

Prosumer: a consequência da virtualização midiática

Marcelo Mendonça TEIXEIRA¹

Resumo

A cada dia surgem formas instantâneas de comunicação, interação e possibilidades de rápido acesso às informações, no qual não somos meros emissores, mas produtores, reprodutores, colaboradores e distribuidores daquelas. As novas tecnologias de informação e comunicação têm servido para “conectar” pessoas de diferentes culturas fora do espaço virtual, o que há pelo menos cinquenta anos era impensável. Nessa gigantesca teia de relacionamentos, absorvemos, reciprocamente, crenças, costumes, valores, leis, hábitos, uns dos outros, heranças culturais eternizadas por uma dinâmica físico-virtual em permanente metamorfose. Sob uma perspectiva empírico-descritiva, abordamos, no presente trabalho, questões conceituais inerentes as transformações na cultura da comunicação de massa como precursora da hibridação midiática contemporânea, resultante na cibercultura. O estudo baseia-se numa revisão de literatura realizada no decorrer do segundo semestre de 2012, através de consultas a livros, bibliotecas online, artigos científicos, teses de doutorado e de mestrado disponibilizados na Internet.

Palavras-Chave: Comunicação. Medias. Convergência. Interatividade. Cibercultura.

Introdução

No final dos anos 80 e início dos anos 90, um novo movimento sociocultural originado pelos jovens profissionais de grandes metrópoles e universidades americanas conquistou uma dimensão global e sem que nenhuma instância condicionasse esse processo, as diferentes redes de computadores que se formaram nos anos 70 se juntaram umas às outras, enquanto o número de pessoas e de computadores conectados à rede crescia exponencialmente (VANASSI, 2007). Foram trinta anos de um crescimento contínuo de virtualização da sociedade e da inteligência coletiva que resultaram na geração do milênio (ou geração Y), a partir da criação do sistema operacional

¹Doutorando em Tecnologia Educativa no Instituto de Educação da Universidade do Minho (Portugal). Bolsista da Fundação para a Ciência e a Tecnologia de Portugal (FCT). E-mail: marcelo.uminho.pt@gmail.com

ENQUIRE, por Timothy John Berners-Lee, seguindo os princípios do Xanadu e do Hipertexto de Ted Nelson, culminando na World Wide Web, em 1989. Sequencialmente, a Web evoluiu de um modelo estático (1.0) para o colaborativo (2.0), e deste para portabilidade de conteúdos, conectividade de informações e integração de linguagens de programação (3.0). Já se fala, inclusive, na Web da inteligência artificial (4.0), como preveem Anandarajan e Anandarajan (2010). Paralelamente, são desenvolvidos inúmeros recursos interativos para a Internet e digitalização dos meios de comunicação.

Mas tal fenômeno não necessariamente representa a sublimidade tecno-cultural-comunicativa, como encara Jean Baudrillard no livro “Simulacres et Simulation”. Segundo a obra, a realidade deixou de existir e passamos a viver a representação da realidade, difundida na sociedade pós-moderna pela mídia e pelos meios de comunicação de massa (REVISTA SUPERINTERESSANTE, 2005). Irônico, mas bem fundamentado, Baudrillard defende a teoria de que vivemos em uma era cujos símbolos têm mais peso e mais força do que a própria realidade. Desse fenômeno surgem os “simulacros” - simulações malfeitas do real que, contraditoriamente, são mais atraentes ao espectador do que o próprio objeto reproduzido (ibidem), provocando sensações de desterritorialização e multiterritorialidade, nas palavras de Haesbaert (2004). A crítica filosófica de Baudrillard recai principalmente sobre a sociedade de consumo e a supervalorização dos meios de comunicação, assim como a rejeição do conceito de Aldeia Global, ao que considera uma realidade distante e utópica.

Em justaposição, Mark Bauerlein vai além em “The dumbest generation: How the digital age stupefies young americans and jeopardizes our future”, ao acusar como a era digital “estupidifica” e “idiotaliza” os jovens americanos com anomia, isolamento, dependência e sobrecarga cognitiva. Outros, como Oliveira (2011) não horizontalizam com Baudrillard ou Bauerlein, defendendo que a geração digital tem prós e contras, assim como as gerações passadas e a atual geração Z (da conectividade). As relações entre os homens, o trabalho, a própria inteligência, dependem, na verdade, da metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos: Escrita, leitura, visão, audição, criação, aprendizagem são capturados por uma informática cada vez mais avançada e não se pode mais conceber a pesquisa científica sem uma aparelhagem complexa que distribui as antigas divisões entre experiência e teoria, assinala Lévy (2010).

