

# A VISIBILIDADE MEDIÁTICA NO MUNDO EM REDE

Caroline Petian Pimenta Bono ROSA<sup>1</sup>

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP

## Resumo

Este estudo aborda a visibilidade mediática de informações e de indivíduos no ciberespaço diante nas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC). Discute-se, neste espaço, sobre a velocidade das telecomunicações e da ampliação territorial devido à onipresença da virtualização, já que a existência está praticamente condicionada ao estado de presença no mundo virtual e as distâncias físicas não são mais obstáculos, pois vive-se em um mundo sem fronteiras. Com a evolução ininterrupta das Tecnologias da Informação e Comunicação, vive-se diante de novas práticas sociais de divulgação e de novas formas de atividades coletivas no ciberespaço. As considerações aqui apontadas, com base em Revisão Bibliográfica sobre o tema, objetivam contribuir com as reflexões acerca da existência no ciberespaço e com a compreensão do contexto da visibilidade mediática no mundo em rede.

**Palavras-chave:** cibercultura; visibilidade mediática; aceleração das TIC; distâncias comunicacionais.

## Introdução

A sociedade testemunha modificações tecnológicas substanciais há algumas décadas. A aceleração tecnológica ocorrida nos séculos XX e XXI alterou a concepção materialista do espaço, a partir de uma – quase – aniquilação do espaço físico e da experiência de um tempo em intensificação. De acordo com Silva e Tancman (1999, p.55-56), a velocidade dos media eletrônicos instaura uma nova forma de experienciar o tempo, substituindo a noção de tempo-duração por tempo-velocidade e também a instantaneidade das relações sociais. O tempo advindo das novas tecnologias eletrônico-comunicacionais é marcado pela interatividade *on-line*, fato constatado nas tecnologias de telepresença em tempo real que alteram nosso sentido cultural de tempo e espaço.

---

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC/SP. E-mail: caroline.petian@gmail.com

O que se nota atualmente é uma acelerada e constante evolução das telecomunicações e para constatar essa realidade basta observar os aparelhos telefônicos, os computadores, as redes sem fio, a Internet etc. e perceber que eles estão em alta velocidade, cada vez mais sofisticados e com múltiplas funções. A utilização de tecnologias digitais com dispositivos móveis, e as possibilidades de acesso a qualquer hora, em qualquer lugar, viabilizam uma sociedade mais conectada. Pode-se comunicar por áudio, vídeo, imagem, texto, e isso caracteriza a chamada cultura digital, ágil e constantemente em aperfeiçoamento.

A velocidade do desenvolvimento e aplicação das telecomunicações, dos aparelhos, das possibilidades de comunicação faz parte do que Trivinho (2007) denomina dromocracia cibercultural. O prefixo grego *dromos* refere-se à rapidez, à agilidade e se articula socialmente na velocidade. “A democracia cibercultural abrange [...] a fase atual do capitalismo tardio. Integrando comunicação em rede, instantaneidade e cultura digital ela se traduz, em outros termos, como o estágio mais avançado da civilização mediática em tempo real” (TRIVINHO, 2007, p.21). A questão da cibercultura se desloca pela dromocracia e se caracteriza pelo gerenciamento infotécnico da dromoaptidão. Essa dromoaptidão pode ser individual ou grupal no ciberespaço. Na cibercultura o que é vigente é a dromoaptidão grupal, a convivência coletiva.

Conforme destaca Ideylson dos Anjos (2006), pela Internet se constrói uma rede mundial pela qual todos podem estar interligados num mesmo espaço – o ciberespaço – e num mesmo tempo presente, onde há contatos de um para com cada um, de um para com todos, e de todos para com todos que estão conectados. O significado de espaço acompanhava anteriormente uma delimitação física, visível ou não, mas existencial. Com as mudanças, o que era delimitado passou a ser virtual, apenas imaginável. Esse espaço é conhecido como ciberespaço. Diante dessa exposição, percebe-se que a noção de espaço e tempo, que até então só fora mudada no nascimento da escrita, se vê totalmente transformada devido ao surgimento desse sistema que unifica o mundo em tempo presente e indeterminado.

