efeitos e canal) ao paradigma aristotélico (SANTOS, 2003). Porém, pensando no estudante de graduação, que em sua grande maioria ingressa na universidade com conceitos deturpados e quase



crystalizados, com pouco ou nenhum conhecimento do método científico (INÁCIO FILHO, 1995), preferimos adotar o simples (mas eficiente) paradigma do filósofo grego de Estagira.

Com o modelo E-M-R de Aristóteles em mente, passamos para a análise do processo comunicacional, que terá quatro fases: análise do meio e da produção, análise da mensagem e do conteúdo, análise de recepção e análise conjunta de recepção midiática.

Vejam o quadro abaixo:



Na primeira fase o emissor (a instituição produtora do produto midiático), o meio de comunicação e a produção simbólica do produto serão analisados. Nesta fase se dará grande ênfase à descrição do itinerário histórico da instituição emissora-produtora de sentidos, pois há “uma estreita relação entre a busca de conhecimento e o contexto histórico” (BAILÉN, 2002, p. 9). Técnicas como, por exemplo, pesquisa bibliográfica (MACONI; LAKATOS, 2002), análise de semiótica de imagens paradas (PENN, 2002), análise de imagens em movimento (ROSE, 2002) e análise de música (BAUER, 2002) podem ser empregados, dependendo do objeto de estudo da disposição do pesquisador.

Na segunda fase as mensagens midiáticas emitidas pelo emissor serão analisadas com o objetivo de apreender a construção das mensagens. Nesta fase podem ser



analisadas a estrutura da narração ou o argumento, as maneiras como a tensão narrativa se combina com características como humor, drama, etc.

Já a terceira fase seria uma análise de recepção, propriamente falando. Aqui o uso de questionários abertos, grupos de foco, etnografia da audiência, história de vida e outras técnicas seriam de grande utilidade no intuito de mapear o comportamento do público diante das mensagens emitidas pelos meios.

Na última fase, intitulada “análise conjunta da recepção midiática”, o pesquisador confrontaria os dados obtidos nas três fases anteriores, tendo uma visão macro de todo o processo comunicacional. Esta fase é decisiva no que diz respeito aos resultados finais da pesquisa, pois abrange a interferência das mediações (em suas várias tipologias) nos três eixos do paradigma aristotélico, superando um problema muito comum nos estudos de recepção, apontado por VALVERDE (2001, p. 84):

A análise de recepção de um produto cultural não pode ser reduzida apenas ao estudo do que ocorre ao receptor, como efeito direto da leitura; e ele não pode ser considerado, legitimamente, como o pólo isolado de um processo de puras trocas exteriores.

### **Conclusões momentâneas**

A obra teórica de Jesús Martín-Barbero é rica em referências e seu conceito de mediação confunde pesquisadores da mesma forma que Nestor García Canclini afirma no prefácio da obra “Dos meios às comunicações” que ela foi escrita para confundir os bibliotecários, por deslocar-se por várias áreas de conhecimento.

Entretanto, acreditamos que há um grave erro do autor em não traçar um plano de como estudar as mediações, deixando ao relento milhares de jovens pesquisadores que adotaram sua obra como referência teórica para suas análises de recepção. Apesar disso, o fato dele só ter se preocupado em trabalhar suas concepções teóricas sem se importar em oferecer um método de análise aos estudantes e pesquisadores não significa que tenha direcionado a investigação dos processos comunicacionais à desorganização epistemológica.

Contraditoriamente, a omissão de Martín-Barbero abre novas perspectivas aos pesquisadores que se dedicam às análises de recepção a construir novos desenhos metodológicos para compreender os reais efeitos das mediações. Vários pesquisadores



já perceberam isto e colocaram a “mão na massa”, explorando sua criatividade, crenças e aptidões para desenvolver novas formas de investigar.

O esboço da Hermenêutica das Mediações é a apresentação de (mais) uma proposta que num futuro próximo estará disponível na tentativa de colaborar com os estudantes de Comunicação Social que desejem desenvolver pesquisas no âmbito dos estudos de recepção midiática. Enquanto isso surgirão novos métodos, novas formas de enxergar a pesquisa, numa miscelânea conceitual e paradigmática em que todos nós – professores e alunos – seremos beneficiados.

## REFERÊNCIAS

- BAILÉN, Amparo Huertas. **La audiencia investigada**. Barcelona: Gedisa, 2002.
- BAUER, Martin W. **Análise de ruído e música como dados sociais**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- DANTAS, José Guibson. **Teoria das Mediações Culturais: uma proposta de Jesús Martín-Barbero para o estudo de recepção**. Trabalho apresentado ao X Congresso Brasileiro da Comunicação, Campo Grande, 2001
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 3. ed. São Paulo: Positivo, 2004.
- GOBBI, Maria Cristina. **José Marques de Melo**. Recife: Unicap, 2001. MARTIN-GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. 4. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2000.
- INÁCIO FILHO, Geraldo. **A monografia na universidade**. Campinas: papirus, 1995.
- LALANDE, André. **Vocabulário técnico e crítico da filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2003.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATO, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Comunicação e mediações culturais**. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, vol XXIII, n. 1, jan-jun. 2000.
- \_\_\_\_\_. **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social**. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.
- \_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- MELO, José Marques de. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.
- MELO, José Marques de; ROCHA, Paulo da (org). **Comunicação, cultura e mediações: o percurso intelectual de Jesús Martín-Barbero**. São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.
- MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs). **Matrizes comunicacionais latino-americanas: marxismo e cristianismo**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2002.



- PENN, Gemma. **Análise de semiótica de imagens paradas**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- ROSE, Diana. **Análise de imagens em movimento**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- RÜDIGER, Francisco. **Ciência social crítica e pesquisa em comunicação: trajetória histórica e elementos de epistemologia**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.
- SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação: da fala à Internet**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- SANTOS, Maria Salett Tauk; NASCIMENTO Marta Rocha do. **Desvendando o mapa noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção**. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). *Recepção mediática e espaço público: novos olhares*. São Paulo: Paulinas, 2006.
- SIGNATES, Luiz. **Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de recepção**. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). *Recepção mediática e espaço público: novos olhares*. São Paulo: Paulinas, 2006.
- THOMSON, John. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
- VALVERDE, Monclar. **Recepção e sensibilidade**. In: FAUSTO NETO, Antonio et. al. *Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade*. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.