De fato, a emergência de novas formas de sociabilidade fomentou outros rumos ao desenvolvimento tecnológico, transformando, desviando e criando relações inusitadas do homem com as tecnologias de comunicação e informação (LEMOS, 2003). Foi o que ocorreu na transição do século XX para o século XXI, com o desenvolvimento de revolucionários dispositivos eletrônicos de comunicação em rede. Consequência da globalização e da expansão tecnológica, a multiculturalidade, daí resultante, prescreveu uma nova estrutura social, composta por pessoas e empresas de diversos segmentos, norteados por interações, colaborações, troca de saberes no recém adulto “universo virtual”. Sobre o assunto, Paul Virilio (1993) alerta para a dispersão temporal e perda da noção de realidade no ciberespaço, uma atopia para os nativos digitais, imersos num oceano de informações inesgotáveis. Em compensação, escreve Howe (2009), que criados com base na mídia social e sempre conectados a Internet, os nativos digitais se concentram em vários projetos simultaneamente, colaboram tranquila e espontaneamente com pessoas que nunca viram na vida e, o mais importante, criam mídias com a mesma avidez com que as gerações anteriores consumiam. “É uma comunidade crowdsourcing, uma população perfeitamente adaptada a um futuro em que as comunidades online irão suplantam a corporação convencional” (ibidem, p.10). Desse modo, é quase impossível condicionar os nativos digitais para uma vida “menos virtual ou tecnológica”, pelo fato já terem nascido numa sociedade da informação e do conhecimento.

Metodologia de Investigação

Sob uma perspectiva empírico-descritiva, abordamos, no presente trabalho, questões conceituais inerentes as transformações na cultura da comunicação de massa como precursora da hibridação midiática contemporânea, resultante na cibercultura. O estudo baseia-se numa revisão de literatura realizada no decorrer do segundo semestre de 2012, através de consultas a livros, bibliotecas online, artigos científicos, teses de doutorado e de mestrado disponibilizados na Internet.

As Novas Mídias

O conceito de “novas mídias” surge a partir da convergência entre formas culturais contemporâneas (interfaces multimídia, hipertexto, banco de dados online), representando uma transformação cibercultural globalizada, à medida que o público é incentivado a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (FIORELLI, 2010). Em 1993, inspirado pelos avanços tecnológicos, Mary Cullinan já afirmava que as vantagens da comunicação eletrônica são inegáveis e vão além do simples ato comunicativo, considerando, inclusive, que o uso de equipamentos eletrônicos como interfaces de melhoria no processo comunicacional não altera os preceitos básicos da comunicação, pelo contrário, permite uma rápida transmissão de informação e a partilha simultânea da mesma informação por diferentes pessoas, independentemente do local em que se encontrem. O mesmo pensamento é partilhado em obras literárias contemporâneas sobre a comunicação midiática, como em Biagi (2011); Jenkins (2008); Saad (2008); Straubhaar, Larose e Davenport (2011); Wimmer e Dominick (2011) e muitos outros. Dennis Macquail, notório por sua “McQuails's Mass Communication Theory”², diz que o aspecto mais importante proporcionado pelas tecnologias de informação e comunicação é a digitalização, na qual todos os textos (significados simbólicos em todas as suas formas codificadas e registradas) podem ser reduzidos a um código binário, partilhando o mesmo processo de produção, distribuição e armazenagem. Consequentemente, a convergência estará presente em todas as formas existentes de mídia em termos da sua organização, distribuição, recepção e regulação, justifica o teórico.

Sob esta ambiência midiática, os meios que sobreviveram ao processo de convergência transformaram-se em novas tecnologias de informação e comunicação, incorporando recursos interativos e múltiplos canais de comunicação (o rádio, não mais restringe-se ao som; o jornal, não mais ao texto; o telefone não mais a voz; a televisão, não mais ao áudio e ao vídeo e etc.), proporcionando um novo tipo de consumidor – o Prosumer (produtor e consumidor de informações e serviços)³. Para Cardoso (2009), as mídias tradicionais podem, agora, ser digitalizadas e oferecidas aos consumidores

²Compilação de teorias da comunicação sob a ótica do acadêmico Inglês Dennis Macquail.