O ciberespaço é um local de conexão que dispensa a presença física, um ambiente eletrônico artificial. Seu surgimento deu origem a uma nova fase vivida pela sociedade: a pós-modernidade, a qual é descrita por Bauman (2001) como a fase da modernidade líquida ou fluida. “Tanto no estágio fluido da modernidade quanto no sólido a individualização é uma fatalidade, não uma escolha. Na terra da liberdade individual de escolher, a opção de escapar à individualização e de se recusar a participar do jogo da individualização está decididamente fora da jogada”. (BAUMAN, 2001, p.43)

Com a grande porção de tecnologias voltadas para a comunicação que surgem a cada momento em um compasso ininterrupto, o cidadão, parte integrante da democracia cibercultural, tende a se adaptar às mudanças de comportamento e práticas sociais. Os conceitos e práticas das novas tecnologias da informação e comunicação (TIC), surgidas, em especial, após as evoluções da Internet inicial (com ênfase na década de 90), são incorporados por indivíduos e organizações e isso causa impacto também no processo de produção e distribuição de inovações, bem como no cotidiano dos seres humanos.

Este artigo concentra-se em abordar a visibilidade mediática à qual são expostas informações e a própria existência humana. Destaca-se a existência percebida dentro do ciberespaço como característica essencial para a vida em sociedade e para o *status* de realidade e popularidade.

## **1 Ciberespaço e limites territoriais**

É notória que a interdependência dos lugares é a nova realidade do território. Passou-se do fundamento do Estado-Nação, que tinha o território geográfico como base, para a noção pós-moderna de transnacionalização do território, fato este possível, principalmente, representado pelos caminhos dos conteúdos comunicacionais. Observa-se que nesse contexto de desenvolvimento tecnológico, as fronteiras geográficas são desprezadas pela modernização da mídia. É possível afirmar também que a comunicação globalizada, mundializada, se refere à crescente interconexão entre as diferentes partes do mundo, um processo que deu origem às formas complexas de interação e interdependência. Os media eletrônicos perpassam os espaços físicos, ultrapassam limites territoriais, rompem barreiras influenciando, com o seu conteúdo, quem antes não tinha conhecimento deles.

As distâncias foram encurtadas e as fronteiras econômicas e culturais transpostas. Como exemplo, é possível citar, entre outros, a utilização da Internet e suas comunidades virtuais, antes dela, cada uma ao seu tempo, o telefone, a TV, o rádio, o telégrafo, etc. Observa-se a utilização contínua e a convivência destas mídias com maior ou menor grau, dependendo da localidade ou necessidade. O ato de conectar sociedades, grupos e multidões está há muito presente nos veículos de comunicação. Desde a implantação e desenvolvimento do rádio com a utilização dos espectros de ondas curtas, médias e tropicais, muitas mudanças puderam ser acompanhadas e hoje se tem, pelo menos no ocidente, nas sociedades democráticas, uma comunicação sem fronteiras, informações sem fronteiras.

No Brasil, uma pesquisa realizada em 2009 pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br)<sup>2</sup> abrangendo áreas urbanas e rurais do país mostrou que a posse de computador teve o seu maior crescimento nos últimos 5 anos, sendo que 36% dos domicílios possuem computador, enquanto apenas 28% tinham o equipamento em 2008. O mesmo ocorreu com o uso da Internet, passando de 20% dos domicílios com acesso à Internet em 2008, para 27% em 2009, representando um crescimento de 35% no período. O estudo apontou também crescimento significativo no percentual de acessos à Internet nos domicílios em comparação aos centros públicos pagos, conhecidos popularmente como *lanhouses*. Pela primeira vez desde 2007 o acesso residencial, com 48% das menções, ficou à frente das *lanhouses*, citadas por 45% dos respondentes. Os resultados de 2009 confirmam a tendência de aumento da posse das tecnologias de informação e comunicação (TICs) nos domicílios brasileiros.

