



Comunicação, Cultura e Mídias Sociais

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Margarida Maria Krohling Kunsch
(organizadoras)

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Margarida Maria Krohling Kunsch

(organizadoras)

Comunicação, Cultura e Mídias Sociais

1ª edição

São Paulo

2016

eca USP

Copyright © AssIBERCOM • Todos os Direitos Reservados

A presente publicação encontra-se disponível gratuitamente em: <<http://www.assibercom.org/>>

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Margarida Maria Krohling Kunsch
Organizadoras

Richard Romancini
Edição Científica

Tony Rodrigues
Projeto Gráfico e Diagramação

André Drumond Ortega
Giulia Bonfiglioli
Revisão

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

C741L

Comunicação, cultura e mídias sociais / Maria Immacolata Vassallo de Lopes,
Margarida Maria Krohling Kunsch (organizadoras) – São Paulo: ECA-USP, 2015.
120 p.

ISBN: 978-85-7205-149-1

1. Comunicação 2. Cultura 3. Mídias sociais I. Lopes, Maria Immacolata
Vassallo de II. Kunsch, Margarida Maria Krohling

CDD 21.ed. – 301.16

As redes e a armação: Da cultura do narcisismo ao fetichismo tecnológico

FRANCISCO RÜDIGER¹

As redes sociais se tornaram, já na época de seu nascimento, motivo de uma empolgação política e moral que prossegue atualmente e supera em muito, se é que tem paralelo, com os sentimentos que acompanharam o surgimento de suas predecessoras, as comunidades virtuais da II metade dos anos 1980 (Turner, 2006, Streeter, 2010). O cunho massivo e mundial que as primeiras lograram assumir em função de sua articulação empresarial por parte de sociedades acionárias receptoras de imensos capitais as tornou em muito pouco tempo um eixo de poder para o qual as corporações se voltaram, com o qual as forças políticas organizadas passaram a lidar e em relação às quais as velhas indústrias culturais, em parte, se renderam.

Avaliações a respeito não têm faltado entre os estudiosos da comunicação e da cibercultura. Quer-se aqui esboçar as linhas gerais de uma nova fenomenologia das redes sociais.

Em resumo, defenderemos que, no plano imediato, o acionamento das estratégias de poder, embora esteja presente, constitui dimensão de menor relevância na dinâmica das redes sociais. Noutros termos, afirmaremos que estas redes são, para seus sujeitos, passatempo articulado pela forma mercadoria, cujo conteúdo é estético e o sentido social é a popularidade.

Na seção final, vamos, contudo, dar um passo além para defender que, transcendendo este último registro, as redes são também um veículo ou porta de entrada do que Martin Heidegger chamou de armação em nossa existência.

1. Professor da Universidade Federal e da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (1995). Publicou *As teorias da cibercultura* (2ª. ed. Porto Alegre, 2013) e *Martin Heidegger e a questão da técnica* (2ª. ed. Porto Alegre, 2014).

No cometimento da tarefa, diga-se logo, não se pode ser ingênuo. Para começar bem e prosseguir com orientação, é inevitável mapear as principais visões que dispomos sobre o assunto. Vamos demarcar nosso entendimento, identificando alguns outros.

1. AS REDES SOCIAIS NO PENSAMENTO DA CIBERCULTURA

Três tendências se destacam ou podem ser discernidas ao se falar de redes sociais.

1.1. O populismo integrado: Henry Jenkins

Para o autor, as redes sociais importam na medida em que capacitam os sujeitos sociais a produzir e divulgar seus próprios bens culturais e, assim, a influir no cenário comunicativo mais amplo, inclusive as indústrias culturais, num sentido cada vez mais ecológico e participativo (Jenkins, 2008, p. 137). Os consumidores destes bens estão se convertendo em produtores independentes, que desenvolvem sua atividade de acordo com uma pauta que força as corporações a com eles negociar, ampliando a diversidade cultural e a influência das massas.

As redes permitem às pessoas expressar seu descontentamento e formular reclamações às empresas jornalísticas, quando não é o caso de fornecerem a si mesmas seu próprio noticiário e agenda. O fenômeno revalorizou as comunicações entre os indivíduos que não tinham acesso aos meios senão como consumidores. Agora todo mundo está passando a ter a chance de ser ouvido, expandindo o espectro de ideias em circulação na sociedade de baixo para cima.

As redes sociais expressam “o desejo de diálogo e manifestação, de fortalecimento das conexões sociais, e de criação de comunidades mais abrangentes através da circulação de mensagens midiáticas”. O público que se forma através delas não é explorado pela mídia, porque embora esta por vezes o tente e o faça, ao se expressar este público “está perseguindo seus próprios interesses, conectado e informado pelas decisões tomadas pelos outros integrantes de suas redes sociais”, escreve o autor em seu trabalho mais matizado (Jenkins, Ford, Green, 2013, p. 60).

Os pecados da convergência entre seus anseios e as ações da mídia corporativa podem ser resolvidos através de uma política cultural capaz de pressionar por reformas; pelo desenvolvimento de uma interação mais livre e esclarecida entre seus sujeitos; para não falar do aporte que pode

trazer uma intervenção escolar mais de acordo com os novos tempos.

Apesar da relativização de juízos anteriores, em que o discurso acadêmico mimetizava o discurso corporativo, percebemos que o autor segue míope para o fato de que, assim como as empresas de mídia não precisam de acadêmicos que “lhes ensinem como fazer mais dinheiro alavancando as emergentes plataformas da web 2.0”, as audiências em nome das quais ele pretende escrever igualmente não precisam de quem “defenda seu direito público de participar significativamente [da produção da cultura]” (ibidem, p. xiv).

Jenkins e colaboradores não cogitam que aquelas empresas não precisavam disso mas, antes, talvez sejam os acadêmicos que parecem ter cada vez mais interesse em atrair-lhes a atenção e prestar-lhes serviços. Igualmente não veem que, conforme vão adquirindo os meios, as próprias audiências, que talvez nunca o desejaram, agora não mais precisam de quem fale por elas ou advogue em seu nome.

