

**Adaptação cultural e ressignificação de memes:  
um estudo teórico**

*Cultural adaptation and resignification of memes:  
a theoretical study*

Bruno CELIDONIO<sup>1</sup>

## **Resumo**

Este estudo pretende, através de teorias sobre cultura e comunicação, entender como o fenômeno de memes consegue ser ressignificado e compreendido em culturas distintas, sem perder características originais. Ainda, busca-se analisar o caso do meme *keep calm and carry on* como forma a exemplificar a adaptação cultural do meme na cultura brasileira.

**Palavras Chave:** Memes. Cultura. Comunicação. Recepção. Adaptação cultural.

## **Abstract**

This study aims to understand, through theories of culture and communication, how the phenomenon of memes can get new meanings and be understood in different cultures, without losing its original gene. Therefore, the article tries to analyze the case of the meme “keep calm and carry on” as a way to illustrate the cultural adaptation of this meme in Brazilian culture.

**Keywords:** Memes. Culture. Communication. Reception. Cultural adaptation.

## **Introdução**

Além de ser um meio de comunicação responsável pelo crescimento acelerado da globalização, a internet, em especial as redes digitais, também é um gerador criativo de humor (BAYM, 1995) e de signos compartilhados. Através de uma imagem ou idéia

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUC/RS. E-mail: brunocelidonio@yahoo.com.br

que se espalha de forma viral na *web*, um meme, fruto da apropriação feita por diferentes usuários, é formado pela combinação de permanência de um elemento replicador original e pela mutação deste elemento, seja através de um "redesign" ou de uma legenda, desde que o faça tomar forma de um novo signo.

Assim, memes seriam uma representação da internet criados e difundidos pelos frequentadores dos *imageboards* (FONTANELLA, 2010), estes que são fóruns de trocas de imagem (como o *9gag*, *4chan* e *knowyourmeme*), com a intenção ser um imagináriocontracultural ou, mais ainda, cibercultural, sustentando uma interpretação alternativa da imagem, vídeo ou texto, adaptados ou criados para *web*.

Porém estas representações da internet não são novidades. Sua real origem deriva de um termo grego, *mimema*, que significa "algo que é imitado", o qual Richard Dawkins, em seu livro *The Selfish Gene* (1976) encurtou de forma que o termo rimasse com o termo "gene". Curiosamente, um século antes, um termo semelhante para significar tal evolução cultural já havia aparecido. Em 1870 o sociólogo austríaco Ewald Hering cunhou a frase *Die Mneme* (a partir do grego *mneme*, ou seja, memória), o qual o biólogo alemão Richard Semon havia usado como um título para o seu livro de 1904 *Die Mnemischen Empfindungen in ihren Beziehungen zu den Originalempfindungen* (HULL, 2000).

Muito embora a expressão de Dawkins provou ser uma imitação acidental, ou seja, para que rimasse com *gene*, seu conceito sobreviveu e se proliferou no mundo científico. Assim, após alguns anos de plena evolução, a memética, ou a teoria e empírico-científica que estuda esta replicação de memes, sua propagação e evolução (HEYLIGHEN & CHIELENS, 2009, p. 1), tomou forma como algo apto a ser pesquisado, não apenas por cientistas de desenho na década de 1990 (HULL, 2000), mas também por antropólogos, filósofos e estudiosos da área de comunicação, com sua proliferação nos anos 2000.

A importância acadêmica destes fenômenos culturais (ou seja, devido a sua proliferação popular na *web*) pode ser fundada na necessidade de se entender não apenas a teoria do meme propriamente dita, mas também sua apropriação por culturas, como afirma Johnson (2007), de que memes podem ser de particular relevância para a análise cultural, que está interessado em decifrar o significado de "elementos aparentemente triviais e superficiais da cultura popular" (JOHNSON, 2007, p. 27).

A exemplo desta apropriação cultural, no Brasil a difusão de memes ocorre não apenas por criações próprias (através de representações advindas de nossa cultura popular), mas também através de ressignificados de memes de outras culturas, em especial a norte americana, maior difusor de memes na cultura web, e européias. Desta forma, um meme pode ou ser recepcionado com os mesmos significados através de uma tradução literal (BURKE, 2009) ou adquirir novos significados, melhor se adequando a cultura receptora e, assim, se mimetizando no que tange a sua origem e também àquela cultura que irá recebê-lo.

