

A Sociedade em Rede e o viés Multimídia da Comunicação ¹

Lorena Lucas REGATTIERI²

Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, ES

Resumo

Como as tecnologias influenciaram na relação entre sujeito e mídia? Para compreender as transformações ocorridas nessa relação faz-se necessário compreender o protagonismo dos sujeitos (individuais e coletivos) no plano político, econômico, social e cultural. Nesse sentido, busco entender como as transformações do capitalismo contemporâneo e o trabalho imaterial constituíram um paradigma comunicacional. Assim, compreendo que o progresso no campo da tecnologia e o aparecimento da sociedade em rede, alterou a relação mídia e público. Na sociedade da informação aparece um sujeito autônomo e produtor de sua própria narrativa. Especificamente na convergência multimídia, percebo um campo fértil para investigar os processos de subjetivação dos novos atores diante de um novo cenário inseridos na questão comunicação e poder.

Palavras-chave: multimídia; sociedade em rede; tecnologia; capitalismo pós-industrial; comunicação.

O Paradigma Comunicacional na Sociedade em Rede

O capitalismo contemporâneo, também chamado de capitalismo pós-industrial (LAZZARATO, 2014) coloca novos desafios no campo do trabalho e da produção. Principalmente no campo da comunicação, o trabalho imaterial surge como hegemônico na circulação social da produção. O trabalho imaterial é caracterizado pela força de trabalho como condição rica de capacidade e de criatividade, cujo valor de uso é tranquilamente expresso por meio de um modelo comunicacional. Assim, nesse arcabouço dos estudos de comunicação interessa entender o ciclo do trabalho imaterial como pré-constituído por uma força de trabalho social e autônoma, a mesma força que organiza o próprio trabalho e as relações com as empresas.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação e Territorialidades, UFES, ES. email: lorenaufes@gmail.com.

Nesse sentido, a sociedade pós-fordista tem algumas características, como a transformação integral do trabalho em imaterial e a força de trabalho no que Marx chama de intelectualidade de massa (o *general intellect*). A intelectualidade de massa faz emergir um sujeito social e politicamente hegemônico. Não significa falar no surgimento de intelectuais no sentido *strictu sensu*, Lazzarato e Negri (2001) inserem essa atividade intelectual num exercício de formação ou na comunicação, seja em projetos industriais e técnicas de relações políticas, podem ser muitas as aplicações, de todo modo, esse sujeito intelectual não mais pode ser separado da máquina produtiva.

A reeleitura da intelectualidade de massa, o *general intellect* marxiano, constitui a base de novos horizontes e análises nas ciências sociais e na filosofia. Estas áreas de conhecimento que ao reconhecer uma nova subjetividade e relações de poder do capitalismo atual, trazem para a comunicação novas perspectivas de estudo. Na linha da Escola de Frankfurt, esta passagem de Marx também encontra reverberação. No caso de Habermas, a linguagem, a comunicação intersubjetiva e a ética vão ser consideradas a base ontológica do *general intellect* e dos novos sujeitos. Entretanto, o autor retira a criatividade do processo de subjetivação através da definição dos componentes "transcendentais ético e comunicativos deste mesmo processo". (LAZZARATO, 2001, p.34)

Esse entendimento sobre a reconfiguração da força de trabalho na sociedade pós-fordista faz-se especial na comunicação. A imaterialidade do trabalho está intimamente ligada as revoluções tecnológicas que criaram novas formas de interface para o modelo comunicacional. As tecnologias de informação e comunicação trouxeram novas formas de articulação entre os sujeitos, ao mesmo tempo que desafiam as estruturas. Os elementos subjetivos se aliam a democratização e crescimento do acesso aos dispositivos móveis e a disseminação do uso das redes sociais.