³Termo originado da língua inglesa e que provém da junção de producer (produtor) + consumer (consumidor) ou professional (profissional) + consumer (consumidor) (SURHONE, TIMPLEDON & MARSEKEN, 2010).

através de uma grande variedade de canais, nos quais incluem uma grande variedade de meios de comunicação. O estudioso considera que um dos maiores desafios para as mídias de massa da atualidade reside na sua capacidade de resposta à convergência entre elas próprias e as novas formas de comunicação suportadas por ambientes virtuais, na medida em que se redimensionou o relacionamento entre produtores de conteúdos e os públicos; os operadores tradicionais generalistas; os operadores baseados nas novas tecnologias (orientados para um nicho em específico) e, finalmente, entre a programação tradicional e a interatividade colaborativa. O presente cenário, conceituado por Fidler (1997) de “Mediamorphosis”, reflete a “Era da Informação” projetada por Castells (2010), que confirma a teoria de McLuhan e Powers (1992) sobre a “Aldeia Global”⁴. Participando na produção sociocultural dos meios de comunicação de massa e desenvolvendo redes independentes de comunicação horizontal, os cidadãos na era digital são capazes de inventar novos programas para as suas vidas, idealiza Castells (2009). Macquail (2003) concorda que a digitalização e a convergência tecnológica têm consequências revolucionárias e imprevisíveis, mas não necessariamente decretam o fim dos meios tradicionais de comunicação, funcionando mais como uma adição à comunicação mediada do que uma substituição daquelas existentes.

Da comunicação de massa para a comunicação em rede, sabemos, por meio de Cardoso (2009), que as nossas sociedades têm testemunhado o aparecimento de um novo modelo comunicacional: O 1º corresponde à comunicação interpessoal, caracterizando-se pela troca bidirecional entre duas ou mais pessoas dentro de um grupo; o 2º se estabelece de “um para muitos”, em que cada indivíduo envia uma só mensagem a um grupo limitado de pessoas; o 3º é o modelo da comunicação em massa, no qual, graças a utilização de tecnologias específicas de mediação, uma só mensagem é dirigida a uma massa de pessoas; e o 4º é o modelo comunicacional da sociedade contemporânea, moldado pela capacidade dos processos de globalização comunicacional mundial, juntamente com a ligação em rede entre as mídias de massa e as mídias interpessoais.

A relação dos modelos comunicacionais com o público resultou em um novo tipo de audiência, movido pelas trocas comunicacionais imediatas (em tempo real), aliado a hibridação de linguagens midiáticas conforme o desenvolvimento tecnológico.

⁴The Global Village (obra original), sugere que os avanços tecnológicos resumem o mundo à mesma situação de uma aldeia, em que todas as pessoas conhecem e discutem a vida dos outros.

As tecnologias, os equipamentos e as linguagens que nelas circulam, propiciadoras de uma nova lógica cultural, permitem a escolha e o consumo mais personalizado e individualizado das mensagens, em oposição ao consumo massivo (SANTAELLA, 2007). “São justamente esses processos que constituem a cultura das mídias”. “Portanto, essa cultura constitui num período de passagem, de transição, funcionando como uma ponte entre a cultura de massas e a cibercultura” (ibidem, p.125). Nicolau (2010), recorda que são concepções corroboradas por Henry Jenkins (2008) a partir de sua ideia da “Cultura da Convergência”, fixado no fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos em plena cooperação, associado ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, capazes de irem a quase qualquer parte em busca das informações desejadas.

Vivenciando uma sociedade de consumo, legitimamos a Cultura da Convergência pelo senso comum, na procura incessante por individualidade, autonomia, reconhecimento social, nacionalidade, sexualidade e interação social, antes cerceada pela despersonalização e unidimensionalidade dos tradicionais meios de comunicação. “A dimensão fundamental que estas novas mídias propõem é a mobilidade”, declara Silva (1998, p.163). Ao alcance da “ponta dos dedos” do “homo communicans” abre-se um mundo de informações oriundas de lugares distantes e, por tradição, fechados, como os grandes arquivos, ao mesmo tempo que lhe permite, estar, sem se mover fisicamente, em diferentes lugares. Deste modo, à multidimensionalidade do universo comunicativo junta-se a natureza ubiquística do indivíduo (ibidem). A visão contemporânea de Bento Silva reflete-se na sociedade atual, ao que Santaella (2008) chama de “Cultura da Mobilidade”. Desde o advento da cultura de massas⁵, a passagem de um ciclo cultural a outro tem se acelerado de modo tão intenso que a expressão “Cultura da Mobilidade” está hoje colocando o uso da expressão anterior e ainda mais recente, “Cibercultura”, em segundo plano (ibidem). Relata ainda, que embora a cultura da mobilidade seja fruto da revolução digital e, portanto, esteja situada no mesmo paradigma da cibercultura, diferentemente desta, a cultura da mobilidade mistura o ciber com o físico em uma urdidura nova, a que tem conceituado de “espaços intersticiais”.