Como forma de se entender este fenômeno de transmissão cultural e se traçar um estudo inicial para este assunto, caberia a identificação e a recepção destas imagens como fenômeno memético da Internet, através de conceitos capazes de enriquecer nossa compreensão deste termo controverso.

## **A ressignificação e análise de memes através de conceitos culturais**

A difusão de um meme, graças ao processo avançado de globalização, encontra na diminuição das barreiras territoriais e no rápido desenvolvimento da comunicação digital uma possibilidade de que a informação viaje rapidamente entre países. Porém esta rapidez e facilidade de comunicação também cria barreiras, estas referentes a diferentes ambientes culturais, uma vez que cria novas necessidades, de adaptação de significados e de criação de estratégias de inserção e recepção. Estas diferenças (das características culturalmente distintas), se não observadas, levam à manutenção apenas das características de seu local de origem, o que pode resultar no insucesso da compreensão deste meme pelo receptor, tendo em vista a identidade cultural de uma determinada sociedade.

Assim, e como exemplo de análise do objeto deste estudo, cabe atentar aos problemas que se encontram quando da inserção de um meme com características estrangeiras em uma cultura como a brasileira. Tais observações recaem na aceitação, já que culturalmente os países podem apresentar nuances que impeçam esta inserção.

Ummeme pode trazer consigo aspectos culturais como língua, costumes, personagens e gírias típicos do país emissor. Ao entrar, sem adaptações, em contato com

receptores de outros países, sejam eles brasileiros, chineses ou espanhóis, pode ser que haja dificuldades de aceitação ou entendimento. Porém sua inserção não é impossível.

Mesmo que de forma intrínseca à sociedade, para Selma Lagerlöf (apud PETIT, 1960, p.100) pode haver aprendizado cultural, e tais valores sociais podem ser atenuados ou até mesmo extintos em um indivíduo, de forma a fazê-lo absorver diferentes signos e adotá-los como seus. A inserção de novos modelos culturais pode ser absorvida, ou até mesmo aceita por uma cultura diferenciada, não havendo impeditivos para que isso ocorra e não se ferindo, com isso, toda a construção cultural de origem. Ainda, de acordo com Rubim (1997), é desta forma que culturas passam a interagir, fazendo surgir novas modalidades culturais e garantindo uma diversidade cultural global. Assim, a influência dos valores e hábitos culturais de uma sociedade incidem fortemente em suas relações internacionais, como um fator de desenvolvimento, podendo ser, ainda, caracterizados como um processo de culturalização. Ou, como afirma Cuche:

Culturas sincréticas, mestiças, que alguns autores vêem como culturas constituídas através de “bricolagem” como geralmente é o caso das culturas surgidas dos contatos culturais profundamente assimétricos. Sua criatividade se manifesta na sua capacidade para integrar, em um mesmo sistema, elementos emprestados de culturas supostamente muito distantes e fazer coexistirem de maneira coerente esquemas culturais aparentemente pouco compatíveis. (CUCHE, 2002, p. 233)

Na explicação de Bhabha (1998), estaria inserido na estratégia de sobrevivência cultural, em que a troca de experiências entre sociedades de culturas diferentes ao coexistirem começam a criar novos significados, de caráter híbrido, não uma mescla, mas signos em mutação. Neste mesmo viés, Lévy (1999) afirma que existe hoje uma descentralização do saber e uma desterritorialização do conhecimento, sem restrições de fronteiras abarcadas na cibercultura, desta forma valorizando a inteligência coletiva. Entende-se, assim, que o fluxo de significados, de forma livre, cria a possibilidade de não se ter mais propriedade sobre determinada cultura, e sim dar liberdade para que ela possa viajar pelo mundo sem encontrar muros em seu país de origem. Quiçá encontrará resistências no destino final e, assim, ao se admitir que o território delimita espaço, cabe à desterritorialização desvincular tais barreiras, mobilizando e encontrando diferentes

culturas, incidindo em um processo de reterritorialização, através da recepção da cultura externa pela cultura local.