A comunicação como um campo ou disciplina científica tem um paradigma que atravessa sua prática, pensamento, e perspectivas futuras. Entre as novas invenções do homem, no campo das revoluções tecnológicas e da ordem do progresso, se inserem novas pautas e reflexões para o pesquisador da ciência da comunicação. Não apenas percebe-se que as novidades chegam aos meios de comunicação tradicional, como a TV ou o cinema, com novas telas de alta definição e o *streaming*, mas os próprios sujeitos da intelectualidade de massa se autonomizam nessas relações comunicacionais.

Seria esse um paradigma emergente para comunicação enquanto ciência? Ou seja, a potencialização de redes de sujeitos autônomos e novas formas de “organização e de expressão da inteligência comum” (Lazzarato, 2006) e uso das ferramentas e técnicas de comunicação, antes restritas para alguns poucos. Esse movimento deu o tom da produção e difusão contemporânea informacional, inovando os processos de conversação, gerando novos ambientes de relacionamento favoráveis a colaboração entre pessoas.

A própria situação de um paradigma desafia um movimento de abertura para a tecnologia e a inovação na comunicação. Desde a emergência dos *blogs*, das narrativas em tempo real, as integrações em redações multimídia, isso sem falar no já velho enunciado do fim do impresso. Tem sido comum uma sensação de medo relacionada ao imediatismo da reflexão sobre o processo relacional entre objeto – sujeito. Kuhn (1962) já apontava para os cuidados em se fixar tanto na "experiências imediata",

Talvez devêssemos deixar de lado a experiência imediata e, em vez disso, discutir as operações e medições concretas que os cientistas realizam em seus laboratórios. Ou talvez a análise deva distanciar-se ainda mais do imediatamente dado. (Kuhn, 1962, p. 163)

Distanciar-se do imediato aqui, abre os olhos para as possibilidades. É assim que as revoluções tecnológicas que implicam em mudanças e transformam a prática do campo da comunicação podem ser vistas.

O paradigma comunicacional, como aponta Negri (1993), age numa dimensão do trabalho e da produção social. As forças produtivas do saber e da comunicação incidem, quase que exclusivamente, sobre o mundo da comunicação. A relação entre a mídia e público nas democracias ocidentais é mediada por grandes oligopólios de empresas de comunicação. Nesses processos de mediação, se elimina da linguagem sua dimensão ética-política, poética e crítica, a esvaziando de subjetividade.

A sociedade da informação (CASTELLS, 1999) age lado a lado de uma economia da informação. O avanço e o desenvolvimento de rotinas computacionais são a base técnica desse informacionalismo. Diariamente, via as redes sociais e as trocas de serviços na rede, circulam *bits*, *terabytes* e protocolos. O espaço da virtualidade é ambiente favorável aos

serviços e uma economia da troca. A rede funciona no informacionalismo de forma distribuída, descentralizada e anonimizada. As empresas de comunicação num movimento de retroalimentação tentam se adaptar o tempo todo a essa sociedade da informação, criam alternativas dentro do modelo econômico de alcance máximo do lucro.

A sociedade em rede de Castells (1999), portanto, tem nas infovias e na circulação de informação seus parâmetros de categorização. É com a queda do mundo soviético e o aparecimento das vias e tratados informacionais entre as nações, que a sociedade em rede tem um grande impulso. A reestruturação produtiva que passa pelo trabalho imaterial e de formas de controle instauram novos desafios para o campo da comunicação. O neoliberalismo é o modelo de desenvolvimento escolhido pelos liberais da regulação das liberdades. É basicamente assim que funcionam as grandes corporações tecnológicas como Google e Facebook, se servem dos nossos dados digitais, que nada mais são do que nossas sensibilidades e expressões expostas, realizam dessa forma uma gestão da vida no terreno do ciberespaço.

