

*Snapchat: o imediatismo imagético e os laços afetivos*¹

Cauê de Souza REBOUÇAS²
José Eugenio de O. MENEZES³
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

Resumo

O trabalho apresenta os mecanismos do sistema de envio de fotos do *Snapchat* e a forma como esse sistema interfere na interação de seus usuários. Problematiza o pretenso imediatismo do aplicativo, assim como seu papel comunicativo e vinculativo. Ainda aponta algumas consequências da hipertrofia visual e um pretenso ápice da reprodutibilidade técnica imagética, como também a sua relação com o aplicativo abordado, à luz de uma pesquisa bibliográfica a partir de autores como Flusser, Cyrulnik, Wolton, Romano, Baitello e Menezes

Palavras-chave: *Snapchat*; vínculos; tempo; imagem, *smartphones*.

O Snapchat

Snapchat é um aplicativo que foi criado em 2011 por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, na época estudantes da Universidade de Stanford, Estados Unidos. Em sua primeira versão, era possível apenas enviar imagens ou vídeos, de 1 a 10 segundos de duração, sendo que o aplicativo foi ganhando atualizações que permitem o envio de mensagens (que também somem) e ligações. Em menos de quatro anos se tornou a terceira *startup* mais valiosa do mundo, avaliada em US\$ 19 bilhões em 2015⁴.

Atualmente possui mais de 150 milhões de usuários diários – de acordo com um levantamento da Bloomberg⁵, sendo terceira rede social em número de usuários ativos, ultrapassando o *Twitter* e perdendo apenas para *Facebook* e *Instagram*, nesta ordem. Dentre a faixa etária de 18 a 24 anos, dos que utilizam smartphones, cerca de 50% utilizam o aplicativo; entre 25 e 34 anos a penetração é de 20%, enquanto menos de 10% dos adultos com mais de 35 anos o utilizam (Comscore, 2014)⁶.

¹ Trabalho apresentado na divisão temática Multimídia, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 3º ano do curso de Jornalismo. Desenvolveu pesquisa de Iniciação Científica no CIP - Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero (2015) e integra o grupo de pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir. E-mail: caue.reboucas@gmail.com

³ Orientador da pesquisa. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. E-mail: menezes.eugenio@gmail.com

⁴ Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/bloomberg/tecnologia/noticia/3874229/snapchat-vai-virar-start-mais-valiosa-mundo-bilhoes>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

⁵ Disponível em: <<http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-06-02/snapchat-passes-twitter-in-daily-usage>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

⁶ Disponível em: <<http://www.comscore.com/Insights/Blog/Does-Snapchats-Strength-Among-Millennials-Predict-Eventual-Mainstream-Success>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

No Brasil seu alcance também é grande, pois 31% dos brasileiros (TIC GOVERNO ELETRÔNICO, 2013), aproximadamente mais de 52,5 milhões, utilizam internet pelos aparelhos móveis. Apenas na Google Play Brasil há mais de um milhão de comentários e avaliações a respeito do *app* (aplicativo) *Snapchat*.

Nosso trabalho focará na questão imagética do *Snapchat*. Investigamos se a quantidade massiva de imagens, sua velocidade e efemeridade, relacionam-se com os vínculos afetivos. Discutiremos alguns dos possíveis efeitos que afligem o homem, ao ele se tornar predominantemente visual e se aplicativo corroborará com estes fenômenos. Abordaremos ainda a questão da iconofagia estudada por Norval Baitello Junior.

Ressaltamos que, após suas atualizações⁷, através do *Snapchat* é possível enviar mensagens de texto (que somem após serem lidas), acompanhar pequenos trechos de eventos e notícias de veículos jornalísticos ou de entretenimento, como a MTV, assim como realizar ligações. No entanto, não abordaremos esses recursos, pois entendemos, neste texto, que as imagens são o norte e escopo do aplicativo, um recurso que pode ser considerado seu diferencial perante aos diversos softwares interativos disponíveis.