Tendo em vista estas noções, e indo de acordo com a possibilidade de se assimilar, aprender ou adaptar culturas frente às estranhas, podemos afirmar algumas premissas básicas para que se concretize esta possibilidade.

Inicialmente, a distância cultural é diretamente proporcional à sua aceitação e, desta maneira, diminuir características diferenciais implica uma maior aceitação por parte da sociedade atingida pelo estranho. Traços culturais são melhores aceitos e integrados quando adotam significados de acordo com a cultura que os recebem (CUCHE, 2002). De qualquer forma, sabe-se que a cultura de um país estrangeiro, ao entrar em contato com a do país receptor, encontrará resistência.

A idéia de aprendizado cultural, já aludida neste estudo e defendida por Selma Lagerlöf (apud PETIT, 1960), encontra maior base de sustentação nos estudos de Stuart Hall (2003), que afirma:

Alguns códigos podem, naturalmente, ser tão amplamente distribuídos em uma comunidade de determinada língua ou cultura, e ser aprendidas em idade tão precoce, que não parecem ser construídos - o efeito de uma articulação entre signo e referente - mas "naturalmente" dados. Simples sinais visuais parecem ter alcançado um "quase universalmente" nesse sentido: embora a evidência seja que os códigos visuais mesmo aparentemente "naturais" são específicos da cultura. No entanto, isso não significa que não haja interferência de códigos; mas sim, que os códigos têm sido profundamente naturalizados. A operação de códigos naturalizados não revela a transparência e a "naturalidade" da língua, mas a profundidade, a habituação e a universalidade próxima dos códigos em uso. Eles produzem aparentemente reconhecimentos "naturais". Isso tem o efeito (ideológico) de encobrir as práticas de codificação, que estão presentes. Mas não devemos ser enganado pelas aparências. Na verdade, o que os códigos naturalizados demonstram é o grau de habituação produzida quando há um alinhamento fundamental e reciprocidade - um atingido de equivalência - entre a codificação e decodificação face a uma gama de significados. O funcionamento dos códigos no lado da decodificação irá freqüentemente assumir o estatuto de percepções naturalizadas. (HALL apud DURING, 2003, p.511, tradução nossa)

Ao analisar um meme em específico e traçando um paralelo com base no proposto por Hall (2003), os desenhos em si não possuiriam significados, devendo ser construídos a partir de um duplo sistema de representação, regulado por códigos

específicos, através de representações mentais compartilhadas, em grupos de determinada cultura receptora. Esta explicação leva a entender que a percepção e o reconhecimento dos desenhos não poderiam se dar de forma tácita, mas uma vez “naturalizados”, ou seja, entendidos os códigos (aqui representados pelos desenhos e legendas), seriam aprendidos pelo receptor. Não se pode esperar que se force uma aceitação ou o aprendizado, pois a recepção e o entendimento no país estrangeiro serão feitos pelo próprio receptor, ou seja, caberá a ele entender o código apresentado e traduzi-lo da maneira que melhor lhe couber, adaptando à sua cultura (GEERTZ, 1998). Mesmo que tais códigos apresentem realidades não existentes na cultura do receptor, estariam situados em uma realidade alternativa, na terceira via cultural (ORTIZ, 1994). Porém, é claro que deve haver um alinhamento entre o que se apresenta e o que se espera ser entendido. Desta forma, adaptações são fundamentais para não haver desentendimentos por parte do receptor.

Argumentou-se anteriormente uma vez que não exista correspondência necessária entre codificação e decodificação, a primeira pode tentar "preferir", mas não pode prescrever ou garantir a esta última, que tem suas próprias condições de existência. A menos que eles sejam extremamente aberrantes, codificação terá o efeito de construção de alguns dos limites e parâmetros dentro dos quais decodificações irão operar. Se não houvesse limites, o público poderia simplesmente ler o que quisesse em qualquer mensagem. Sem dúvida, alguns mal-entendidos deste tipo existem. Mas a vasta gama deve conter algum grau de reciprocidade entre os momentos de codificação e decodificação, caso contrário não poderíamos falar de uma troca efetiva de comunicação. (HALL apud DURING, 2003, p. 515)