O principal, porém, é o fato de os autores não perceberem que o eclipse em que agora procuram pôr a tese da “cultura da convergência” não é mais problemático do que a dicotomia contida na própria expressão. O conceito em parte factual, noutra normativo de mídia espalhável (“spreadable media”) que eles apresentam em seu lugar segue trabalhando com a ideia de que a mídia social e a mídia corporativa constituem dois eixos da comunicação midiada. Aos autores escapa o fato de que os sujeitos de uma e outra são, em essência, os mesmos, isto é: criaturas da indústria cultural em que se converteu boa parte do sistema capitalista.

Da proposta de análise reformista que os autores nos apresentam, só se pode esperar, portanto, o retorno do mesmo.

1.2 Cedric Biagini: o rechaço tecnóforo

Para ele, o princípio ideológico subjacente às e promovido pelas redes sociais é o de que as pessoas e o real só adquirem sentido quando publicizados (Biagini, 2012, p. 190). Agencia-se através delas um vasto processo de supressão do segredo nas relações sociais, a efetivação da máxima de acordo com o qual se deve viver às claras defendido pelo positivismo do século XIX. “Meu poder se estende na medida em que o que me diz respeito circula pela rede” (p. 192); sei ou posso saber tudo o que quero a respeito das pessoas que estão lá: isso resumiria o credo que surge em seu redor, resume o autor. Ocorre, no entanto, que, assim, o Facebook e

outras redes promovem uma sociabilidade em que as pessoas passam a fornecer livre e voluntariamente a todos os demais muitas informações com que jamais sonharia obter o próprio aparato policial e até mesmo um regime totalitário (p. 184-185).

Nas redes sociais, os participantes desejam saber tudo de todos mas, ao mesmo tempo, se deleitam com o fato de revelarem a todos o que julgam ser a sua essência: “voyeurismo e narcisismo se misturam”. A ocorrência está em consonância com as transformações provocadas na realidade social pelo avanço do capitalismo neoliberal. Os perfis que, nas redes, enquadram os sujeitos sinalizam para o fato de que agora cada um “faz de si mesmo uma marca”, se expõe ao mundo como se fosse um objeto de consumo em uma vitrine. O ingresso e a atuação em uma delas é também um processo de aprendizado ou treinamento nas técnicas de comunicação consagradas pelas empresas, “visando assegurar sua própria publicidade” (p. 193).

Nas redes sociais, à apologia da superficialidade corresponde a negação da interioridade, forma-se um movimento em meio ao qual se projeta uma massa de perfis tendencialmente indiferenciada, cujos integrantes nem chegam a notar que estão sós, ao manterem-se em conexão autista com suas centenas de supostos “amigos” (p. 194-196). “Empresas que estimulam a amizade”, o Facebook, Twitter e outros antes “criam uma forma de estar entre os outros que estimula o fechamento de cada um sobre sua própria esfera individual” (p. 197), simplificam e banalizam as relações humanas, dando boa indicação do tipo de sociabilidade que nos domina em meio à cibercultura.

Biagini procede a uma crítica implacável das redes sociais para, por fim, concluir que, das novas tecnologias, há muito pouco esperar, desde um ponto de vista emancipatório e humano.

A aceitação da inovação tecnológica nos torna cada vez mais dependentes de máquinas que, reestruturando o mundo segundo sua própria lógica, isto é, a da performance e da eficácia, criam um novo, em que reina a competição e em que cada um tem de agir cada vez mais rápido, mobilizar-se unicamente em função de sua empresa ou das redes digitais para existir socialmente; é um mundo em que impera a necessidade de ficar atento, de prontidão, a capacidade de se adiantar e de se adaptar a todas as evoluções tecnoculturais, sob pena de, em não o fazendo, sermos ultrapassados (p. 384).

Após fazermos esta varredura, observa-se que o autor é pouco ou nada dialético em sua reflexão, deixando de levar em conta os eventuais ganhos que, a despeito de tudo que critica, as redes podem nos trazer em termos de expansão do conhecimento, novas oportunidades de sobrevivência econômica e emancipação de contextos heterônimos para alguns grupos sociais. O principal, porém, nos parece o déficit prático de uma teorização radical, todavia levada a cabo com intenção política de aspecto prático.

A saída da situação que relata exige, segundo ele, nossa reaproximação como indivíduos concretos portadores de capacidade prática. A humanidade precisa restabelecer o contacto direto e desafiador que se está perdendo, deixar de lado “certas práticas tecnológicas, a fim de preservarmos a autonomia” (p. 396). A tecnologia deve ser reapropriada em termos humanistas e, em boa parte, descartada após uma seleção, em vez de ser explorada em termos empresariais e tecnocráticos.

As redes padronizam e estereotipam a experiência social, embrutecendo até mesmo as boas causas que por ventura aparecem nelas, de modo que se trataria de abandoná-las. O problema com a proposta é, em nosso ver, que, seguindo o raciocínio do autor, isto tem de ser um ato coletivo, não pode se restringir a pequenos grupos. A “greve privada” não adianta e não nos levará à parte alguma, escreve Biagini citando Anders.

Quais são, porém, os meios que podemos dispor para iniciar este movimento? Que recepção se pode esperar para esta ideia em meio a uma sociedade dominada pelo pensamento tecnológico? Avançar com ela entre os grupos que defendem o primitivismo nos daria motivo para “crer nas virtudes da vida em sociedade, da educação, da cultura e da evicção de uma visão sombria da humanidade” (p. 405)? Soluções do tipo que, em passado recente, propôs o Unabomber e agora lançam mão alguns anarcoambientalistas estão fora de cogitação. A humanidade talvez já não tenha tanto interesse na educação e cultura, assim como nas virtudes da apropriação cooperativa da vida imediata, sem por isso se julgar menos humana. O problema, se vê, desafia prática e teoricamente esta perspectiva.

1.3 A crítica emancipatória: Christian Fuchs

Neomarxista, Fuchs segue por outra linha de análise, ao tratar do assunto em seu livro *Social media: a critical introduction* (2014). Para ele, as redes são um cenário de lutas, em que intervêm tendências sociais contraditórias. O fenômeno contém uma dimensão ideológica, consubstanciada

na propaganda feita em torno de seu caráter revolucionário e sua pretendida dinâmica libertária e participativa. De fato, contudo, as redes não têm essência, não são em si mesmas progressistas ou conservadoras, destrutivas ou emancipatórias. Atualmente, elas servem, sobretudo, à exploração por parte do capital, mas nada impede que elas deem lugar a usos gratuitos, solidários e humanizadores. A prova já está presente entre nós, em empreendimentos de natureza colaborativa e universal, como a Wikipedia, mas também, ainda que de maneira bem menos clara e mais contraditória, em algumas páginas do Facebook e certas campanhas do Twitter.