O ciberespaço é uma arquitetura composta de redes digitais, lugar de encontros, de disputa política, de cooperação, local de transações financeiras, da simulação em jogos virtuais, enfim, um campo vasto e aberto para se relacionar com outros indivíduos ou máquinas. A internet favorece as associações entre sujeitos distribuídos pela rede, a partilha e formação de comunidade, todos podem contribuir com alguma informação. É comum hoje, uma notícia circular pelo *whatsapp* e logo mais ser a pauta do jornal televisivo. Isso se deve ao alto grau de circulação das informações, podem ter uma certa legitimidade sem antes ter uma verificação jornalística. Nas mobilizações nas redes sociais a constituição de um senso coletivo aparece de forma muito evidente, a comunicação via compartilhamento promove a solidariedade e a coletividade, surge uma “inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em mobilização efetiva das competências” (Levy, 1998, p.28).

A questão do poder é vital na comunicação (CASTELLS, 1999). Na tensão que marca essa era pós-mídia, os sujeitos investem cada vez mais em conexões. O diálogo permanente na sociedade, visto que os cidadãos passam boa parte do tempo conectados à internet, faz aparecer uma narrativa da vida coletiva. “Redes (e o conjunto de interesses e valores que representam) competem ou cooperam uns com os outros. A cooperação baseia-

se na sua capacidade de comunicar-se”. Nessa disputa no campo da comunicação, as relações entre as forças são assimétricas, pois as grandes empresas dominam a narração por conta de sua capacidade de alcance, mas a cooperação e o fortalecimento dos sujeitos em rede pode produzir um outro cenário.

As redes sociais são "redes de agenciamento coletivo e maquínico de subjetivação" (Malini & Antoun, 2013, p. 214). Os papéis de emissor e receptor são abandonados, os sujeitos são autômatos e produtores de conteúdo. O editor ou o curador da *homepage*, deu espaço ao receptor que atua em uma narrativa colaborativa. De algum modo, como aponta Sodré (2009), o fato narrativo talvez precise passar por uma experiência em primeira mão, para depois ganham novos liames coletivos. É o caso de uma certa carga emotiva que destaca-se nos espaços virtuais, como os grupos do *Facebook*. Um exemplo latente é o popular Utilidade Capixaba³, que dá conta de uma comunidade de narradores do cotidiano. Essa inteligência coletiva aparece nesses grupos com frequência, pois os indivíduos não mais dependem de jornais para publicar, os próprios sujeitos são os mídia.

O paradigma comunicacional ganha novos elementos com as condições que emergem para a constituição da comunicação um-um, um-muitos e muitos-muitos (Levy, 1996). A instrumentalização via internet e redes dá novos rumos aos sentidos das relações interpessoais, viabiliza o fortalecimento da sociabilidade em rede e a formação de comunidades. Desde a polarização política, com o aparecimento de grupos em defesa de um ou outro viés político, mas também plataformas de notícias do bairro, do grupo de jovens, de coletivos artísticos. A grande forças das redes sociais reside justamente nessa potência de agrupamento coletivo, produção de conteúdo próprio e espalhamento das informações, segundo Clay Shirik (2011): “A mesma ideia, publicada em dezenas ou centenas de lugares, pode ter um efeito amplificador que pesa mais do que o veredicto de um pequeno conjunto de mídias profissionais”. (p.67)

Tecnologia e Cultura: O viés multimídia da comunicação

Rockwell & Mactavish (2004) vão analisar os aspectos tecnológicos dos meios multimídia como uma forma de comunicação. Os autores tratam multimídia de um ponto de

³ Acesso ao grupo pelo link: <https://www.facebook.com/groups/utilidadecapixabaesup/>

vista que vai abraçar outros meios de comunicação que levam a uma escala aberta de possibilidades. A definição baseada no computador é bastante óbvia, para os autores, o trabalho multimídia é um trabalho digital, mesmo dentro de suas partes que têm características analógicas. Isto também não significa que um trabalho criado em um computador, mas legível através de um dispositivo analógico não pode ser considerado como um caminho de comunicação multimídia. Para os autores, no entanto, o multimídia não é o analógico.