Ainda, a própria tradução para a língua receptora representa uma adaptação cultural, sendo a mais básica forma de adaptação da mensagem, e possui, em seu âmago, um viés de convivência intercultural, muito além do simples significado de uma outra língua:

Tradução implica “negociação”, um conceito que expandiu seu domínio na última geração, indo além dos mundos do comércio e da diplomacia para referir-se ao intercâmbio de idéias e à conseqüente modificação de significados (...). A moral é que qualquer tradução deve ser considerada menos uma solução definitiva para um problema do que um caótico meio- termo, envolvendo perdas ou renúncias e deixando o caminho aberto para uma renegociação. (...) Na China, por exemplo, Matteo Ricci descobriu que, caso se vestisse como padre,

ninguém o levaria a sério, e por isso ele se vestia como um erudito confuciano, “traduzindo” assim sua posição social para o chinês. (BURKE, 2009)

A simples tradução dos memes na língua nativa é forma de facilitar a recepção e, ainda, impedir que o entendimento sobre os desenhos e legendas se perca no aprendizado por parte do receptor. Para se obter o efeito desejado na compreensão do objeto, e assim repassar os ensinamentos para a prática através da compreensão dos significados, tais cuidados são fundamentais.

Mas é sob a forma discursiva que a circulação do produto ocorre, bem como sua distribuição a diferentes públicos. Uma vez realizado, o discurso deve ser traduzido - transformado de novo - em práticas sociais, se o circuito é para ser tanto preenchido quanto eficaz. Se nenhum "significado" é tomado, não pode haver "consumo". Se o significado não é articulado na prática, não tem efeito. (HALL apud DURING, 2003, p. 508)

Cabe então, nestes casos, ao receptor o trabalho de, através de seus próprios signos, entender que “muitas vezes as formas simbólicas são analisadas separadamente dos contextos que elas são produzidas e recebidas pelas pessoas que rotineiramente dão sentido a essas formas e as integram a outros aspectos de suas vidas”. (THOMPSON, 1995)

## **Keep calm and resignifique o meme**

Um exemplo que pode demonstrar neste estudo a recepção como ora aludido acima e, em especial, ao que conceitua Thompson (1995), é o meme *keep calm and carry on*, meme de grande uso no âmbito internet, especialmente divulgado como forma inspiracional, que se adaptou em várias línguas e adquiriu diferentes significados.



Figura 1: Meme original  
Fonte: Google Image

Segundo o site de referências *knowyourmeme*, este meme (que significa literalmente algo como “Mantenha a calma e siga em frente”) é um bordão originado em um cartaz de segurança pública britânica durante a segunda guerra mundial. Passado mais de meio século, um destes cartazes foi recuperado e colocado em exposição em uma livraria inglesa e, após o cartaz fazer sucesso e ter sido replicado constantemente, a mensagem (de caráter inspiracional) iniciou um processo de compartilhamento on-line, provocando uma série de macros de imagem, centrada normalmente ao redor do modelo frasal *keep calm and*.

Face a este sucesso virtual foi criado o site *KeepCalmAndCarryOn.com*, em meados de 2007, incluindo loja de diversos produtos relacionados com o slogan. No ano seguinte, já no auge da massificação do jargão, se inicia o processo de paródias, inicialmente através do site *Threadless*, usando a coroa de cabeça para baixo e o slogan *now panic and freak out* (agora entrar em pânico e pirar).

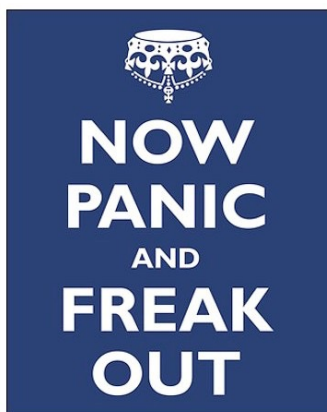


Figura 2: Meme adaptado em inglês  
Fonte: Google Image



A crise econômica de 2009 levou o cartaz a um novo patamar, quando seu uso liderou a comunicação de massa na Inglaterra para acalmar a população, frente ao temor da crise mundial, e não apenas no texto original, mas em suas mais diversas variações. Para aumentar a massificação, foi criado o gerador de imagem do jargão, permitindo que os usuários fizessem seus próprios cartazes, nos mais diversos textos derivados do pôster.

