



## **A Construção do Conhecimento em Comunicação: Esboço de Definição do Objeto de Estudo<sup>1</sup>**

Giselle Dias Galindo PECIN<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

O artigo pretende delinear uma perspectiva para consolidação de uma epistemologia da Comunicação, partindo do pressuposto da construção do saber comunicacional enquanto ciência, com campo de conhecimento e objeto de estudo estruturados. Problematisa a questão ambígua para definição da epistemologia da Comunicação, abordando a história do desenvolvimento da ciência e a conseqüente influência nos estudos comunicacionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** epistemologia; comunicação; ciência.

### **1 *Episteme* e Epistemologia**

Em termos linguísticos, *episteme* é uma palavra de origem grega que significa conhecimento. Logo, epistemologia (o sufixo *logos*, também grego, significa estudo) é definida como o estudo do conhecimento. Contudo, a definição de conhecimento ganha maior complexidade quando tratada como uma questão filosófica. Segundo Burke, a pergunta “O que é conhecimento?” é quase tão difícil de responder quanto a pergunta mais famosa “O que é verdade?” (2003, p. 19).

As diversas disciplinas que se propõem científicas preocupam-se largamente na determinação das fronteiras entre o que pertence ou não a certo conhecimento. Assim, nessa problematização, o objetivo é delinear um campo de conhecimento exclusivo, definido por parâmetros metodológicos e aparato teórico próprios, para se tornarem reconhecidas e terem seus estudos validados universalmente.

Nessa linha de raciocínio, a complexidade de definição do que se apreende por conhecimento expõe a grande dificuldade do estabelecimento de uma nova área deste. O

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, na Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia, da Universidade Federal de Goiás, e-mail: [gisellepecin@gmail.com](mailto:gisellepecin@gmail.com)



estudo de epistemologia pode facilitar a formação de novas disciplinas, pois possibilita o desenvolvimento de estudos críticos das ciências constituídas, visando à determinação lógica dos alcances e objetivos das mesmas.

Pontualmente, epistemologia é o estudo do conhecimento científico. Ocupa-se de questões específicas, como de classificação, de método, objeto e fundamentação das ciências constituídas. Portanto, à epistemologia cabe elaborar formas de investigação da ciência.

### **1.1 Problematização de uma Epistemologia para a Comunicação**

O desenvolvimento de uma epistemologia da Comunicação é incipiente e muito debatido no interior da comunidade responsável pelo saber comunicacional. Primeiro, porque a constituição da Comunicação enquanto ciência não está consolidada no meio científico, fato que possibilita tornar impertinente a questão epistemológica.

Segundo lugar, a escassez de trabalhos nesta área e a maneira como se aborda a epistemologia demonstram a falta de interesse com que o tema vem sendo debatido por pesquisadores, professores e profissionais de Comunicação. Como aponta Luiz Martino, há um baixo investimento em pesquisas na fundamentação de um saber comunicacional que justifica suas respectivas práticas.

É forte o sentimento de que a Comunicação deva ser considerada apenas como uma disciplina *sui-generis*; e mesmo quando se admite considerá-la como uma disciplina científica, persiste ainda o sentimento de que deva ser considerada apenas como uma ciência aplicada, no sentido em que seu saber e sua cientificidade são derivados de outros saberes (2003, p. 83).

Acrescentando-se à falta núcleos de estudos epistemológicos da Comunicação, Martino pontua que a dificuldade em se estabelecer uma ligação entre as correntes da epistemologia contemporânea global, ou seja, àquela direcionada aos estudos científicos em geral, e as correntes epistemológicas aplicadas à Comunicação, também geram impeditivos no sentido de uma consolidação destas últimas.

O saber epistemológico é hoje fortemente marcado e dirigido para a epistemologia das ciências naturais, especialmente a Física, de modo que muito do que hoje é designado como epistemologia geral poderia ser na verdade, pura e simplesmente, classificado como epistemologia local desta disciplina. Daí nossa dificuldade em situar a Comunicação no movimento geral das correntes epistemológicas contemporâneas.



Na falta de ligação entre o geral e o específico, toda tentativa de situar a Comunicação no espaço das epistemologias globais corre o risco de encontrar um campo relativamente alheio aos problemas apresentados às ciências humanas (2003, p. 82).