Em Lévy (1999), a humanidade caminha para a construção de um novo espaço antropológico, o espaço do saber, no qual os seres humanos estarão interligados em tempo real pela Internet. Neste espaço, o ciberespaço, a inteligência será o centro das relações. Sobre essa constatação Kerckvove (1997) expõe que a rapidez e a velocidade de processamento, futuramente, irão custar mais caro do que o próprio espaço. Dessa forma, estaria se desenvolvendo uma nova consciência do tempo “como se, depois de termos conquistado o espaço tornando-o menos constrangedor, a evolução tecnológica estivesse agora a dirigir-se ao tempo – real, virtual, pessoal e social – considerando-o como a última fronteira” (p.250).

Estamos nos aproximando rapidamente da fase final das extensões do homem: a simulação tecnológica da consciência, pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporativamente a toda a sociedade humana, tal como já se fez com nossos sentidos e nossos nervos através dos diversos meios e veículos (MCLUHAN, 2005, p.17).

O ciberespaço oferece um mundo não-físico, sem movimento e, por conseguinte, sem fadiga. A Lei do menor esforço impera com propriedade no mundo virtual. Ela impulsiona a criação e o uso das tecnologias. Sempre voltadas para ‘trabalhar’ para o ser humano, para que este se canse menos, se movimente mais rapidamente de um lugar a outro e possa aproveitar melhor seu tempo, proporcionando mais conforto. Isso é uma situação contraditória, pois, ao mesmo tempo em que se faz uso das tecnologias para um maior conforto e aproveitamento do tempo, perde-se a noção, inclusive, do peso físico, o que pode

---

<sup>2</sup> TIC Domicílios 2009 destaca crescimento do acesso à Internet nos lares brasileiros. Disponível em: <<http://www.nic.br/imprensa/releases/2010/rl-2010-06.htm>>. Acesso em: 10 jan.2011

ocasionar sedentarismo involuntário, ocupação mental intelectual levando ao distanciamento da fragilidade física, da condição material do homem.

Com a ausência de esforço das tecnologias, para ouvir, ver ou agir à distância, abolindo as direções, a vastidão do horizonte terrestre, resta-nos descobrir daqui em diante o ‘novo mundo’, já não como há cinco séculos, o dos longínquos antípodas, mas o mundo de uma proximidade sem futuro, em que as tecnologias do tempo real prevalecerão em breve sobre aquelas que ordenavam outrora o espaço real do Planeta (VIRILIO, 2000, p.92).

Quando Virilio teceu esse comentário, o Brasil ainda não estava ‘ciberespacializado’ tão profundamente como está atualmente e como estará ainda mais daqui em diante. Há onze anos vivenciava-se uma Internet mais lenta e com menos possibilidades de ferramentas interativas. Em junho de 2000<sup>3</sup> o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatísticas-IBOPE divulgou uma pesquisa que mostrou o avanço da Internet no Brasil. Em fevereiro, 4,5 milhões de pessoas tinham acesso à rede no país. Em termos relativos, o número de internautas aumentou de 12% para 13% da população das regiões pesquisadas, onde vivem 38 milhões de pessoas. Apenas 5% (1,9 milhão) desse total navegavam em casa. A pesquisa foi feita com 15.396 pessoas entre 15 e 28 de maio, em nove regiões metropolitanas (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Fortaleza e Distrito Federal). Segundo o instituto Ibope Nielsen Online<sup>4</sup>, de outubro de 2009 a outubro de 2010, no Brasil o número de usuários ativos (que acessam a Internet regularmente) cresceu 13,2%, atingindo 41,7 milhões de pessoas.