Balsamo (2013) na introdução de seu livro, indica que mais do que criar e construir, o jornalista da era da informação está processando através do tempo novos modos de representação com as culturas técnicas e inovações tecnológicas. O analógico está cada vez mais fora de cogitação e os comunicólogos que também atuam como "fazedores" são capazes de experimentar novas representações para o que antes aparecia de forma estática impresso ou na tela. Por enquanto, com as constantes transformações tecnológicas, a relação entre o ator e o 'engenhoca' (como a internet das coisas, por exemplo) é um campo totalmente novo para as ciências da comunicação se envolverem.

Multimídia (JENKINS, 2009) também significa múltiplas mídias que vêm junto. Este é traz um potencial infinito ao trabalho multimídia considerar inovações como agenciamentos sócio-técnico-culturais híbridas. Da mídia síncrona (áudio e vídeo) para a mídia assíncrona (texto e imagens estáticas), há um aspecto de integração em multimídia, o que para uma arte de multimídia vai depender de como o indivíduo integra seu trabalho. Com a matéria interativa, a convergência multimídia na comunicação traz a multiplicidade num todo. Ele dá uma integridade artística de obras multimídia, não atoa vemos cada vez mais como o jornalismo usa desses princípios para contar histórias cada vez mais instigantes. Isto significa que cada pessoa, usuário, ou ator tem uma abordagem única e singular, dependendo da criação, da ideia e como a mídia vai receber o formato proposto.

As ciências da comunicação vem se fixando como um campo de imaginação prático, talvez, até mesmo a mágico. Ir para o impossível e equilibrar as possibilidades com os limites não-existentes para inovação tecnológica é um desafio sobre a mesa para o comunicador. O LABIC (Laboratório de Estudos em Imagem e Cibercultura)⁴ é um

⁴ Projetos e mais informações sobre a estrutura multidisciplinar do laboratório disponível no site labic.net

exemplo de como essas fronteiras entre a tecnologia e a narração, torna-se cada vez mais tênue. Os trabalhos são coletivos, em equipes interdisciplinares, em regime de experimentação. A forma de fazer não é necessariamente o carro-chefe do projeto, o processo composto por uma teia de pequenas habilidades, é capaz de produzir um novo formato comunicacional.

McLuhan (1967) supõe uma relação simbiótica entre o meio e a mensagem - em suas próprias palavras, "o meio é a mensagem", questiona a importância do conteúdo. Para ele, é o meio que afetará principalmente a massa. Não importa qual o meio, se é a televisão, o rádio ou o impresso, porque de acordo com ele, é o ambiente que tem o resultado como um todo. Ele vai além com a idéia de aldeia global, já em 1960, o autor reconhece como os dispositivos eletrônicos vão transformar o mundo em pequenas aldeias. Ele também apontou como a sociedade viveria uma tensão do público contra privado e a busca de contemplação.

No campo do cinema, a obra cinematográfica integrado como uma forma de multimídia pode ser uma obra de arte? Este é o debate trazido pelas leituras de Adorno e Horkheimer (1944), assim, o ensaio crítico vai fundo na indústria da cultura. Os autores são claros ao ponto de dizer que não há nenhuma necessidade dos filmes e do rádio fingirem ser arte. Para tornar mais simples, de acordo com eles, basta chamá-lo negócio. Benjamin (1936), talvez o mais otimista dos frankfurtianos, também aponta que os componentes físicos das artes, não se pode pensar sem o efeito direto do conhecimento e poder.

Adorno e Horkheimer (1944), apontam o poder e a tecnologia como decisivos componentes da equação cultural. Para eles, é um círculo sem fim em que aqueles que na economia são os mais poderosos, são os únicos com poder suficiente para controlar a tecnologia. Mesmo em ensaios escritos entre as décadas de 1930 e 1940, soa contemporâneo o suficiente para co-relacionar este debate para as preocupações do campo da comunicação sobre as possibilidades e a ética em relação ao acesso tecnológico.