Nesse sentido, as preocupações típicas para consolidação de uma epistemologia da Comunicação estão relacionadas ao reflexo do “desenvolvimento” da ciência nos estudos da Comunicação e a definição do campo e do objeto de estudo desta disciplina.

## **2 A História da Ciência e o Rumo da Comunicação**

As diversas transformações da estruturação do pensamento científico durante toda história da ciência influenciaram o desenvolvimento dos estudos em Comunicação. Por conseguinte, as práticas comunicativas foram, de certa maneira, interpretadas de acordo com os paradigmas científicos pré-determinados.

### **2.1 O Positivismo e a Escola Americana**

A pesquisa em Comunicação, nos Estados Unidos, apresenta como foco geral a preocupação com os efeitos sociais dos meios de comunicação. Desde o início do século XX, os estudos em Comunicação tiveram amplo desenvolvimento, sofrendo diversas influências, que resultaram em dissidências e, portanto, em algumas outras vertentes de estudo.

Um dos ramos de pesquisa da escola norte-americana é conhecido por Pesquisa em Comunicação de Massa. Estes trabalhos foram iniciados por Harold Lasswell e tinham o objetivo de entender as consequências dos meios de comunicação sobre a sociedade a partir de pesquisas quantitativas, ou seja, que buscavam apresentar respostas objetivas aos administradores dos novos veículos de comunicação. Para tanto, o método utilizado consistia na repetição dos procedimentos experimentais de pesquisas já empregada nas ciências naturais.

Lasswell instituiu o conceito “teoria hipodérmica”, indicando que cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem. O pressuposto básico dessa teoria é que um estímulo penetra no organismo do indivíduo e modifica a ação deste.

A teoria hipodérmica entende que as mensagens da mídia são recebidas de maneira uniforme pela audiência, com respostas imediatas e diretas. Nessa relação, existe um modelo comunicativo com estímulos que produzem respostas de forma instantânea e



inevitável (TEMER, 2004, p. 42).

Herdeira do Positivismo, a Pesquisa em Comunicação de Massa representa a sociedade como um organismo vivo e os veículos de comunicação como uma espécie de sistema nervoso simples. De fato, a filosofia positivista era o paradigma científico que vigorava no período o qual estes estudos sobre Comunicação foram desenvolvidos.

O Positivismo inaugurado por Auguste Comte foi, durante o final do século XIX e início do século XX, o paradigma para a estruturação do pensamento científico, fundamentando a construção do conhecimento a partir de observações e experiências objetivas e imediatas em relação aos fenômenos do mundo.

Gnosiologicamente, o positivismo admite como fonte única de conhecimento e critério de verdade, a experiência, os fatos positivos, os dados sensíveis. Nenhuma metafísica, portanto, como interpretação, justificação transcendente ou imanente, da experiência. A filosofia é reduzida à metodologia e à sistematização das ciências. A lei única e suprema, que domina o mundo concebido positivisticamente, é a evolução necessária de uma indefectível energia naturalista, como resulta das ciências naturais (Mundo dos filósofos).

Portanto, a Pesquisa de Comunicação de Massa apresentava como pano de fundo ideais positivistas. Neste sentido, os estudos buscavam formas objetivas para organizar e disciplinar a sociedade de acordo com observações e experimentações dos organismos vivos.

## **2.2 O Anarquismo Metodológico e a Escola Britânica**

Face o surgimento de correntes científicas que apresentavam estruturas opostas ao pensamento positivista, a exemplo, o princípio de falsificacionismo de Popper, um dos primeiros estudos questionadores da validade do Positivismo, muitas outras teorias lançaram-se na tentativa de explicar os fenômenos do mundo, a partir de novas formulações. Com os estudos em Comunicação não foi diferente. Teorias que, em certo período histórico, eram aceitas como explicativas dos fenômenos comunicacionais entraram em conflito com o desenvolvimento de outras surgidas com a mudança do paradigma científico geral.