Os funcionários do Snapchat: muito aquém da Caixa Preta

⁷ O Snapchat fez uma atualização importante no dia 6 de julho de 2016. Ela permite, pela primeira vez, que os usuários salvem as fotos que estejam no “Minha História” para os hardwares dos smartphones. Ainda não é possível salvar as fotos recebidas e a dinâmica de envio e recebimento rápido pouco se altera. É possível que esta decisão atraia a faixa etária dos adultos mais velhos que, até o momento, pouco utilizam o aplicativo pelo fato que preferem salvar as fotos, como fazem quando utilizam o Facebook. Disponível em <<http://startse.infomoney.com.br/portal/2016/07/06/20603/nova-atualizacao-do-snapchat-traz-polemica-ha-quem-diga-que-destruiu-aplicativo/>>. Acesso em 12 de jul. 2016.

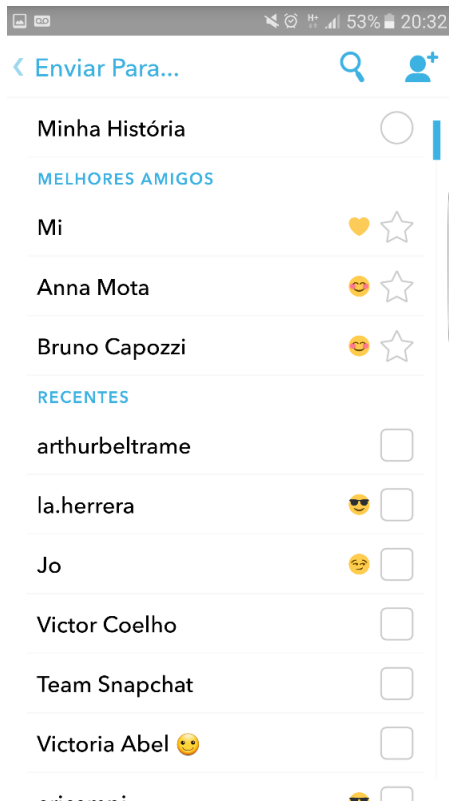


Explicaremos o funcionamento técnico do envio e edição de imagens que existem dentro do aplicativo para, a partir disso, aprofundarmos na relação humana dos protagonistas que o utilizam. Dado isso, na imagem acima é possível observar a tela à qual o usuário do *Snapchat* é remetido após tirar uma foto dentro do aplicativo. Também existem as telas referentes às mensagens de texto e outras para transmissões midiáticas que, por não serem objeto do estudo, não serão abordadas. Explicaremos ainda, mesmo que sucintamente, as oito opções existentes: quatro no canto superior da tela e quatro no canto inferior.

Começando pelo topo, da esquerda para direita, o primeiro ícone, semelhante à letra “X”, serve para descartar a imagem; a seguinte incluirá algum *emoji* (caracteres que emulam rostos humanos expressando diversos sentimentos, além de alguns animais, flores e objetos cotidianos); a terceira permite incluir mensagem de texto na imagem e a última permite realizar desenhos simples, função semelhante ao software *Paint* do sistema operacional de computadores Windows.

Na parte de baixo, também na ordem da esquerda para a direita, existe um ícone semelhante a um cronômetro que indica o período de tempo durante o qual o destinatário poderá ver a imagem (na foto usada como exemplo, há um 10, denotando que depois de 10 segundos a imagem será apagada do sistema e sumirá do celular que a recebeu); a opção

seguinte permite que quem registrou a foto possa salvá-la no hardware do *smartphone*; a próxima é a opção “Minha História” que permite que os amigos do usuário visualizem sua foto por vezes ilimitadas no período de 24 horas, após isso ela é descartada; e a última é o botão de enviar, que ao ser clicado leva o usuário para seguinte tela:



Na imagem acima é possível notar que o usuário deve selecionar para quais amigos enviará a foto, podendo novamente escolher a opção “Minha História”. É interessante notar que o aplicativo coloca um *emoji* diferente ao lado do seu amigo, a fim de mostrar com quais amigos você interage mais e de que forma. Como, por exemplo, a pessoa marcada com um coração é aquela com quem mais você troca fotos e mensagens; os que não possuem nenhum *emoji* são aqueles com os quais você interage quase nada ou muito pouco.