Por isso, as novas “culturas” podem ajudar a promover as transformações socioculturais necessárias à mudança da realidade presente, no momento em que

⁵Também conhecida como “cultura popular” ou “cultura pop”.

constituem uma cultura global comum, em meio a produção, distribuição, recepção, redistribuição e apropriação de conteúdos que são gerados na interatividade coletiva. Portanto, uma vez imersos na cultura de massas, cultura midiática, cultura da convergência, cultura da mobilidade e na cibercultura, os seres humanos precisam aprender a discernir e a criticar as informações repassadas pelos novos e antigos meios de comunicação, evitando assim à manipulação sociocultural. Numa ótica mais abrangente, discutida por Macquail no livro “Media performance: Mass communication and the public interest”, o público é incentivado a ser mais consciente e seletista frente as empresas de comunicação relacionadas com a produção midiática em massa, pois, ao mesmo tempo que representam a liberdade de opinião, aliciam as massas em benefício próprio. Silva (1998, p.158) usa a televisão como referencia e questiona: “Donde virá a força deste meio, capaz de influenciar e organizar os estilos de vida e hábitos comunitários (horas das refeições, de deitar e levantar, de sair de casa, de conversar e conviver...), bem como condicionar culturalmente os cidadãos através da disseminação de ideias e modismos em escala planetária? A sua força vem da linguagem utilizada e da configuração comunicativa que propicia”.

Basta voltar no tempo da indústria tabagista de Paul Lazarsfeld (na década de 50), para constatar que manipular as massas era uma atividade trivial na sociedade norte-americana, sem qualquer tipo de controle por parte do Estado. Os “anos dourados” de Lazarsfeld duraram até a década de 60, quando os teóricos da Escola de Frankfurt (Herbert Marcuse, Max Horkheimer, Theodor Adorno, Leo Löwenthal, Erich Fromm, Jürgen Habermas e outros), denunciaram as intenções capitalistas nos meios de comunicação de massa. Conhecendo a literatura e o pensamento de seus autores, entendemos que é preciso estar consciente de que estamos inseridos em redes globais de produção e distribuição cultural, que a cada instante nos bombadeiam com novas informações através das interfaces tecnológicas, muitas das quais determinadas a ter lucro com a audiência e o convencimento da opinião pública, hoje, amenizada pelo ideário das relação de troca entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias, defendidos pela cibercultura.

A Cultura da Informação

Ao degustarmos a literatura ergódica⁶ dos autores mencionados, sublinhamos uma dúvida: Objetivamente, o que entendemos por “cibercultura” não seria uma representação sociocultural da sociedade pós-moderna, fruto da convergência tecnológica dos meios de comunicação na Internet? Os fatos históricos e as formulações empírico-teóricas até então investigadas comprovam que sim. Desde o final do século XX e início do século XXI que comunicação e cultura fazem parte de um sistema complexo de conexão global, alimentados por processos massivos de colaboração entre pares e integrados em redes computacionais, distribuídas através de mainframes⁷, servidores, e portabilidade entre sistemas operacionais.

Há inúmeras mudanças históricas, filosóficas, científicas e tecnológicas durante este período, ao lado de um ideário coletivo de prosperidade, liberdade, igualdade, inovação e consumismo. O fator comum é que essas particularidades foram diretamente influenciadas pelos meios de comunicação, como autênticos mediadores culturais responsáveis pela construção do imaginário tecno-social.