A “evolução” da ciência pode ser considerada como iniciada nas formulações de Bacon, mas consolidada com o Positivismo de Comte. Contudo, o paradigma científico



positivista, após o conflito com correntes contrárias ao até então vigente, deixou de se estabelecer como tal, abrindo espaço para o surgimento de um paradigma emergente. Correntes de pensamento como o de Popper, contraposto posteriormente pelos conceitos desenvolvidos por Kuhn, que novamente foram questionados por Lakatos e Feyerabend, reformularam o modo de estruturação do pensamento científico, ou seja, alteraram definitivamente a visão de mundo do homem.

Em breve explanação, o pensamento desenvolvido por Feyerabend é contrário a toda epistemologia que descreva uma única metodologia para a ciência, baseado na argumentação de que o próprio ritmo da história da ciência e, principalmente, no desconhecimento dos fenômenos do mundo em sua totalidade. Contra uma metodologia dogmática, é proposta uma metodologia pluralista, ou seja, que não descarte a priori algo que esteja em discordância com o comumente aceito.

Feyerabend defende que a “evolução” da ciência não depende exclusivamente da argumentação racional e da metódica experimentação empírica. Diversos fatores externos, como as inclinações pessoais dos cientistas ( vaidade, paixão, presunção, teimosia) ou brigas entre as instituições possibilitaram à ciência desenvolver-se, ou modificaram o rumo do pensamento científico. Por conseguinte, se toda metodologia científica apresenta limitações, o princípio válido é o “Tudo vale” (FEYERABEND, 1977, p. 34).

O objetivo de Feyerabend é retirar a ciência de seu atual status político. Para tanto, propõe a separação Estado-Ciência e a interferência estatal para a manutenção da pluralidade de teorias, em defesa de outras formas do saber e contra o chauvinismo científico.

É mais do que em tempo de acrescentar a separação Estado-Ciência à separação, hoje habitual, entre Estado e Igreja. A ciência é apenas um dos instrumentos inventados pelo homem para fazer face à circunstância. Não é o único, não é infalível e tornou-se demasiado poderoso, dinâmico em demasia, excessivamente perigoso para ser abandonado a si mesmo (FEYERABEND, 1977, p. 337).

Em alguns pontos de concordância com o raciocínio de Feyerabend, a escola britânica dos Estudos Culturais, surgida em meados de 1960, ganhou novos espaços a partir da exploração do receptor enquanto construtor de sentido da mensagem midiática.

Nesse sentido, da mesma maneira que Feyerabend defende que a produção científica foge ao racionalismo e ao empirismo científico, a escola britânica argumenta



que o uso da mídia pelos receptores foge à intenção e ao controle dos emissores. A recepção dos produtos comunicacionais é mediada pela noção de experiência de cada indivíduo, ou seja, pelas atitudes individuais que influenciam na escolha e compreensão dos conteúdos midiáticos.

Os chamados Estudos Culturais são fortemente influenciados pelos princípios básicos e, sobretudo, pelos métodos de trabalho da Antropologia e sua proposta é a análise de uma forma específica de processo social, definindo o estudo da cultura própria da sociedade contemporânea como campo de análise relevante, pertinente e teoricamente fundamentado (TEMER, 2004, p. 100).

A resposta da escola britânica para a influência dos meios de comunicação na sociedade é no sentido da incapacidade manipulatória da mídia sobre os receptores. Portanto, a mídia não provoca mudanças radicais no comportamento do indivíduo. Os Estudos Culturais também argumentam que existe certa resistência por parte do consumidor às imposições da cultura dominante.

Em termos de metodologia, a escola britânica apropria-se de um método pluralista, como defendido por Feyerabend, com base na análise da mensagem midiática em sentido ideológico e no estudo dos receptores por meio de conceitos antropológico e psicológico, das estruturas sociais e do contexto histórico.

Os Estudos Culturais valorizam a experiência individual como mediador dos fenômenos comunicacionais no sentido em que Feyerabend apresenta a interferência de valores pessoais ou institucionais na produção do saber científico.

Em última análise, há a resistência ao modelo de raciocínio positivista tanto na escola britânica como na teoria de Feyerabend. No caso da Comunicação, conceituações oriundas de um trabalho subjetivo, como no caso da análise antropológica e psicológica individual, ganham espaço frente ao objetivismo positivo, fato em conformidade com o que Feyerabend defende sobre a valorização de outras fontes de saberes.