Essa enorme popularidade da Internet se dá por este ser um espaço coletivo, público, onde se pode estar visível e atuante socialmente. Um ciberespaço público, sem delimitação de fronteiras e permissões, no qual os interagentes podem atuar livremente sendo o mesmo ser ou tornando-se um avatar, com o qual se criam possibilidades ainda maiores de existência e ação.

## ***2 Esse est percipi***

---

<sup>3</sup>Brasil tem 4,8 milhões de internautas, diz Ibope. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u206.shtml>> Acesso em: 20 dez. 2010.

<sup>4</sup> Internet no Brasil cresceu 5,9% em agosto. Disponível em: <[http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa\\_leitura&nivel=null&docid=0A276B95D145374B832577B6007A5F6A](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa_leitura&nivel=null&docid=0A276B95D145374B832577B6007A5F6A)>. Acesso em 20 dez. 2010

O homem adquire a maioria de suas informações através dos media. Também seu posicionamento do mundo pessoal e profissional se dá por meio dos media. Hoje é possível colocar a visibilidade mediática no mesmo grau de importância que o nascimento, a condição social e a econômica. Fidalgo (2007, p.2) ressalta que esses componentes não se separam, pois normalmente se condicionam reciprocamente, mas têm cada um sua lógica específica. “Em casos extremos, pode-se ser filho de rei e ser um quase ninguém em termos mediáticos, como se pode ser uma celebridade mediática sem outros atributos que não os que lhe conferem os media”.

Exemplo dessa realidade digital de celebridade mediática é o fenômeno da cantora japonesa Hatsune Miku que, com seus *shows* holográficos, enche estádios no Japão e comanda uma multidão de fãs. Com *status* de celebridade e reconhecimento no país e em muitos locais do mundo, a cantora ganha popularidade pela visibilidade que lhe é proporcionada pelos media. Fato corriqueiro se a cantora fosse um ser humano. Porém, trata-se de uma personagem virtual, em 3D, projetada em um telão no palco e comandada por computador, que já participou dos programas e animações mais populares da TV japonesa. A celebridade virtual tem cerca de 70 mil fãs no *Facebook* e 100 músicas lançadas oficialmente.

Ela (a informática) tornou-se o ÚLTIMO RELEVO da realidade, uma realidade calculável como o era para os primeiros perspectivistas, a superfície do quadro...uma realidade virtual que oferece a cada um a extrema vontade de ser ao mesmo tempo mais 'real' que a imaginação e mais controlável que a realidade concreta (VIRILIO, 2000, p.96).

Em grande parte da sociedade contemporânea, as pessoas conectam-se por meio de aparelhos eletrônicos a maior parte do seu tempo. Praticamente não se vive em sociedade sem esses aparatos tecnológicos. Tais recursos aproximam os indivíduos de seus interesses comuns. Em uma comunidade virtual, por exemplo, é possível unir-se a pessoas de outras nacionalidades, desconhecidos até então, de outras crenças e, ao mesmo tempo, estar conectado com o vizinho da casa ao lado, sem saber. A sociedade brasileira, ao longo do tempo, tem demonstrado predileção pelas mídias eletrônicas, e atualmente pelas digitais para uso constante em suas vidas profissionais e pessoais.

A dimensão da visibilidade mediática influencia no quanto o sujeito será reconhecido, mesmo que este sujeito seja virtual. Outros exemplos, além da cantora Hatsune Miku, são os avatares comumente criados pelos indivíduos em sites de relacionamentos. Muito do que se

considera existente hoje é produto dos media, daquilo que está apenas nos meios de comunicação. Há quem viva exclusivamente para a visibilidade mediática e no ‘mundo físico’ não seja tão célebre.