Os trabalhos de Erick Felinto vão de encontro ao enunciado e propõe a elaboração de uma teoria da cibercultura como imaginário tecnológico. “A cibercultura representaria, nesse sentido, o momento histórico do ápice da comunicação tecnológica: Sem limites, sem fronteiras, sem ruídos – uma comunicação total” (2006a, p.100). Tudo isso nos leva a proposição de que a cibercultura pode ser definida como uma formação cultural cuja especificidade encontra-se numa visão informacional do mundo, de acordo com uma lógica essencialmente binária e na qual certo imaginário tecnológico desempenha um papel fundamental, num vasto repertório de sonhos e visões utópicas ou distópicas, mas nem todas utopias são benévolas à coletividade, fundamenta Felinto (2006ab).

Enfim, a ascensão da “cultura da informação e da participação” (ubíqua, interativa, colaborativa e digitalizada), durante a era pós-moderna ratificou no “imaginário acadêmico” uma cultura imanente da sociedade em rede ou

⁶A literatura ergódica, segundo Espen Aarseth, ocorre quando um esforço não trivial é requisitado para permitir que o leitor “percorra” o texto, ou seja, o leitor não pode simplesmente olhar para o texto, ir virando as páginas e interpretar o que está escrito. Recuperado em 20 de Janeiro, 2012, de <<http://diglitmedia.blogspot.com.br/2007/05/literatura-ergdica.html>>

⁷Computadores com alta capacidade de armazenamento, processamento e distribuição de dados.

“cibercultura”, apesar das duras críticas ao “modus operandi” desse segmento ideológico, como salienta Zygmunt Bauman (2001) em “Modernidade Líquida”. A sociedade líquida de Bauman é caracterizada pela instabilidade e pela ambiguidade, a erosão do que parecia ser categorias estáveis de identidade, e a fragmentação da experiência em condições de mudanças tão rápidas que as formas sociais e as instituições não têm mais tempo para solidificar a identidade humana e ação coletiva (VINT, 2008). Adjacente a crítica de Bauman, observamos o ceticismo sócio-tecnológico de Fredric Jameson (1996), averso às verdades oblíquas do período pós-modernista enquanto propusor de uma nova ordem sociocultural. No mesmo sentido, Baudrillard o acompanha em “Simulacros e Simulações”, condicionado a questionar à dicotomia mídia/cultura digital, sempre associado às transformações da “sociedade de consumo”, caracterizada pela universalidade totalitária dos meios de comunicação de massa enquanto produtores da realidade virtual (utópica e dissimulada).

Ancorada nas análises de Jameson, Vargas (1997) sustenta que na lógica pós-moderna, a última transformação do espaço, com o surgimento do hiperespaço, fez com que o ser humano perdesse a capacidade de se localizar corporalmente e de se organizar, através da percepção, o espaço que o circunda e, por extensão, de reconhecer sua posição no mundo físico. É um ponto de separação – entre o corpo humano e o ambiente construído – que pode servir como analogia para a nossa incapacidade mental de mapear a enorme rede global e multinacional de comunicação em que nos encontramos presos, afirma a autora visivelmente influenciada pela literatura de Jean Baudrillard⁸.

Conclusão

Afora às críticas, sem idilismo ideológico, concluímos que novos modos de vida são permeados por uma cultura global que potencializa novas formas de sociabilidade no mundo contemporâneo através de tecnologias digitais, princípio “sine qua non” da denominada “cibercultura”. Em outras palavras, trata-se de uma virtualização cultural

⁸O clássico “Simulacro e Simulações” de Baudrillard inspirou a trilogia cinematográfica “Matrix”, onde defende que as novas tecnologias de comunicação em massa produzem a realidade virtual em modelos de um real sem origem na realidade, isto é, a representação de situações reais para chegar a uma simulação da realidade.

da realidade humana, fruto da migração do espaço físico para o virtual (mediado pelas TICs), regido por códigos, signos e relações sociais próprias. Avante, surgem formas instantâneas de comunicação, interação e possibilidade de rápido acesso às informações, no qual não somos meros emissores, mas produtores, reprodutores, colaboradores e distribuidores daquelas. As novas tecnologias também têm servido para “conectar” pessoas de diferentes culturas fora do espaço virtual, o que há pelo menos cinquenta anos era impensável. Nessa gigantesca teia de relacionamentos, absorvemos, reciprocamente, crenças, costumes, valores, leis, hábitos, uns dos outros, heranças culturais eternizadas por uma dinâmica físico-virtual em permanente metamorfose.