Mesmo que Adorno e Horkheimer (1944) apontem repetidamente que o capitalismo tem o controle do corpo e da alma, na qual as massas lideradas pela busca de sucesso insistem na mesma ideologia que os escravos, eles não consideram que a cultura vai ser o resultado sócio-cultural de transformações técnicas que certamente criariam um contexto

para a resistência. Artistas, matemáticos, físicos, filósofos, cineastas, músicos e comunicólogos vão lutar para resistir a esse viés dominador. Eles criam conceitos e como isso poderia ser chamado de resistência? Para os cineastas, por exemplo, poderia ser a criação de novas formas de fazer cinema, formas essas alternativas, e não estar sujeito aos estúdios, como para alguém na área da comunicação usar a mídia como meio de transformação social.

Com exceção de Benjamin, a Escola de Frankfurt mantém um ceticismo em relação à tecnologia dos meios de comunicação. A Escola de Frankfurt rejeita a cultura de massa, o que nos remete, ao contrário, em apreender as críticas dos frankfurtianos e situar uma crítica em relações aos produtos. É uma questão de postura do pesquisador e do comunicador, de que maneira compreender o paradigma e retomar uma pedagogia crítica da mídia. Nesse sentido, Kellner (2001), sugere uma avaliação das qualidades estéticas das produções da mídia e utiliza-las como instrumentos de expressão e criação. Essa pedagogia crítica da mídia, nada mais é do que uma abordagem crítica das representações e dos discursos da mídia, ao mesmo tempo que damos conta de fazer uma reapropriação das técnicas e tecnologias. Percebemos um campo fértil para uma assimilação de um campo de estudo para a comunicação, atento as atualizações, mas ao mesmo tempo crítico aquilo que aparece.

Manovich (2008) aborda o conceito de colaboração on-line e fala sobre como os usuários reagem ao meio e como numa experiência de rede, eles respondem uns aos outros com comentários, tanto quanto eles respondem com vídeos. Isso é atual, basta uma rápida conversa com os adolescentes que promovem jogos eletrônicos no *YouTube* ou dispõe de seu tempo para criar conteúdo para a página e zines eletrônicos japoneses. A partir de um vídeo para outro, múltiplos atores reagem ao conteúdo aos usuários gerar ambiente, sendo afetados diretamente em sua subjetividade. Como na sociedade da informação, é uma constante a re-apropriação da estética e do significado dos produtos, o remix se constitui como um fragmentos de muitos, é realizado desta forma a sua "transformação" de um novo conjunto do produto midiático.

Em "Arte e Multidão" (2011), Negri fala sobre trabalho coletivo em uma de suas cartas, a partir da percepção de que a arte é um dos produtos do trabalho coletivo, enquanto ele continua, afirmando que toda a discussão está substancialmente nesta matéria. De certa

forma, é compreender que a ruptura entre o individualista e o culto da "originalidade" não é abandonar a arte, mas na verdade, redescobrir as forças da realidade humana. Em suas próprias palavras,

uma realidade construída, reconstruída, remodelada por colectiva de trabalho, uma dimensão fictícia, abstrato, uma determinação geral que invadiu tudo, corpo e alma, vida e morte, e que, acima de tudo, tem suplantado a própria natureza, através de acumulações sucessivas de trabalho abstrato. (Negri, 2011, p.34)

Nesta realidade, os usuários vão desde a virtualidade de um comentário no vídeo de alguém sobre um tópico para engajar-se em conversas off-line em eventos organizados. Foi assim com os protestos de Junho de 2013 e também com os de Março de 2015. Quando da fala da presidenta na TV em rede nacional, o mesmo processo aconteceu. A produção de conteúdos supera a materialidade, das visitas ao YouTube para a expansão de novas relações, fazendo uma nova sociabilidade entre os usuários. A mídia social tornou-se uma extensão do corpo social, o general intellect marxiano interpretado na era da informação (pós-1990) aponta para as interações entre trabalho e linguagem (como texto, vídeo, performance, como nos modos de expressão humana), há uma recombinação não final de fragmentos de incontáveis produtores, criando, e desconstruindo sinais e informações de unidades de diferentes tipos.