O Facebook e outras redes exploram o trabalho de geração de conteúdos feito mais ou menos gratuitamente pelos seus usuários ao abrirem uma conta nas suas plataformas. Vende espaços de publicidade para atingir estes usuários, sem lhes dar uma remuneração condigna, e viola sua privacidade e direitos. Capitaliza ainda mais, explorando os demais contatos que eles fazem na rede e acumulando informações a seu respeito que, depois de processadas, são vendidas a empresas de marketing para uso dentro e fora da internet.

A exploração da mercadoria que se tornou o prosumer de internet é expressão de um estágio do capitalismo em que as fronteiras entre trabalho e lazer se tornaram fluídas e aquela exploração se baseia em um novo princípio: a exploração tende a ser sentida como diversão e se tornou parte do tempo livre (Fuchs, 2014, p.122).

Por outro lado, verifica-se que suas práticas são denunciadas e muitas de suas páginas servem para fazer propaganda anticapitalista, postar noticiário alternativo e articular movimentos e ações progressistas, que apontam para uma outra forma de vida em sociedade. Nisso, as redes sociais capitalistas antecipam ou dão sinal objetivo “de um espaço comum baseado na internet que não depende da acumulação de capital, da publicidade, da ideologia e da economia da atenção estratificada [mercadologicamente], antes habilita o conhecimento, a comunicação e a colaboração a se tornarem atividades sociais autônomas entre os seres humanos” (p. 257).

Segundo o autor, o passo adiante ocorre com a luta pela criação e manutenção de redes independentes do interesse empresarial, sustentadas unicamente pelo esforço colaborativo de seus usuários e a iniciativa ideológica de seus responsáveis. Obviamente não se deve esquecer que

este tipo de ação não pode ser separado da luta mais ampla por uma forma mais avançada de sociedade, pelo socialismo. A promessa contida no termo mídia social, nota ele, só será concretizada numa sociedade orientada de acordo com o bem comum, “exige a democracia participativa e a propriedade e o controle coletivos dos meios de produção” (p. 265).

O problema aqui consiste em saber se ainda podem surgir do movimento da indústria cultural os sujeitos capazes de tornar produtivo este projeto numa escala mais ampla. A dúvida é se nosso tempo ainda comporta as condições e o tipo de ação requeridos para romper a ciranda das redes sociais e pô-las a serviço da emancipação, senão de um movimento político revolucionário.

Fuchs tem o mérito de perceber que, assim como o conhecimento de que há vigilância política nas redes não importa para muitos de seus sujeitos, a exploração econômica dos prosumers ou interagentes, em vez de ser vivida como tal, é, por eles, trabalhada como contraprestação pelos prazeres que as mantenedoras lhes proporcionam. No entanto, não logra ver que o sujeito que, em troca do serviço prestado pelas redes, oferece gratuitamente seus textos, imagens, vídeos e outros bens simbólicos às empresas só trabalha do ponto de vista dos críticos. Em geral, ele pouco se importa com o fato de ser por elas vendido como potencial cliente aos anunciantes.

A perversidade dos circuitos do capital numa era de abundância e consumo de massas é posto pelo autor na conta de uma mistificação ideológica que ele não nos explica satisfatoriamente. O fato das massas que formam as redes sociais estarem virtualmente colonizadas pelos esquemas da indústria cultural e, assim, pela economia de mercado capitalista sem que isso lhes fuja à consciência não é indicado em sua análise. O preço que ele paga por isso é um voluntarismo político que, analisando bem, colide com as próprias premissas de sua investigação.

Noutros termos, Fuchs não cogita que as redes sociais se tornaram motivo de um fetichismo que se fez virtualmente total. Agora, são poucos os que desejam ficar de fora ou por elas não têm interesse. Como todo o resto, a militância migrou para as redes sociais e lá encontrou seu viveiro, passando a agir cada vez mais no virtual em lugar do concreto. Hoje, a resistência esquerdista ou outra que subsista não apenas é interna ao sistema mas, por isso mesmo, não tem um projeto alternativo de sociedade. A oposição se tornou função do sistema de poder vigente, expediente com

o qual seu próprio jogo se movimenta e dinamiza. Os projetos alternativos não têm mais como se sustentar, porque seus sujeitos e condições se extinguíram.

Nas redes, os embates são agora, em geral, cosméticos, visto haver consenso de que todos devem se integrar e ser aceitos, de que é preciso avançar com a sua democratização. Os processos de formação da opinião, se surgem, em geral têm o sentido de lubrificar as engrenagens do sistema. A capacidade de mobilizar não tem mão única e, onde não há apoio de outras fontes, tende à dispersão, por falta de organização. A pressão que por meio delas às vezes se faz é eventualmente acatada muito mais por uma crença abstrata no poder que emana das redes do que pelo apoio objetivo que elas podem trazer para as campanhas políticas contra o status quo ou às próprias ações dos grupos dirigentes – também eles inseridos em redes e sincronizados com seus movimentos.

2. DO FETICHISMO DA MERCADORIA E O CULTO ABSTRATO DA PESSOA

Posto isso, concluída esta breve avaliação do que se tem teorizado a respeito das redes sociais, podemos passar a relatar nosso ponto de vista de maneira mais positiva. Em síntese, defenderemos a ideia de que as redes seriam bem entendidas se vistas como próteses sociotécnicas, reproduzidas por uma engenharia política anônima e coletiva, com que se faz frente à crescente atomização da sociedade, após termos descartado as opções totalitárias que, no passado, marcaram época.

Os movimentos e regimes totalitários, recapitulemos, visavam conter a hemorragia política que não pode deixar de produzir a moderna democracia de massas com o remédio amargo e em muitos casos assassino da violência estatal e supressão das liberdades individuais. O progresso tecnológico, o aumento da riqueza e a repactuação política entre as forças sociais organizadas permitiram que, nos países de maior desenvolvimento capitalista, esta alternativa fosse, contudo, descartada em meio à história do século que passou.

Ainda assim, vale notar que isso não significa que tais fenômenos tenham importado em solução para os problemas de seu individualismo. Ao contrário, os fatores que contribuíram para a ascensão daqueles regimes e movimentos são os mesmos que tendem a radicalizar esta tendência, a do individualismo, e os problemas de interação social, para não falar de

outros conflitos mais sérios, que, de diversas formas, variantes conforme o grupo e classe social, vitimam o homem contemporâneo.