Referências

- ANANDARAJAN, Murugan & ANANDARAJAN, Asokan. **e-Research collaboration: theory, techniques and challenges**. New York: Springer, 2010.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacres et simulation**. Paris: Galilée, 1981.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BIAGI, Shirley. **Media impact: An introduction to mass media**. Boston: Wadsworth, 2011.
- CARDOSO, Gustavo. **Da comunicação de massa para a comunicação em rede**, 2009. In: CARDOSO, Gustavo; CÁDIMA, Francisco & CARDOSO, Luís (Orgs.). **Media, redes e comunicação**, 2009, pp.15-54. Lisboa: Quimera.
- CASTELLS, Manuel. **The rise of the network society - The information age: economy, society and culture**. Malden: Wiley-Blackwell, 2010.
- CULLINAN, Mary. **Business communication: principles and process**. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers, 1993.
- FELINTO, Erick. **Passeando no labirinto: ensaio sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação**. Porto Alegre: EDIPUCS, 2006a.
- _____. **Os computadores também sonham?** Para uma Teoria da Cibercultura como Imaginário, 2006b. Recuperado em 20 de Fevereiro, 2012, de <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4257/4420>
- FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: understand new media**. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997.
- FIORELLI, Marilei. **Interfaces gráficas convergentes: da escola alemã de Bauhaus ao design multimídia**, 2010. Recuperado em 5 de Outubro, 2011, de <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2627-1.pdf>

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: Do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HOWE, Jeffe. **O poder das multidões**: por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

JAMESON, Fredrick. **Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism (post-contemporary interventions)**. Durham: Duke University Press Books, 1996.

JENKINS, Henry. **Convergence culture**: where old and new media collide. New York: New York University Press, 2008.

LEMONS, André. **Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época**, 2003. Recuperado em 28 de Fevereiro, 2012, de <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/cibercultura.pdf>

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.

MACQUAIL, Dennis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MACLUHAN, Mashall & POWERS, Bruce. **The global village**: transformations in world life and media in the 21st century. UK: Oxford University Press, 1992.

NICOLAU, Marcos. **A busca por uma web semântica cognitiva**, 2010. Recuperado em 13 de Dezembro, 2012, de <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/comunicologia/article/viewFile/1721/1155>

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y**: o nascimento de uma nova versão de líderes. São Paulo: Integrare, 2011.

REVISTA SUPERINTERESSANTE. **Simulacros e simulação**, 2005. Recuperado em 27 de Julho, 2012, de <http://super.abril.com.br/cultura/simulacros-simulacao-446017.shtml>

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

SANTAELA, Lúcia. O impacto das novas mídias sobre a cultura. *In*: VILLARES, Fábio (org.), 2008. **Novas mídias digitais (audiovisual, games e música)**: impactos políticos, econômicos e sociais, 2008, pp.17-52. Rio de Janeiro: E-papers.

SANTAELA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SILVA, Bento. **Educação e Comunicação**. Braga: Centro de Estudos em Educação e Psicologia da Universidade do Minho, 1998.

STRAUBHAAR, Joseph; LAROSE, Robert & DAVENPORT, Lucinda. **Media now**: understanding media, culture, and technology. Boston: Wadsworth Publishing, 2012.

SURHONE, Lambert; TIPLEDON, Miriam & MARSEKEN, Susan. **Prosumer**. Saarbrücken: VDM Verlag, 2010.

TEIXEIRA, Marcelo Mendonça. **Cyberculture: from Plato to the virtual universe. The architecture of collective intelligence.** Munich: Grin Verlag, 2012.

VANASSI, Gustavo. **Podcasting como processo midiático interativo.** Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Recuperado em 21 de Outubro, 2012, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vanassi-gustavo-podcasting-processo-midiatico-interativo.pdf>

VARGAS, Silvana. **Uma leitura inquietante,** Revista Tempo, vol. 2, nº 4, pp. 202-206, 1996. Recuperado em 11 de Abril, 2012, de <http://www.historia.uff.br/tempo/resenhas/res4-2.pdf>

VINT, Sherryl. **Postmodernism 101. Science Fiction Research Association Review.** Recuperado em 27 de Junho, 2012, de <http://www.sfra.org/sfra-review/286.pdf>

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico.** São Paulo: Editora 34, 1993.

WIMMER, Roger & DOMINICK, Joseph. **Mass media research: an introduction.** Boston: Wadsworth, 2011.