O vídeo documentário "A vida em um dia" (2011)⁵ é um exemplo perfeito para esse processo de destruição de códigos e a reconstrução de uma nova linguagem. Como um trabalho colaborativo, é o trabalho de centenas de pessoas que tinham colocado o seu tempo e percepções cognitivas de como eles gostariam de ver suas vidas sendo em um filme. Dirigido por Kevin Macdonald, "A vida em um dia" coloca também uma questão que não está na premissa do vídeo, mas pode ser uma oportunidade para debater sobre como as pessoas estão dispostas a dar a sua energia e suas expressões para que outros possam se reapropriar. O tecnológico dispõe de novos instrumentos materiais, mas também de novos códigos simbólicos. O celular talvez fosse a máxima da doação do momento privado e de reflexão sobre a vida.

De muitas maneiras, a democratização dos dispositivos eletrônicos foi um trunfo na produção cultural de massa. Um telefone com uma câmera é um objeto de concessão. O ato

⁵ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=bT_UmBHMYzg

de copiar, colar e editar, é uma reconstrução. A colaboração não é apenas no contexto em que são feitos os vídeos, eles também estão na trilha interminável de comentários que os usuários deixam nesses canais das redes sociais. No Brasil, especialmente no ano das manifestações de rua em 2013, as pessoas criaram novas táticas para fugir das estratégias bem conhecidas pela polícia, mídia e governo. YouTube, TwitCasting, e Qik tornaram-se uma mais-valia, era para uso como um conteúdo de notícias ou para mostrar performances artísticas gravadas durante esses eventos.

Manovich (2008) menciona que o verdadeiro desafio talvez na dinâmica da Web 2.0, são as inovações que são quase impossíveis de manter o controle sobre, e sua imprevisibilidade. Do ponto de vista das forças da invenção, o poder inesperado, novas criações, e códigos, faz da multidão (Negri & Hardt, 2005) - essa idéia, oposta à idéia de massa, heterogênea, plural, um "monstro" em múltiplas direções - a multidão partilha dos bens comuns de novas linguagens e sentidos, respeitando a singularidade dos atores sociais. Entretanto, os grandes meios de comunicação e sua tradicional narrativa não dão conta de narrar em coerência com as liberdades da internet, quando tentam velhos enquadramentos.

Conclusão

Nos estudos do campo da comunicação, o paradigma comunicacional tem nos avanços tecnológicos o desafio de apreender com a experiência. As questões relativas ao poder, inserem os elementos incipientes a democratização da comunicação. Foram as frias abordagens da grande mídia que colocaram ela própria em constante conflito com os sujeitos narradores. O atrito que se percebe entre mídia e público, massivamente desde os protestos de 2013, deixam em aberto que postura a comunicação vai tomar. Não adianta aos conglomerados comunicacionais ganhar a graça da audiência por tentar realizar a narração em meios aos manifestantes, as questões de pontos de vista já estão colocadas, o desafio maior talvez esteja nesses enunciados simbólicos, não tanto no uso tecnológico das ferramentas.

Segundo Kellner (2001), o desafio contemporâneo está em debater como a mídia e a cultura podem ser tomadas como instrumentos de transformação social. O computador e a mídia, as relações que derivam e convergem desses elementos técnicos, como a multimídia, precisam ser explorados e mapeados por pesquisadores e profissionais da comunicação. A

todo instante, surgem novos terrenos de luta e intervenção cultural, estética e política. Como campo da ciência, a comunicação tem de estar atenta a nova atmosfera interdisciplinar. As narrativas multimídia aparecem com uma potência criativa fruto dessa inteligência coletiva e criadora de novas possibilidades.