As redes sociais, macro ou micro, especializadas ou não, encontram ressonância na medida em que vêm conferindo nova projeção ao culto do indivíduo, tentam tornar este culto sucedâneo das associações comunitárias e do fervor político do passado, fator de restabelecimento do social com que o homem moderno procura criar mediações cotidianas com seu semelhante.

O processo econômico e tecnológico que torna as pessoas mais independentes e, assim, distancia umas das outras é o mesmo que coloca suas vidas na dependência de movimento sobre os quais elas têm muito pouco ou nenhum controle, chegando a arrasar a existência entre os mais frágeis e atrasados. As redes sociotécnicas seriam, em nosso ver, uma emanção de sua engrenagem, uma forma mais ligeira, dinâmica e democrática de ocupar a experiência vivida ou subjetividade nas condições de existência assim determinadas.

O movimento que, para o bem e para o mal, liberta as pessoas do trabalho e, assim, reforça a vontade poder que nos vai tomando conta há alguns séculos encontrou nas redes uma forma avançada de lidar com o vazio em que tudo isso importa, ao nos cercar de bens de consumo e desocupar nossas faculdades relacionais. A civilização dos costumes que as relações mercantis fomenta ingressa com as redes em uma dialética na qual está em jogo um narcisismo coletivo. As tensões que assombram o primeiro processo, o estranhamento que o outro nos provoca, são sublimadas, por seu intermédio, em um cenário dinâmico, no qual cada um se mantém senhor de si sem perder o contato com o outro; em que as pretensões de poder que nos sugere o dinheiro tendem a se harmonizar no palco eletrônico universal e privado de maior mal-estar criado por meio da internet.

Do ponto de vista propriamente sociológico, o fato maior seria que as redes só importam para a ação empresarial de indivíduos e organizações: estas precisam ajudar a mantê-las, para explorar suas potencialidades como forma de mercado. A instrumentalização política é tentada por quem tem interesse e possui os meios para tanto, mas esta alternativa não parece ser a sua vocação. As redes não seriam tanto um instrumento, mas antes um ambiente em que, de forma muito racional e sistemática no tocante ao formato, se projeta coletiva e relacionalmente a experiência vivida numa era em que a economia de mercado se torna total e planetária.

Aí, as concepções tradicionais de vida, conforme as quais essa teria um sentido (religioso, político, familiar, profissional), cedem lugar ao culto coletivo da imagem de cada um, em que ver e ser visto, tuitar e ser tuitado, apesar de tudo, mantêm a vontade poder em equilíbrio dinâmico e estado de graça, mediante a criação de uma espécie de mística narcisista da solicitude em comum. Aí os conflitos políticos, religiosos e morais não estão ausentes, imprimindo-lhes as marcas da realidade histórica maior, mas a tendência é, como dito, as oposições se tornarem cosméticas, uma encenação necessária à retroalimentação dos contatos e certificação das consciências.

De fato, pouco ou nada se decide política e moralmente neste fenômeno. A regra é a banalidade cotidiana. O horror e o sublime que, nas redes, eventualmente algo nos causa duram pouco tempo. A urgência é a de repassar a nova aos demais, já que outros posts estão vindo, trazendo as notícias do aniversário de uma prima e da visita de um amigo a um restaurante recém-inaugurado. A violência, a estupidez, a pobreza espiritual, como os exemplos de valor, coragem e altruísmo rápido se volatizam, ao converterem-se em capital com que se pode se expressar e interagir – nada mais é tabu, mas tudo está anulado, pouco ou nada deixa ou provoca em cada um.

As redes revelam-se, por tudo isso, uma espécie de passatempo articulado pela forma mercadoria, cuja novidade em relação a outros é o cunho de exercício individual; o conteúdo imediato é estético; e o sentido social é a busca de prestígio sob a forma de popularidade.

Querem muitos levá-las a sério demais, atribuindo-lhe sentido político, por exemplo; mas este não nos parece que seja o caso, em que pese sua eventual exploração com objetivos extremistas. As redes sociais tendem a instituir o seu lugar absorvendo os conflitos, mesmo os cotidianos, sendo em essência um espaço de simulação do contraditório, muito mais do que da conscientização a seu respeito. A proteção que representa a distância na comunicação e que os impressos começaram é, nelas, maximizada pela presença de formatos que, embora possam desencadear a discussão racional, se inserem em circuitos que, antes, favorecem ou estimulam o reassuramento de nossa identidade narcisista e afiliação grupal (ainda que provisória e múltipla).

O fenômeno sinaliza, para quem puder ver, que a opinião se tornou uma categoria social ultrapassada, um produto obsoleto, em processo de

liquidação ou pela qual ninguém está disposto a pagar muito. Nas redes, a capacidade de expressar livre e publicamente nossa opinião encontra seu paradigma no sujeito que, carecendo de conhecimento de causa e sem ter noção de ou respeito por quem eventualmente o elabora, opina sobre tudo e sobre todos irresponsavelmente. Por isso, a atenção e, às vezes, o espaço que lhes conferem os jornais não se deve à sua influência política ou conteúdo intelectual, mas à tibieza e oportunismo empresarial da própria imprensa.

A máquina liberou o homem para, agora em massa, entregar-se ao vazio que não pode deixar de surgir, sempre que falta emprego de sua potencialidade criativa ou esta inexistente. As redes correspondem ao momento em que esta humanidade tende a oferecer-se a si mesma o espetáculo de sua banalidade, postando fotos, retransmitindo mensagens, produzindo vídeos caseiros e recitando textos – ao mesmo tempo em que cada um monitora o outro para rivalizar sem fechar a porta para a visita do alheio.

Familiarizados com as regras da sociedade do espetáculo, os sujeitos recorrem à infinidade de ferramentas ficcionalizantes disponíveis no mercado para se autoconstruir. A meta é enfeitar e recitar o próprio eu como se fosse um personagem audiovisual. Não é muito difícil, pois a mídia oferece um farto catálogo de identidades descartáveis, que cada um pode escolher e emular: é possível copiá-las, usá-las e logo descartá-las para substituí-las por outras mais novas e reluzentes (Sibila, 2008, p. 241-242).