Entretanto, os Estudos Culturais não podem ser entendidos como uma corrente de pensamento que adota uma metodologia anarquista. De fato, a escola britânica apresenta claramente base teórica elaborada a partir do paradigma marxista heterodoxo.

Com fortes influências das teorias materialistas, do estruturalismo e pós-estruturalismo, das ideias de Gramsci sobre cultura “degradada” e da Escola de Frankfurt sobre a tensão entre indústria cultural e “alta” cultura, ambos os autores (Richard Hoggard e Raymond Williams)



pretenderam “ler” outras formas culturais além da literatura e analisar os modos nos quais tais formas e práticas produziam sua socialidade. Era assim inaugurado o campo dos EC britânicos, que se consolidou com as ferramentas teóricas do marxismo, da sociologia clássica, psicanálise, do estruturalismo e da semiótica (MELLO, 1997).

Pretende-se, por meio da comparação entre a teoria anarquista de Feyerabend e os Estudos Culturais, apresentar renovação teórica e metodológica pelas quais sofreram os estudos nas ciências humanas gerais e, em especial, a Comunicação, devido à transformação do pensamento científico e o progressivo abandono da verdade positiva. O pensamento de Feyerabend foi um apelo à atenção da comunidade científica para o fazer e o saber da ciência, os quais precisavam ser reformulados pela da aceitação de metodologias pluralistas e, principalmente, pelo reconhecimento do desconhecimento do homem e do mundo em suas totalidades.

### **3 A Comunicação Como Ciência**

As exemplificações de algumas das principais correntes de estudo em Comunicação, denominada epistemologia histórica, apresentam como objetivo demonstrar que o saber comunicacional sempre esteve amparado pelo paradigma científico geral. Ademais, uma revisão histórica é válida no sentido de definição das linhas das teorias da Comunicação, possibilitando apontar certas modificações ou repetições que são necessárias para a construção de um campo.

#### **3.1 O que é e o que Estuda a Comunicação?**

O termo comunicação deriva-se do latim *communis* (comum, em português), e apresenta o sentido de pertencimento conjunto; múltiplo. Também do latim, provém a palavra *comunicare* que significa comungar ou comunicar. Portanto, linguisticamente, comunicação denota, junto à ideia de tornar comum, o sufixo latino *ica* indica “estar em relação a” e o sufixo *ção* indica “ação de”.

Conforme afirma Marcondes Filho, a palavra comunicação comporta diversos significados. Em termos simplistas, comunicação refere-se ao transporte de pessoas e de mercadorias ou designa o intercâmbio de dados computacionais ou de material celular, dentre outras atribuições. Como mediadora da interação social por meio da manipulação simbólica da linguagem, a significação do termo ganha maior complexidade.



O termo designa, em geral, o ato de transmitir e trocar signos e mensagens, referindo-se mais além da circulação de bens e pessoas. De forma mais ampla, ele aplica aos procedimentos técnicos de transmissão e troca de mensagens que vieram com a prensa, o rádio, a televisão, os satélites. Cada um desses é um médium, e o conjunto deles é o plural latino *media* (MARCONDES FILHO, 2002, p. 9).

A comunicação, sentido de capacidade definidora do ser humano, compreende a mediação cotidiana do conjunto das relações sociais, na difusão de ideias e das formas de conduta que apresentam lugar na sociedade, ou seja, define-se como o espaço o qual a sociedade conversa com a sociedade. Dessa forma, os meios de comunicação são os sistemas físicos que permitem ou ampliam as possibilidades de comunicação.

Neste sentido, a comunicação difere-se da informação, pois esta existe para dar formas às ideias, ou seja, é o suporte; arquivo. Portanto, a informação é a matéria-prima da comunicação que, para se estabelecer como tal, necessita transmitir informações, ou seja, tornar possível que os signos dispensados pelo emissor sejam cognoscíveis para o receptor.

### **3.2 O Campo e o Objeto da Comunicação**

Como já dito, o status científico da Comunicação não é consenso na comunidade científica. Apesar de estruturadas diversas teorias sobre o saber comunicacional, este é questionado por não apresentar um objeto de estudo específico e, portanto, não se estabelecer como um campo de conhecimento próprio.

De fato, o campo da Comunicação pode ser entendido como em construção, necessitando de um aprimoramento de padrões que delimitem a sua especificidade por meio da defesa de uma problemática comunicacional.