A prova diária de que a visibilidade mediática se tornou num dos primados da vida pública, segundo Fidalgo (2007), está estampada no fato de a cobertura noticiosa ser um fator essencial à planificação, organização e alcance de qualquer evento. Para que um fato seja levado à população e torne-se importante a ela, estes devem ser mediaticamente visíveis. O real é aquilo que é noticiado, ser é ser percebido (*esse est percipi*), e não ter visibilidade mediática, ou ser ignorado pelos media, é tornar-se inexistente. Não estar presente nos meios de comunicação, não ser mediaticamente visível equivale a não existência em termos de projeção pública, ou, como expõe Trivinho (2004, p.32-33), a uma morte simbólica.

A existência eletrônica espectral em tempo real, especialmente o seu braço mais sofisticado e doravante hegemônico, a teleexistência no universo virtual, processa-se à sombra de um cenário funéreo – sombra cuja representação conceitual mais apropriada radica no recurso à metáfora, por timbrada que seja –: a teleexistência não se positiva sem, ao mesmo tempo, estruturar, irrecorrivelmente, de outro lado, o cemitério da materialidade do mundo, assim como, de resto, de todos os elementos que lhe constituem a forma herdada. Assim é a cibercultura em sua integralidade: produção ampliada da morte espectral.

A visibilidade mediática é critério fundamental para que se possa existir. Ao fazer referência a indivíduos ou informações, sabe-se que aquilo que os media garantem *status* é ‘real’ e, muitas vezes, considerado verdadeiro. Isso em uma visão deturpada da comunicação no ciberespaço, pois a conferência de realidade ou veracidade incontestada pela visibilidade mediática pode ter cunho negativo no caso de determinadas informações.

No caso da divulgação de conteúdos científicos, por exemplo, há na Internet muita informação sobre pesquisas, resultados, tratamentos médicos, descobertas, inovações, etc., entretanto, tais conteúdos precisam estar adequadamente apurados e escritos, de forma inteligível ao público, para que não se crie, ou se crie o mínimo possível de dúvida. Se ser é ser percebido, o que não está disponível na rede não recebe a mesma confiança do leitor e quase sempre não existe para ele. Apesar de nem todas as informações – científicas ou não – disponibilizadas serem de fácil entendimento ou ainda não serem resultados conclusivos, ainda se deposita muita confiança no que está na Internet.

Consideramos que a máxima do filósofo George Berkeley, *esse est percipi*, no caso da divulgação científica, não se aplica somente à visibilidade mediática à qual a informação está exposta, mas refere-se também ao entendimento que o leitor tem de determinado fato. Em um

espaço aberto e participativo que é a Internet, por exemplo, muito se fala sobre o mesmo tema e nem tudo é verdadeiro, embora seja altamente visível mediaticamente falando. Cabe então enfatizar que neste caso é preciso que o leitor/internauta seja seletivo, pois, como afirma Castelo Branco (2009, p.19), num espaço onde todos podem falar, nem sempre todos conseguem ouvir.

### **3 O potencial comunicacional da web 2.0**

Quando se pensa em tecnologia, o que vem à mente é algo transformador, diferente e que sirva para substituir ou aliviar determinada tarefa antes executada pelos seres humanos de forma rudimentar. A tecnologia funciona como se substituísse o corpo humano ou fosse relacionada a ele. Como descreve Wiener (1956, p.33), “[...] são máquinas para realizar alguma tarefa ou tarefas específicas, e, portanto, devem possuir órgãos motores (análogos aos braços e pernas dos seres humanos) com os quais possam realizar essas tarefas”.

A lógica da comunicação está mudando. Isso quer dizer que, na sociedade contemporânea, a comunicação não é mais feita apenas do emissor, isto é, a partir de quem emite a mensagem em direção a quem a recebe. Nessa nova lógica, dizem Cardoso et al. (2010, p.6), sobressai a interatividade “como modalidade comunicacional emergente” e verifica-se um diálogo entre emissor e destinatário da mensagem. Essa característica híbrida é parte do que se conhece por web 2.0, ou web participativa.