As relações de hierarquia e subserviência, que das redes não estão ausentes, é certo, não constituem a sua essência, mas aspectos menores de um movimento em que as estratégias de acumulação do capital simbólico e as prestações de vassalagem, além de abstratas e politicamente insignificante, tendem à soma zero. O fato de, nelas, virtualmente todos poderem igualmente se inserir e se expressar e, portanto, poderem em tese igualmente disputar prestígio em seu respectivo nicho social sinaliza o cunho essencialmente democrático, ainda que anódino do ponto de vista concreto, das redes sociais.

O egocentrismo da vontade de poder que nos joga redes adentro tem sua origem ou é promovido por nossa dependência existencial a um sistema de relações mercantis baseado no desenvolvimento tecnológico – mas se agencia por meio da moeda vulgar da popularidade, como bem

notou Lee Siegel (2008). As pessoas logram por meio das redes abstrair sua existência, editar o seu melhor e se apresentar às outras em condições ideais. As fantasias de poder sobre si e sobre o outro que, postando seu ego ideal e vigiando o alheio, as redes sociais agenciam em escala de massas são as fantasias de controle sobre seu eu e sobre o modo como os outros deveriam se relacionar consigo, carecendo de maior relevância política e sociológica, menos pelo fato de serem fantasias do que pela sua flagrante esterilidade.

Significa que as redes sociais importam socialmente sobretudo pelo seu sentido dramático ou ritual, embora não se possa descartar totalmente outros aspectos, obviamente. A forma generalizada de comunicação ou moeda de troca que as viabiliza é uma emanção da mercadoria: a popularidade. A fantasia não se sustenta sem gratificação: esta, nas redes sociais, provém do fato de olhar e pretender-se olhado, de seguir e possuir seguidores, de postar e receber postagens, de granjear aplauso, etc.

Segundo Durkheim ([1950] 1983), recordemos, a religião dos modernos é a pessoa humana, a substituição do culto à coletividade e seus representantes pelo culto coletivo do individual. O respeito pela pessoa passa, em nossa era, a ser acompanhada do culto do indivíduo. Ocorre que o indivíduo que se cultua tende, em geral, a ser o sujeito desprovido da obra, feitos e arte. O progresso tecnológico que permite a expansão da riqueza e o aumento da população é o mesmo que nos vai reduzindo a corpos sem capacidade criadora e habilidade prática, tendencialmente incapazes de elaborar inventivamente sua situação.

O consumismo abstrato a que tende a modernidade é a reação mais genérica e de mais longo alcance com que nosso tempo se encaixa nas tendências materialistas que lhe estruturam o movimento. As redes sociais permitem que, como os meios anteriores, este consumismo a que se dedica nosso tempo avance sobre o próprio indivíduo e, em parte, sobre o próprio sujeito mas, em contraste com eles, realizem esta última tarefa em compartilhamento com os demais. O narcisismo coletivo que as movimenta se caracteriza por fazer de espelho os olhos alheios e, por isso, não exclui antes requer o voyeurismo. A vontade de poder que exerço sobre o outro é a mesma que lhe autoriza a exercer meu narcisismo – mas será que isso tudo esgota a decifração do fenômeno?

Para nós, não é o caso, a ocupação da experiência vivida com a celebração abstrata do individualismo democrático promovida pela sua captura

nas redes organizadas pelo capital não esgota o entendimento com que, em tese, se pode ir além das teorias em circulação a respeito das redes sociais. A fixação virtualmente maníaca que miniredes como as que permitem formar os aplicativos de última geração nos aparelhos de mídia portáteis existentes e por surgir apontam para um fenômeno mais abrangente. A vontade de poder que se manifesta via redes sociais não tem a força daquela que nos projeta para seu interior e nelas nos amarra.

3. O APARATO E AS REDES: FETICHE TECNOLÓGICO?

Jodi Dean (2010) nos abre perspectiva para aprofundar o assunto, observando que, através da internet, estamos sendo capturados em e nos tornando prisioneiros de redes sociotécnicas que, vendo bem, se mantêm através da mobilização de impulsos em vez da satisfação de nossos desejos ou da ação transformadora. O principal em relação às mesmas não está no conteúdo por elas agenciado, mas no sequestro e dinamização da experiência vivida pelo aparato tecnológico. A autora leva as redes a sério o suficiente para discuti-las em referência aos movimentos políticos que nela intervêm, mas não por isso se impede de concluir que sua migração para e aparente intensificação neste território importam na paulatina sublimação sociológica destes últimos.

Há que denunciar os processos de comunicação e a interatividade promovida pelas redes sociais, observando que as mensagens que por elas circulam não estimulam sequer mudanças de atitude, porque, em geral, não são mais que mensagens para serem registradas, passadas adiante e arquivadas (para nunca mais ser consultadas), quando não é o caso de serem apagadas. As pessoas conquistaram com as redes mais que o poder de expressar publicamente sua opinião: através destas redes, elas de fato estão exercitando-o, ao postar, votar, comentar, compartilhar, etc. – mas isso não tem se revelado um avanço, defende a autora.

A comunicação pública se tornou um imperativo, um fato social no sentido durkheimiano, mas nisso há um ardil. O livre emprego da palavra não trouxe esclarecimento. As massas foram capturadas pelas redes, em vez de pô-las a serviço de uma práxis transformadora. O resultado disso é que, agora, o estado e as empresas não precisam mais se esforçar para divertir as massas, mantendo-as na ilusão e passividade. As massas mesmas assumiram esta tarefa. Os espetáculos da mídia corporativa e a propaganda abominável que essas massas supostamente contestavam

se tornaram objeto de sua própria criação, projetando em novo patamar a submissão voluntária a que se haviam imposto durante a primeira era da indústria cultural.

As pessoas se conectam e interagem livremente, conversam e debatem sem parar, o tempo todo, sobre os assuntos que bem entenderem; escrevem, filmam e fotografam – mas onde o tema não é pura e simplesmente banal, o que aparenta ser uma discussão, no fundo é uma falação carente de argumentos e finalidade. A mensagem pede ou recebe leitura superficial, não muda ninguém, em meio a um fluxo contínuo e avassalador de mais e mais mensagens, onde em geral são somente reações que circulam e, no máximo, se transacionam afeto (Dean, 2010, p. 91-126).