O recurso de *selfie*, tirar uma foto da câmera frontal do *smartphone*, possui uma ferramenta, inserida na metade de 2015. Os usuários podem, a partir de um reconhecimento facial, incluir em seu rosto alguns efeitos, como ficar com a aparência de um viking, fada, aumentar o tamanho das bochechas, entre outros. Uma forma de permitir que os usuários se transformem em espécies de *cartoons*.



Na foto da esquerda, a artista Demi Lovato usa o recurso pincel para desenhar sua assinatura; na direita, o futebolista Neymar incluiu um efeito de selfie e texto; abaixo Padre Fábio de Melo utiliza diversos recursos de selfie disponíveis no aplicativo.

A velocidade com que as imagens circulam, assim como seus variados e limitados recursos de modificações, tenta emular sentidos das interações presenciais, até produzir efeito de humor e improviso com a *cartunização* dos *selfies*, na tentativa de criar uma sensação de proximidade através do nulodimensional – linguagem binária, nível maior de abstração humana (FLUSSER, 2008). Ao abordar, por exemplo, a forma como a comunicação de distância gera a ilusão de proximidade, Norval Baitello Junior, em seu livro *A Era da Iconofagia*, problematiza a era do “nascente” como direção de vida ou “era da orientação” e sua versão atual, a globalização.

Assim, ser visto, aparentar, enfim, ser uma imagem passagem a ser o grande imperativo da era da orientação em seu apogeu. A coerção para transformar pessoas complexas, corpos vivos em imagens, torna-se cada dia mais forte, irresistível mesmo, como uma forma estratégica de conquista. Transformados em imagens, os corpos devem integrar uma nova lógica de produção, passam a

participar sem resistência dessa nova ordem social. O nascente como direção de vida levou-nos, portanto, a nos transformar em imagens de nós mesmos, imagens de corpos, imagens de profissionais, imagens de pais, imagens de humanos. Não importa ser, importa parecer (BAITELLO, 2014, p. 29)

No entanto, a aparência e o efêmero não bastam para que vínculos intensos sejam nutridos. Considerando que “a conversa [presencial] constitui certamente o mais humano de todos nossos atos”, ou ainda que é “na conversa que nossos psiquismos se encontram e tecem afetividade” (CYRULNIK, 2007, p.143), o ser humano, que está manejando o dispositivo, necessita encontrar outrem para satisfazer esse desejo. Um corpo pede outro corpo (BAITELLO, 2012, p. 106).

Por outro lado, Vilém Flusser, em seu livro *Filosofia da Caixa Preta*, enfatiza que a fotografia, ao permitir um modelo de excessiva reprodutibilidade técnica, transformou o homem em um funcionário do aparelho, limitado a operar o programado, distante de um controle da interioridade: o usuário pode se caracterizar de diversas formas – desde que seja uma daquelas que os programadores do *Snapchat* arquitetaram previamente. Vale a pena citarmos o autor:

Domina o aparelho, sem, no entanto, saber o que se passa no interior da caixa. Pelo domínio do input e do output, o fotógrafo domina o aparelho, mas pela ignorância dos processos no interior da caixa, é por ele dominado. Tal amálgama de dominações – funcionário dominando aparelho que o domina – caracteriza todo funcionamento de aparelhos. Em outras palavras: funcionários dominam jogos para os quais não podem ser totalmente competentes (FLUSSER, p. 15-16, 1985).

Fazendo um paralelo com o texto citado, o *Snapchat* possui uma rede sistemática ainda mais complexa. Isso porque, é um software dentro de outro software (sistema operacional do celular), dentro do hardware do aparelho (que também fora programado), entre os quais o usuário final possui um controle escasso, quase nulo. Utilizar este complexo para mediar a comunicação ocasiona um fenômeno que já foi denominado como “solidões interativas” (WOLTON, 2010). Neste contexto os protagonistas interagem, de forma tão superficial sensitivamente, que correm o risco de transformarem esse fluxo informacional em angústia, melancolia e solidão. É possível problematizarmos, a partir da perspectiva de Wolton, que os protagonistas apenas interagem tecnicamente cultivando a ilusão de que estão comunicando.