A nova e diferenciada concepção de comunicação tem a web 2.0 como aliada. Nesta modalidade de Internet a comunicação ocorre de forma coletiva e mais participativa. Para Carroll (apud JONES, 2009), a Internet, nessa nova “versão”, habilita as pessoas a se reconhecerem, a construir comunidades e criarem conexões que não poderiam ser feitas anteriormente.

Não é mais a Internet de mão única, onde um punhado de corporações ou pessoas com condições de bancar um site colocam uma mensagem para que você possa lê-la. Ao contrário, é um lugar onde qualquer um, gratuitamente, pode disponibilizar seu conteúdo e ter a oportunidade de ser descoberto (CARROLL apud JONES, 2009, p.64).

Ao falar em ciberespaço é comum fazer alusão a algo que não nos é palpável, material, um lugar distante de nossa realidade, onde relações sociais, culturais, econômicas ao se



estabelecerem se fazem no imaginário, “algo de outro mundo”. As características do “lugar virtual”, para Silva e Tancman (1999, p. 57-60) residem na territorialidade, imaterialidade, tempo-real e interatividade. Tais aspectos possibilitam relações sociais simultâneas e acesso imediato a qualquer parte do mundo, inaugurando uma nova percepção do tempo e das relações sociais. É no anonimato do “lugar virtual” que se experimenta solitariamente uma nova sociabilidade. “No arco do [...] processo histórico, o *cyberspace* foi tão-somente a macrorrede que logrou fazer que tal processo de desterro se acelerasse, atingisse fase mais individualizada e adquirisse ares ultrafrenéticos e consentidos, nunca antes visto” (TRIVINHO, 2004, p.32).

O mundo da visibilidade mediática pode ser comparado ao mundo da corte real, onde o grau de importância dos cortesãos era aferido pela proximidade ou pela distância ao rei. Quanto mais perto do rei, quanto mais tempo perto do rei, tanto mais alta a posição social. Não era apenas ver o rei, mas sobretudo ser visto pelo rei, e ter o ouvido e a atenção do rei. Agora é ter a atenção do público. Quanto mais público se tiver, quanto maiores forem as audiências, quanto mais tempo se dispuser face às audiências, tanto maior a importância mediática de um personagem. (FIDALGO, 2007, p.8)

Ao avaliar a Internet como ocupante de um importante espaço na vida dos seres humanos, concorda-se com Kerckhove (1997, p.252) quando o autor afirma que a Internet está se tornando uma espécie de lar para um número cada vez maior de pessoas. Com a conectividade, segundo o autor, o espaço da Internet está vivo com uma presença vibrante, humana e coletiva.

A comunicação deve valer-se do desenvolvimento tecnológico, da lógica da cibercultura, portanto, destas ferramentas para utilizá-las como objetos de transformação de informação em conhecimento. Portanto, as ferramentas tecnológicas e comunicacionais se utilizadas de forma orientada, tendem a melhorar os níveis de aproveitamento para a comunicação.

## **Considerações finais**

A nova dinâmica da comunicação, diante da velocidade informacional na qual os seres humanos estão inseridos, pressupõe um novo comportamento tanto individual quanto coletivo. Apesar de, oficialmente, não ser possível estar presentes, fisicamente falando, no ciberespaço, este é o ambiente de troca disponível para os processos comunicacionais de correspondência entre indivíduos. Desde o advento da eletrônica, esses processos comunicacionais acrescentam novas possibilidades à sociedade. Tais processos ocorreram em diversos momentos da história da comunicação, desde meados do século XV com a invenção da prensa, quando Gutenberg provocou uma revolução no conhecimento da época.