Muniz Sodré resume a tese, observando que:

Na rede eletrônica, as pessoas se conectam, não para comunicar um importante conteúdo, mas pelo êxtase da conexão, que não deixa de ser uma antecipação futurística daquilo já vislumbrado pela neurociência atual: a submersão virtual como contato à distância do cérebro com as máquinas (Sodré, 2014, p. 116).

Podemos deixar de lado o chamamento voluntarista à ação concreta com que Dean reage à situação por ela diagnosticada em termos que não estão distantes dos de Biagini. A autora revela nostalgia pela política e ainda vê futuro para o social. Para nós, fenômenos como as redes sociais, conforme ela nos descreve, são, ao contrário, um indício ou sinal de seu ultrapassamento. A pobreza de ideias ou irrelevância dos conteúdos tão comuns nas redes sociais, o emprego sistemático do recorta e cola, a prática continuada da retuitagem, os memes que se repassa com o conhecido “olha esta, olha aí”, não tem a ver apenas com o culto abstrato e rasteiro do indivíduo na era democrática.

O fenômeno também tem a ver com o fetichismo tecnológico que, impulsionado pelo capital em sua mais recente fase de desenvolvimento, mais e mais se apodera da coletividade na era da cibercultura. A cibercultura tem sido vista por nós como uma forma superior ou estágio avançado da indústria cultural. As redes sociais, pensamos, podem ser mais um trampolim com que nos jogamos no fetichismo tecnológico que lhe é intrínseco, conforme este foi vislumbrado pioneiramente por Adorno (cf. Adorno, 2008, p. 100-102).

Afinal de contas, elas não projetam na experiência vivida a sensação de uma democracia consumada, onde enfim todos estariam ou poderiam entrar em contato e falar de igual para igual com todos os demais? A palavra não é nivelada e posta em um mercado virtualmente transparente, submetido à injunção do sim e do não, da curtida ou rejeição, por parte de todos os outros? O fato de a vigília das novas gerações, atentas a tudo e a todos, estar passando a ficar sempre ligada em seus aparatos, para além da certificação narcisista e o exibicionismo compulsivo com que se cultua a nova personalidade democrática no ciberespaço, todavia indica um movimento mais amplo.

Para nós caberia pensar, com efeito, se este fenômeno não é um aspecto daquele movimento de tomada da humanidade pelo que foi chamado de armação pelo filósofo Martin Heidegger.

Heidegger entendia por tal uma interpelação ao mesmo tempo coletiva e anônima que nos é feita para confiar nosso destino que se consubstancia via avanço da tecnologia maquinística, destacando que este processo contém pelo menos dois aspectos principais. A clausura a que a armação nos conduz, ao nos tornar prisioneiros desta tecnologia, foi, pelo menos por um tempo, pensada por ele em conexão com os conceitos de maquinação e experiência vivida (cf. Heidegger [1936-1938] 2015). O primeiro dá conta da paulatina renúncia à criatividade poética e artesanal que tem lugar em nossa era, a ascensão de uma ordem cada vez mais autômata, anônima e sistêmica, assegurada por um mesmo aparato tecnológico. O segundo, subordinado ao primeiro e que interessa mais diretamente ao estudioso dos fenômenos de mídia, é o consumo da experiência vivida processada por muitos de seus dispositivos.

Quem sabe a compulsão com que nos prendemos aos celulares, muito mais do que às comunicações, cujo sentido não é senão girar em torno de si mesmas, não tem a ver com o chamado da armação? Quem sabe nossa afiliação às redes sociais, para além do culto do indivíduo, não tem a ver também com a fascinação que, no ocaso da figura do animal racional, nos cola os olhos às telas, nos prende às cores, sons e movimentos ao alcance do dedo, mais que à própria imagem, para não falar da palavra que nelas se joga?

No passado, a televisão comprimiu a experiência e a reduziu a simples imagem eletrônica, como o rádio e o telefone haviam feito eletricamente antes com a palavra. Hoje, a mídia digital interativa, especialmente quando

se torna portátil, assim procede em relação a nós mesmos, ao criar um não lugar ao mesmo tempo para o corpo e a ação do sujeito social. A emancipação da experiência vivida, da subjetividade, promovida com o avanço da economia de mercado e o desenvolvimento do individualismo, encontra com tanto defesa para seus efeitos mais deletérios, via a criação de ambientes tecnológicos capazes de produzir sua descarga. O cinema e os eventos de massas deram início ao processo. As formas de comunicação em rede as arrematam em sucessivos estágios de desenvolvimento. Os aparatos celulares lhe culminam o fetichismo.

O processo histórico levou as pessoas a se dispersarem em massas, visto que os fatores para que antes formassem comunidades e associações estão, em toda a parte, declinando. As pessoas se afastam e, no fundo, cada vez mais se estranham em presença das outras, apesar do fascínio que ainda causam as aglomerações e as descargas coletivas que, em meio a tanto, aliviam as tensões oriundas do fato de se viver só. As comunicações não só compensam cotidianamente esta perda de contato direto, mas ajudam a tratar a nostalgia e sofrimentos que ela provoca entre muitos. Os indivíduos podem com elas fazer contato com todos os demais conservando a distância asseguradora da liberdade conquistada por seu eu, porque virtualmente ninguém mais está longe do outro; e todos têm a seu alcance todas as informações que julgam importantes.

O avanço de nossos recursos e meios de comunicação todavia tem um preço – eles nos convertem em abstrações. Os aparatos, por si só, não têm como frear o enfraquecimento de nossa capacidade de agir coletiva e criativamente no plano concreto. O fato é que a palavra está perdendo a espontaneidade, e as expressões corporais, se não embrutecem, são cada vez mais inibidas. As pessoas se encontram cada vez menos qualificadas tanto a se entender como personalidades morais autônomas e integradas, quanto como sujeitos capazes de se apropriar do mundo como todo coerente de que fazem parte. O crescimento da distância objetiva entre suas personalidades e o avanço da impotência política individual que se vivencia no cotidiano, contudo, não nos projeta no vazio, onde logramos empregar nossa capacidade criativa ou, não sendo o caso, encontramos distração.