No Brasil, a tendência geral das pesquisas epistemológicas em Comunicação é considerar o campo comunicacional como um emaranhado de relações sociais composta de sujeitos interlocutores que exercem trocas simbólicas entre si, tecendo sentidos.

Muniz Sodré, em *Antropológica do espelho*, define o campo comunicacional a partir do que ele convencionou nomear de Bios midiático. Este conceito trata o campo da Comunicação como um “espaço sensorium que se constitui efetivamente enquanto espaço de redes de sentido que passam a conformar um sentido de real” (SODRÉ, 2002). Significa que o campo constitui-se numa zona de articulação de conhecimentos, resultante da evolução dos meios de comunicação e de sua progressiva interdição com aspectos da vida profissional, constituindo-se, desta forma, em um saber científico.





Adjunto ao problema de estruturação do campo, a escolha de um objeto de estudo também apresenta divergências. É comum a argumentação de que o objeto da Comunicação esteja vinculado a outros saberes disciplinares como da Antropologia, da Sociologia, Psicologia, Linguística, dentre outros. A natureza interdisciplinar do saber comunicacional, fundada no cruzamento destas diferentes contribuições, é indiscutível como estruturante dos estudos em Comunicação.

Nos estudos epistemológicos da Comunicação desenvolvidos no Brasil, o objeto comunicacional ora aparece orientado aos estudos de mídia, ora vislumbrando todo e qualquer tipo de compartilhamento de sentidos.

A primeira definição do objeto refere-se à comunicação mediada pelas novas tecnologias. Um objeto empírico de visibilidade e força, visto que a comunicação midiática, amparada pelo desenvolvimento das tecnologias da comunicação, é um aspecto tangível da realidade contemporânea. Entretanto, a mídia, em sua aparente objetividade, comporta dimensões – política, econômica, social, cultural – que fogem à composição de um objeto único da Comunicação, mas que se desdobram em outros objetos das ciências sociais como um todo. Nesse sentido,

Um cientista político que, fazendo uma análise política de uma eleição, tem como uma de suas variáveis a presença e uso da mídia, está fazendo um estudo de comunicação? Um economista que inclui a publicidade e os fluxos de informação na dinâmica atual dos modelos econômicos está fazendo um estudo de comunicação? E um psicólogo que analisa a sexualidade infantil relacionada com o erotismo na tv? (FRANÇA, 2001).

Por conseguinte, esse objeto, por comportar tamanha amplitude, não pode ser tomado como definidor de um campo de estudo de uma única área, justamente porque, dimensiona característica definidora da sociedade contemporânea. Logo, em raciocínio circular, esse objeto como uma dimensão da vida social, ao ser tratado por diversas disciplinas, não demarca o campo de uma única.

Em contraponto ao objeto da Comunicação enquanto análise midiática surge, como proposta de constituição de objeto, os processos comunicativos como um todo – incluindo todos os processos de produção e circulação de informações tanto em uma dimensão social, como física ou mesmo biológica. Isto porque, fechar o objeto da Comunicação no estudo das mídias é excluir as outras inúmeras práticas comunicativas que engendram a vida social.



Porém, esta outra abordagem também não recorta a especificidade do objeto comunicacional – diversos outros estudos podem reivindicar seu pertencimento à área. Mesmo que se faça um recorte dentro deste recorte, definido o objeto da Comunicação como os processos humanos de produção e circulação de sentidos a partir da linguagem simbólica, este ainda sim permanece amplo e confuso com estudos das relações sociais.

Com objetos tão includentes, onde tudo cabe, não ressentiria então a área de comunicação de um objeto específico? Dito de outra maneira: esta definição da comunicação, desdobrada em tantos objetos do mundo (alcançando uma correspondência tão ampla no empírico), pode ser tomada como um campo de conhecimento? Teria a comunicação, enquanto campo de saber, um objeto próprio? (MARCONDES FILHO, 2002, p. 9).