Com a facilidade de se criar novos memes em geradores na *web*, e muito embora estes inicialmente exigissem que a frase *keep calm and* fosse mantida, não houve impedimento para que usuários de diferentes países utilizassem este meme e adaptassem para suas próprias realidades. Indo de acordo com a idéia defendida por Selma Lagerlöf (apud PETIT, 1960), e com base na teoria de Stuart Hall, já explicada anteriormente, o aprendizado cultural que se resulta da naturalização do código pela cultura receptora e, assim, não carecendo da tradução pura e simples, como aludido por Burke (2009), faz com que o termo em inglês *keep calm and* seja apenas adicionado, na língua receptora, de um termo explicativo, gerando um novo meme, conforme a idéia desejada de significado.



Figura 3: Meme adaptado Avenida Brasil  
Fonte: Google Image

Este exemplo de adição de termo de cultura brasileira (gíria), no caso acima de adição de frase popular surgida com o sucesso da novela “Avenida Brasil”, representa a adaptação que o meme sofre para informar uma nova idéia, tendo como base o meme originário. Estas adaptações codificadas e decodificadas, conforme ensina Hall (HALL apud DURING, 2003) comprova que o receptor entende a mensagem, e a adapta,

realizando sua ressignificação, sem com isso perder seu caráter original, ou seja, seu “gene”.

Tal adaptação, ainda, pode buscar culturas equivalentes para os significados, incluir no código e na tradução (ALVAREZ, 2004) sua origem, e tender, ao fim, em reduzir e simplificar culturas, na analogia de que tanto os memes quanto os genes, de acordo com o ambiente, necessitam de adaptação e réplica, e podem ser analisados de uma perspectiva puramente social ou cultural, e assim ganhar seu significado. Mas isso não implica que destas perspectivas se tenha um significado díspar daquele que originalmente se tinha intenção.



Figura 4: Meme adaptado “Beijinho no Ombro”  
Fonte: Google Image

Porém assim como no caso do meme *now panic and freak out*, também a mensagem pode ser adaptada e codificada sem as bases do emissor, de forma a criar um novo significado, como é o caso de um meme readaptado e traduzido a um outro popular. No Brasil, tal fenômeno em questão se encontra na ressignificação do cartaz original no padrão do meme “Mussum Forevis”, este originalmente brasileiro, sendo imagens acompanhadas de legendas, imitando a forma de comédia do humorista brasileiro Mussum do discurso. Em lugar dos dizeres normais, o texto apresentado no meme apresenta diversos ressignificados, como “Keep calm que hojis é sextis” e “Keep calmis e drink mézis”.

Não apenas com a ressignificação de Hall (2000) e a tradução de Burke (2009), o caso acima explicita a adaptação cultural de uma forma mais complexa. Nesta imagem há interferência dos códigos locais para naturalização (HALL apud DURING, 2003), e o significado toma uma nova forma, não mais como uma réplica do original na

cultura receptora, mas ainda mais fundo e de acordo com a cultura popular do país, com um ícone brasileiro transformado em meme, com a idéia de que estas formas simbólicas podem sair de seu contexto original e serem recebidas e integradas na cultura receptora. (THOMPSON,1995)

Ao final, esta ressignificação ultrapassa o entendimento do “gene”, ganhando um caráter novo, sem manter as características originais, e nem por isso perder o significado. Este tipo de re-empacotamento memético, através de um tipo de remix, é de praxe com o advento da *web 2.0*, vista a força da tecnologia digital e as aplicações user-friendly, que permitem as pessoas re-editar e distribuir conteúdo muito facilmente (LESSIG, 2008; MANOVICH,2005). Estas imitações (ou meméticas) em forma de remix tornaram-se altamente valorizadas como um dos pilares da cibercultura contemporânea (LÉVY, 1999), na medida em que é flexível o suficiente para capturar uma ampla gama de ações e intenções comunicativas, copiando, imitando e ressignificando uma mensagem original.