A experiência vivida com as telas de cristal líquido e a mídia digital interativa se evidencia neste momento, na medida em que nos permite dedicar à distração que nos impede de cair no vazio tempo de vigília não

empregado em uma atividade sistêmica objetiva. As obras e ações que não temos mais como criar por força da desocupação que traz um progresso mecânico têm agora um sucedâneo no manuseio dos aparatos cujos programas e ambientes se multiplicam, a solicitação é a do toque acelerado e contínuo, e o prazer pressupõe ou provém da falta de concentração e da anulação do pensamento.

Cabe pensar se as redes sociais não estão funcionando como via de acesso de uma experiência vivida cujo núcleo é o puro e simples manejar de aparelhos. Viabilizadas pela internet, recordemos, elas não são meras fibras materiais e ligaduras tecnológicas entre computadores. Por outro lado, são mais que simples ambientes de circulação de informações e conhecimento. Quem sabe se, para além de seu sentido específico de expressão do narcisismo coletivo na era da democracia de massas, elas não são também um pretexto ou via de instalação do que se tem chamado de fetichismo tecnológico?

António Fidalgo (2009) defende em sua análise que, mais importante do que o uso consciente ou alienante do aparelho celular, é estabelecer os princípios de sua ética, a fim de distinguir entre seu uso e abuso na prática (p. 95). Será, no entanto, que não nos projetamos em época na qual, para a maioria, a liberdade, o interesse e a conveniência da atitude ética tendem a desaparecer? Seguir por essa linha não conduz, como parece no caso do autor, a pensar em termos de uma etiqueta portadora de pouca relevância política e sociológica, embora saudável do ponto de vista moral e cotidiano?

Para nós, a resposta às perguntas é óbvia. Que o aparelho com que nos conectamos às redes seja útil é algo inquestionável. Que apenas a utilidade comande seu manuseio não o é. Através dele estamos sendo suspensos em redes que sinalizam o advento de uma nova era. A solidariedade moral que o aparato às vezes compromete e as intrusões que seu mau uso provoca na vida alheia são um subproduto de um processo ao mesmo tempo coletivo e impositivo que, abrangente e compulsivo, não tem mais como ser enfrentado com a predicação moral ou o apelo à autenticidade.

Querem alguns pensar que o principal na comunicação ainda é o conteúdo, mas pode ser que a era de o que lhe dava conta, o sentido, esteja ficando para trás, como outros, há tempo, já aventaram. As práticas de postagem e a conexão permanente podem por certo formar uma opinião pública gerosa e, eventualmente, colaborar para a ação política organizada.

Porém, parece-nos, como dito, que não é este o seu aspecto principal. Os processos citados dependem de fatores externos, como mostra a fortuna da chamada primavera árabe e dos protestos anticapitalistas de início da década. Querem outros nos convencer que o sentido destes aparatos reside nas trocas e interações sociais objetivas que eles agenciam tecnologicamente. O ponto a ressaltar é o pouco alcance sociológico da maior parte destas trocas e interações, se excetuarmos os contatos de caráter funcional e, portanto, lubrificantes do sistema social vigente em nosso tempo.

Geser (2004) observou, com razão, que, nos contatos que os aparatos celulares viabilizam a função fática é mais importante do que a informação veiculada, mas cabe pensar se aquela função ainda depende primordialmente de uma dinâmica puramente sociológica. Para nós, o problema com as redes não é que elas reforcem o comunitarismo mais estreito, como pretende o autor. O principal reside, em nosso ver, no fato de que, circunscrevendo a subjetividade ao imediato do equipamento, elas servem de alibi para a regressão da experiência vivida. As redes, pensa o autor, subvertem o social por reduzir o contexto de transação às relações aos seus amigos e contatos: embora isso possa ocorrer, tal não nos parece ser o mais relevante. A hipótese que vale a pena pensar é a de que, assim, elas antes fomentam o fetichismo que, há mais de um século, se desenvolve à sombra de nossos aparelhos de comunicação.

A possibilidade de se comunicar ou estabelecer contato com virtualmente todos os demais passou a ter contrapartida no crescente aprisionamento individual da experiência vivida aos terminais da megamáquina cibernética em que, na raiz, o mundo se vai tornando. A comunicação ubíqua e a conexão permanente se dão menos com os que integram sua rede do que com as formas e funções dos aparelhos a que se acorrentaram. O principal em relação às redes não está na falação que lhe toma conta, mas no sequestro e dinamização da experiência vivida pelo aparato tecnológico, na compulsão maníaca em que se tornou seu manuseio numa era de regressão da consciência.

Jody Dean fica no meio do caminho em sua análise, ao reconhecer a centralidade da “captura afetiva” agenciada pelas redes, sem deixar de postular que seu foco são as mensagens, os conteúdos que circulam nas redes. Pensando em avançar, sugerimos que, cada vez mais, o essencial reside antes no fetiche em que o próprio aparato e seus recursos se tornaram para os usuários. Atualmente, a experiência vivida no ciberespaço

da mídia portátil se gratifica sobretudo com o manuseio da máquina e a exploração de suas dispositivos, o virar das páginas e o clicar em botões, a rotação das fotos e a transmissão de arquivos, o abrir de pastas e a inspeção da trilha sonora, etc. Cada vez mais, “a interação se reduz a um diálogo interminável com a máquina” (Baudrillard, 1990, p. 30).

Paradigma ou arquétipo da experiência vivida na era das redes e da cibercultura é o sujeito que passa o dia preso à tela onde rodam seus games, ao console com que comanda seus lances e à cadeira onde aloja seu corpo, e se irrita com os chamados que o distraem disso; o sujeito que, reunindo todos estes itens, exceto a cadeira, mas com uma câmera monitorando o ambiente e conectado à internet, talvez acoplada a óculos, reage unicamente consigo mesmo em uma cidade onde a vida se tornou zumbi.

4. CONCLUSÃO

As redes sociais estão permitindo às multidões sair da obscuridade, empolgar a própria expressão e, assim, ganhar rosto, mas a via encontrada é problemática. O efeito global de seu movimento em conjunto é o giro cada vez mais rápido e banal de um carrossel de sons, imagens e palavras. As pessoas são ali, mas agora aos bilhões, os fantasmas aos quais o rádio e a televisão, em número pequeno, começaram a dar vida há cerca de um século atrás. O resultado deste gigantismo é a desvalorização da experiência vivida, a compulsão hipertélica por novas, e o conformismo ou a acomodação ao prazer assim descoberto com nossos aparatos.