Vera França argumenta que o problema de definição do objeto da Comunicação é que este se sustenta demasiado no empírico e ressalta que o objeto de conhecimento de uma disciplina não se equivale às coisas do mundo, mas são formas de conhecê-las, são perspectivas de leituras, ou seja, são construções do próprio conhecimento. Desta maneira, a constituição de um objeto de estudo específico para a Comunicação assenta-se no modo como é interpretada a realidade contemporânea, ou seja, a Comunicação é um dos pontos de vista para a análise de certos fenômenos do mundo. Correspondente a esse pensamento, Marcondes Filho ressalta que:

São essas perspectivas que dão o recorte, indicam a especificidade. Não importa o quão abundantes, espalhadas e permeadas em outras atividades sejam determinadas práticas que chamamos “comunicativas”. A especificidade vem do olhar, ou do viés, que permite vê-las e analisá-las enquanto comunicação, isto é, na sua natureza comunicativa (2002, p. 9).

#### **4 Considerações Finais**

A discussão sobre a constituição de uma epistemologia da Comunicação denota necessidade de fortalecimento do paradigma comunicacional, com vista à consolidação da área. Diversas reflexões contemporâneas demonstram que o antigo paradigma comunicacional (relação emissor/receptor) é insuficiente devido ao alcance – político, social, econômico, cultural – da Comunicação. Ademais, no sentido de consolidação desse paradigma, as recentes teorias apresentam novos elementos definidores do campo e do objeto de estudo comunicacional.



Em síntese, os estudos contemporâneos de Comunicação trabalham-na como um complexo processo de produção e compartilhamento de sentidos entre indivíduos, vistos como sujeitos interlocutores, e concretizado por meio da produção material de discursos simbólicos, que estão inseridos em determinados contextos, sobre o qual atua e recebe reflexos.

Entretanto, de maneira substancial, estes estudos já compõem o campo de estudo e objeto de outras disciplinas. A novidade é que a Comunicação trabalha estes conceitos por meio da visão de seus processos comunicativos, buscando resgatar a circularidade e globalidade deste processo e a inter-relação entre os elementos que são fundadores de diversas disciplinas.

Portanto, a especificidade do campo e do objeto de estudo da Comunicação pode residir no modo como o viés comunicacional lança olhar sobre fenômenos explicados, outrora, de forma segmentada pelas ciências humanas. A finalidade dos estudos em Comunicação é obter interseção de três dinâmicas básicas: a relação dos interlocutores (campo da Psicologia), a produção de sentidos (campo da Linguística), e o contexto sócio-cultural (campo das Ciências Sociais).

O processo comunicativo é vivo e dinâmico, instituindo sentidos. Não se trata de um lugar apenas donde falam os sujeitos, mas que assumem papéis na sociedade; é um espaço de realização e renovação da cultura. É promovendo essa conexão que o viés comunicacional se legitima como um outro ponto de vista (ponto de onde se vê).

“Um lugar frutífero para analisar e compreender a realidade em que vivemos”  
(MARCONDES FILHO, 2002, p. 9).

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DINIZ, Talita. **Formação de uma epistemologia da comunicação por autores nacionais**. Rio de Janeiro: Intercom Júnior, 2005.

FEYERABEND, Paul. **Contra o Método**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

FILHO, Ciro Marcondes. **O espelho e a máscara: o enigma da comunicação no caminho do meio**. São Paulo: Unijuí, 2002.



FRANÇA, Vera. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 5, 2001. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/vera1.htm>. n. 5>. Acesso em: janeiro de 2010.

HOHLFELDT, Antonio; FRANÇA, Vera; MARTINO, Luiz (orgs.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MARTINO, Luiz. As epistemologias contemporâneas e o lugar da Comunicação. In: **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

MELLO, Maria Ignez. **Música popular brasileira e Estudos Culturais**. Florianópolis, 1997. Disponível em: <<http://www.musa.ufsc.br/Monografia%20EC.pdf>>. Acesso em: março de 2010.

Mundo dos filósofos. **O Positivismo – Auguste Comte**. Disponível em: <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/comte.htm>>. Acesso em: fevereiro de 2010.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TEMER, Ana Carolina; NERY, Vanda. **Para entender as Teorias da Comunicação**. Uberlândia: Aspectus, 2004.

TOLEDO, Gustavo. **A plausibilidade de Feyerabend**. Disponível em: <<http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/opombo/filcc/Feyerabend1.pdf>>. Acesso em: janeiro de 2010.