As tecnologias tiveram um impacto, tanto na relação entre o sujeito e mídia, quanto na maneira como a comunicação dispõe desse novo artefato. Para Lievrouw (2012), o futuro da agenda de pesquisas para estudos em comunicação que envolvem novas mídias pode ser enquadrada da seguinte maneira: aspectos de infra-estrutura dos novos meios de comunicação, as práticas em que as pessoas se envolvem para interagir e compartilhar informações e significado; as ferramentas, dispositivos, e artefatos que as pessoas criam e usam a fim de fazer essa interação; e os arranjos sociais ou formas institucionais que se desenvolvem fora e em torno destas práticas e ferramentas. Prestar atenção nesse esquema ao tom do paradigma comunicacional, como uma abertura para novas experimentações nos grupos de pesquisa no Brasil pode viabilizar uma nova forma de produção acadêmica e comunicacional.

Em relação a comunicação como um direito humano, o Brasil tem um problema urgente a ser debatido. A democratização dos meios de comunicação tece sobre a mídia e a política cultural do país. A proliferação da cultura e das tecnologias de mídia merece toda atenção do setor, junto com o engavetado plano de rediscussão das concessões de TV e rádio. A necessidade de intervenção do público nos debates sobre cultura e tecnologia, recentemente, acarretou na aprovação do Marco Civil da internet. Uma das leis mais avançadas do mundo que versa sobre a web, em seus pontos mais importantes regula a neutralidade da rede e protege os usuários de terem seus dados utilizados indevidamente. O futuro do debate comunicacional e cultural no país depende das vias de acesso à informação e de acesso ao entretenimento em um novo modelo democrático e plural.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception". *Marxists Internet Archive*. N.p. N.d. Web.

BALSAMO, Anne, ed. *Designing Culture: The Technological Imagination at Work*.

Durham, NC: Duke University Press, 2011. *University of Alberta Library*. Web. 13 Sep 2013.

BENJAMIN, Walter. "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction". *Marxists Internet Archive*. UCLA School of Theater, Film and Television. N.d. Web.

CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. Nova Iorque: Oxford University Press, 2009.
_____. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, Douglas. *A cultura da Mídia - Estudos Culturais: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Trad. Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KUHN, Thomas. S. *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.

LAZZARATO, Maurizio. *Signos, Máquinas, Subjetividades*. São Paulo: N-1, 2014.
_____. *As Revoluções do Capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LEVY, Pierre. *A Inteligência Coletiva: Por uma antropologia do do ciberespaço*. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

LIEVROUW, Leah. **The Next Decade in Internet Time**. In: *Information, Communication & Society*, 15:5, 616-638. 2012.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *A internet e a Rua: Ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MANOVICH, Lev. **Avant-Garde as Software**. *Media Revolutions*, ed. Stephen Kovats (Frankfurt and New York: Campus Verlag, 1999). [<http://manovich.net/articles.html>]

McLUHAN, Marshall, Quentin Fiore, and Jerome Agel. *The Medium Is the Massage*. New York: Bantam Books, 1967. Print.

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. *Multidão*. São Paulo: Record, 2005.

_____. **Infinitude da Comunicação, finitude do desejo**. in Parente, André (org.) *Imagem-Máquina: A Era das Tecnologias do Virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

_____. *Art and Multitude*. (Ed Emery, Trans.). Cambridge, UK: Polity Press, 2011. Print.

ROCKWELL, Geoffrey; Andrew Mactavish. **Preprint of a chapter on “Multimedia” for the Companion to Humanities Computing**. Eds. Ray Siemens, Susan Schriebman, and John Unsworth. London: Blackwell Press, to be published in 2004-5.

SHIRKY, Clay. *A Cultura da Participação*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SODRÉ, Muniz. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2009, 288pp.