O avanço das redes precisa ser visto, por isso, como expressão sociológica do individualismo democrático tanto quanto forma de reassentamento ontológico a que recorre uma época em que nos tornamos prisioneiros da técnica planetária: se não o fosse, haveria dificuldade em compreender sua presença em cenários ainda muito marcados pelas relações tradicionais, como exemplifica o caso do Islã. O fato de elas provavelmente reduzirem a sensação de isolamento e o crescente distanciamento moral entre as pessoas só pode ser entendido em conexão com um movimento através do qual somos, pouco a pouco, privados de outras artes que poderiam combatê-los e nos entregamos a próteses que reintroduzem a intersubjetividade em termos essencialmente artificiais e solipsísticos.

Destarte, verifica-se sem surpresa porque atualmente a comunicação, a participação, a interação são exaltadas à revelia do seu conteúdo, tornando-nos todos alunos de escola primária, a quem a professora deve exaltar,

qualquer que seja o conteúdo ou propriedade da manifestação, porque a manifestação vale mais do que a substância do enunciado. Entramos em era na qual a participação vale por si mesma, mas será que isso não é porque o ponto a levar em conta seja outro? Embora não tenha noção de onde e por que, cada vez mais gente se orgulha do fato de pura e simplesmente estar sempre ligado e, por aí, ir se exonerando da vida concreta e sua exigência de engajamento objetivo. Que juízo podemos fazer disso?

Argumentamos nestas páginas em favor do entendimento de que as redes emanam do fetichismo da mercadoria e instituem-se via a dinâmica da popularidade. Os aparatos que as viabilizam, no entanto, também estão envoltos por um fetichismo tecnológico e se sujeitam à dinâmica da armação. As comunicações que naquelas têm lugar são, por isso, menos reveladoras do que a concomitante captura do social pelo aparato multimídia ora em curso. As redes portam um aspecto ao mesmo tempo social e tecnológico. O primeiro diz respeito ao que permite a seus supostos sujeitos operarem; o segundo ao que lhes viabiliza. O aparato multimídia que as sustenta esconde, no entanto, um aspecto essencialmente comportamental, assinalando a redução tecnológica da experiência vivida ao seu aspecto puramente sensível, a uma espécie de sensibilidade residual, puramente “zooética”.

Às pessoas parece importar cada vez menos que se extraia o corpo do contato com a vida, agora que a vida se leva cada vez mais em abstrato, visto que, pela internet, o seu espectro conjunto está em toda a parte e de uma forma que cada uma não poderia experimentar concretamente no contato com seu aparelho, seja fazendo amizades, viagens, compras, sexo, etc. O vazio em que cada um vive em conceito está sendo mascarado pela ilusão objetiva de que tudo está ao nosso alcance de nossas mãos – nada se subtrairia à comunicação. Os conflitos e os diferendos ainda estão aí, inclusive neste plano, mas por meio dele eles, contudo, tendem a ser anestesiados, anulados, uma vez que, colocado na palma da mão, zunindo nos ouvidos e cristalizando a visão, o mundo sensível agora rodopia sem parar, conservando a espécie de fascínio que, antes do abate, paralisa o animal sob a mira da arma com sinal de luz.

A ambiguidade do fetichismo tecnológico correlato à armação e, portanto, da experiência vivida mais comum nas redes sociais provém do fato dele, apesar de tudo, ainda ser uma forma de estar junto, uma expressão, talvez nostálgica, da vontade de estar junto e se relacionar que o poderio

tecnológico vai quebrando, aos nos tornar mais moral e materialmente independentes uns dos outros, quando não é o caso de nos prometer um futuro pós-humano.

Dizia Günther Anders, ex-discípulo de Heidegger, que, com a televisão, o consumo de imagens adquirira mais valor que a experiência imediata da realidade (Anders, [1956] 2002, p. 117-241). Cabe pensar se, com os aparatos interagentes da nova mídia, não se vai além. Isto é, não se entra em um estágio muito mais radical da “obsolescência do homem” a respeito da qual o autor filosofava, visto eles substituírem o contato imediato com o semelhante pela absorção fetichista com a engenhoca como fonte privilegiada de gratificação existencial.

Os aparatos viraram motivo de obsessão, e dela não falta quem se orgulhe. As redes sociais que lhes justificam o uso são o engodo folclórico que nutre nosso romance com as máquinas, podem ser questionadas como mais uma via de nosso crescente e, em parte, silencioso aprisionamento na armação.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. *Current of Music*. Londres: Polity, 2008.
- ANDERS, Günther. *L'obsolescence de l'homme*. Paris: Ivrea, [1956] 2002.
- BAUDRILLARD, Jean. Videosfera y sujeto fractal. In *Videoculturas de fin de siglo*. Madri: Cátedra, 1990.
- BIAGINI, Cédric. *L'emprise numérique*. Paris: L'échappée, 2012.
- DEAN, Jody. *Web theory*. Londres: Polity, 2010.
- DURKHEIM, Émile. *Lições de sociologia*. São Paulo: Queroz, [1950] 1983.
- FIDALGO, António. O celular de Heidegger. In *Matrizes* n. 1 (81-98) 2009.
- FOX, Kate. *Evolution, alienation and gossip*. Oxford: Social Issues Research Center, 2001.
- FUCHS, Christian. *Social media: a critical introduction*. Londres: Sage, 2014.
- GESER, Hans. Is the cell phone undermining the social order? In Glotz, P.; Bertschi, S.; Locke, C. (eds). *Thum culture*. New Brunswick: Transaction, 2005.
- HEIDEGGER, Martin. *Contribuições à filosofia*. Rio de Janeiro: Via Verita, 2015.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- JENKINS, H.; Ford, S.; Green, J. *Spreadable media*. Nova York: New York University Press, 2013.
- LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

- LING, Rich. *New tech, new ties*. Cambridge: MIT Press, 2008.
- MATTELART, Armand. *Le profilage des populations*. Paris: La Découverte, 2014
- SIBILIA, Paula. *O show do eu*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- SIEGEL, Lee. *Against the machine*. Nova York: Spiegel & Grau, 2008.
- SODRÉ, Muniz. *A ciência do comum*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- STREETER, Thomas. *The net effect*. Nova York: New York University, 2010.
- TURKLE, Sherry. *Alone together*. Nova York: Basic Books, 2011.
- TURNER, Fred. *From counterculture to cyberculture*. Chicago: The University of Chicago Press, 2006.