Posteriormente, em um tempo de tecnologias mais evoluídas e com o desenvolvimento da transmissão de dados de forma binária, novas mudanças ocorreram. A Internet trouxe uma proximidade maior entre as extremidades do processo comunicacional, e com ela mudanças de produção e distribuição de informações surgiram em diversos ambientes. A tecnologia veio para somar, integrar valores e facilidades. Com o ciberespaço e a eminente visibilidade mediática, novas características passaram a se desenvolver na sociedade. Dentre estas características, é possível apontar a interatividade, a modularidade e a espontaneidade como algumas fundamentais.

Através do (ciber)espaço público, do visível determinado pela mídia, os atores sociais lutam constantemente por reconhecimento e consolidação da imagem pública, mesmo que esta seja apenas virtual. Por meio da presença na mídia se dá a representação dos atores que transitam nesse espaço de visibilidade contemporâneo, denominado espaço público midiático.

A evolução dos meios de comunicação gerou um cenário caracterizado pela agilidade e alta potência da circulação de informações e ações interativas, decorrentes das estruturas de redes e da multiplicação de mídias baseadas na virtualização. A comunicação no ciberespaço ganhou popularidade e preferência tanto do público que interage, quanto daquele público que apenas observa possibilitando, assim, que a visibilidade mediática seja legitimada na sociedade que está priorizando a vida em rede.

Dessa forma, encerra-se este breve estudo esperando ter contribuído para o desdobramento da compreensão do amplo contexto no qual se insere a visibilidade mediática ciberespacial.

## **Referências**

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. São Paulo: Jorge Zahar Editores, 2001.

**Brasil tem 4,8 milhões de internautas, diz Ibope**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u206.shtml>>. Acesso em: 20 dez 2010

CARDOSO, A. R. et al. **Web 2.0 e ambientes virtuais de aprendizagem**: desafio cibercultural à docência *online*. 8º E-TIC – Mundos Virtuais e *Web 2.0* - 16, 17 e 18 de Novembro de 2010 – UNESA

CASTELO BRANCO, Cláudia. Benkler: as redes e a nova “mão invisível”. In: CASTELO BRANCO, Cláudia; MATSUZAKI, Luciano Y (Org.). **Olhares da rede**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

DOS ANJOS, Ideylson da Silva Vieira. **Introdução ao pensamento de inteligência coletiva de Perre Lévy**. 2006. XX p. (Especialização em Filosofia). Universidade Católica Dom Bosco. Campo Grande/MS, 2006.

FIDALGO, António. **A Falácia da Visibilidade**. Visibilidade e Identidade no tempo dos Média. 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/fidalgo-falacia-visibilidade-2006.pdf>>. Acesso em 3 jan. 2011.

JONES, B. **Web 2.0 heroes**: entrevistas com 20 influenciadores da web 2.0. São Paulo: Digerati Books, 2009.

KERCKHOVE, Derrick. **A Pele da Cultura**: Uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Tradução de Luis Soares e Catarina Carvalho. Coleção Mediações. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.

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

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (*understanding media*). 18ª. ed. São Paulo: Cultrix, 2005.

SILVA, Carlos Alberto F.; TANCAMAN, Michéle. A dimensão socioespacial do Ciberespaço: uma nota. **GEOgraphia**, ano 1, no. 2, 1999.

**TIC Domicílios** 2009 destaca crescimento do acesso à Internet nos lares brasileiros. Disponível em: <<http://www.nic.br/imprensa/releases/2010/rl-2010-06.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2011.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural**: lógica da vida humana na civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007. (Coleção Comunicação).  
\_\_\_\_\_. Alteridade, corpo e morte no cyberspace: cicatrizes de um hipercrime na epifania do virtual. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v.1, nº 23, abril de 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/365/296>>. Acesso em 06 de janeiro de 2011.

VIRILIO, Paul. **A Velocidade de Libertação**. Trad. Edmundo Cordeiro. Coleção Mediações. Lisboa: Relógio D'Água, 2000.

WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade**: o uso humano dos seres humanos. São Paulo: Cultrix, 1956 (edição original).