## **Considerações finais**

A idéia inicial deste estudo era, com base em teorias sobre cultura e comunicação, estudar como memes conseguem ser ressignificados e compreendidos em culturas distintas, sem com isso perderem suas características originais. Observando a sua originalidade e peculiaridade, é de se estranhar que uma produção cultural possa, ao viajar através de canais de comunicação, chegar a uma cultura distinta e ser compreendida, utilizada e replicada, sem estranhamento ou grandes impedimentos. A cibercultura, amplamente explicada por Lévy (1999), permitiu que fenômenos como os memes fossem compartilhados de forma rápida e simplificada.

E não apenas o meme utilizado como exemplo desta pesquisa, mas muitos outros, são codificados e decodificados diariamente, em fóruns e canais de comunicação na internet, com um caráter dinâmico, inobservando as barreiras culturais que poderiam ser erguidas, como valores, costumes e linguagem. Cabe assim adaptação cultural, ou seja, uma forma de aprendizado, conforme defendido por Selma Lagerlöf (apud PETIT, 1960), para que a cultura receptora ressignifique o objeto de acordo com seus signos, mas nem com isso retire o seu caráter original. Estes signos compartilhados possuem

sim importância acadêmica, como questionado anteriormente, e sua apropriação por culturas (JOHNSON, 2007) são de grande relevância para a análise cultural, apropriação cultural, e difusão, como um reflexo, não apenas em memes, mas de qualquer produto cultural internacionalizado.

## Referências

ALVAREZ, A. **Memetics: An evolutionary theory of cultural transmission**. Sorites, 15, 24–28, 2004. Disponível em <[http://www.sorites.org/Issue\\_15/alvarez.htm](http://www.sorites.org/Issue_15/alvarez.htm)> BHABHA, Homi K. O local da cultura. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BURKE, P. **Culturas da tradução nos primórdios da Europa Moderna**. Em: BURKE, P.; Hsia, R. P. **A tradução cultural nos primórdios da Europa Moderna**. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

CUCHE, Denys. **O Conceito de Cultura nas Ciências Sociais**. Tradução de Viviane Ribeiro. 2a. Ed. Bauru: EDUSC, 2002. CASIMIR, G. et al. **Trust and the relationship between leadership and follower performance: Opening the black box in Australia and China**. Journal of Leadership & Organizational Studies, 12 (3), 68-84. Fev. 2006.

FONTANELLA, Fernando. **Nós Somos Anonymous: Anonimato, Trolls e a Subcultura dos Imageboards**. In: INTERCOM 2010 - XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul : INTERCOM/ Universidade de Caxias do Sul, 2010.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

HALL, Stuart . Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HEYLIGHEN, F; & CHIELENS, K. **Cultural evolution and memetics**. In B. Meyers (Ed.), Encyclopedia of complexity and system science, 2009. Disponível em <<http://pespmc1.vub.ac.be/Papers/Memetics-Springer.pdf>>

HULL, D.L. **Taking memetics seriously: Memetics will be what we make it**. In R. Aunger (Ed.), **Darwinizing culture: The status of memetics as a science** (pp. 43–168). Oxford: Oxford University Press, 2000.

JOHNSON, D. **Mapping the meme: A geographical approach to materialist rhetorical criticism**. Communication & Critical/Cultural Studies, 4(1), 27–50, 2007.

SELMA, Lagerlöf. **Petit**. Suécia: Delta, 1960.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 34a. São Paulo: Loyola, 1999.

LESSIG, L. **Remix**: Making art and commerce thrive in the hybrid economy. New York: Penguin, 2008.

MANOVICH, L. **Remixing and remixability**. Disponível em <[http://www.manovich.net/DOCS/Remix\\_modular.doc](http://www.manovich.net/DOCS/Remix_modular.doc)>.

BAYM, Nancy K. **The Performance of Humor in Computer-Mediated Communication**. In. Journal of Computer-Mediated Communication Vol.1, Issue 2. Set. 1995. ORTIZ, Renato. Mundialização e cultura. 3a. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Políticas culturais**: entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (org). Teorias e Políticas da Cultura. Salvador: EDUFBA, 2007.

SHIFMAN, Limor. **Memes in a Digital World**: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 18, Issue 3, pages 362–377. Abril, 2013.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

ZUCKERMAN, Ethan. **Rewire**: Digital Cosmopolitans in the Age of Connection. New York: W.W. Norton & Company, 2013.