A promessa da instantaneidade

A premissa da comunicação são os vínculos afetivos, o amor ao próximo e a si (WOLTON, 2010). Portanto, mesmo nas mídias terciárias, como os *smartphones*, que

transmitem sua informação através de ondas eletromagnéticas (PROSS, 1972), a pulsão afetiva sai de um corpo para tentar alcançar outro corpo e permitir a finalidade máxima da comunicação: nutrir e manter os vínculos.

Se a comunicação é baseada na premissa de haver uma incomunicação para ocasionar uma convivência (WOLTON, 2010), o objeto de estudo referido nem sempre permite que isso aconteça. Quando um protagonista limita o tempo de exposição de suas imagens ou palavras, a importância do estranhamento por parte de outrem é minimizada. Rapidamente alguma mensagem que desagrade o destinatário desaparece – o confronto não é instigado. Estranhamento, pois, um dos pilares não apenas da comunicação, mas para os laços afetivos, pois o diferente faz parte da constituição do eu: “Um universo sem encontro, um universo privado de outros, me deixaria só, comigo mesmo para todo encontro” (CYRULNIK, 2007).

Acreditar que o progresso tecnológico acompanha o progresso comunicativo (WOLTON, 2010) é não entender os complexos processos nos quais todos os sentidos humanos são envolvidos, muito além da visão. Todos os sentidos são importantes nas relações em que se constroem os vínculos, o homem vive explorando os sentidos que permitem o cultivo dos laços com os outros (CYRULNIK, 2007).

A comunicação humana não é apenas um processo de troca de informações, mas um espaço de compartilhamento de sentimentos complexos e necessidades imprecisas. Parece-nos muito pouco pensar esse fenômeno como atividade mecânica de emissão - recepção - emissão, ainda que seja necessário entender que esse processo, funcional como uma engrenagem, é o motor do evento comunicativo. E vai permanecer, em essência, como tal até ser perturbado pelas sofisticadas tecnologias da comunicação do mundo atual (IASBECK, 2002).

O aplicativo insiste no sentido da visão como atrativo para os jovens que, por outro lado, são estimulados massivamente pela publicidade e propaganda a cultuarem a visão e a aparência (BAITELLO, 2012). O aplicativo, ao investir na sensação de “privacidade” e “tempo real” nutre uma sensação de proximidade no distante. Aquela porque as imagens, vídeos e textos desaparecem após alguns segundos, não sendo armazenadas em hardware ou nuvem; esta enquanto a velocidade e o fluxo imagético criam uma narrativa diária, possibilitando ao expectador uma midiaticização da vida. Esse contexto lembra um dos questionamentos de Baitello: “Como o olhar é o sentido de alerta e de distância, o mundo desenvolvido com o olhar e para o olhar somente pode ser um mundo agonístico, que deve ser mantido a distância” (BAITELLO, 2014, p.28).

Sustentados na efemeridade, instantaneidade e colóquios rápidos, os usuários enviam e recebem fragmentos recortados de suas vidas. Pedacos de si que somem, são apagados.

O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. Tal inversão da função das imagens é idolatria. Para o idólatra – o homem que vive magicamente –, a realidade reflete imagens. Podemos observar, hoje, de que forma se processa a magicização da vida: as imagens técnicas, atualmente onipresentes, ilustram a inversão da função imaginística e remagicizam a vida (FLUSSER, 1985, p. 7-8).

Ao contrário do *Facebook* e do *Instagram* que podem ser consideradas grandes bibliotecas disponíveis nas nuvens, cujos milhões de fotos e vídeos são carregadas diariamente e de maneira massiva – um cemitério de arquivos, o *Snapchat* é uma espécie de crematório, que descarta códigos incessantemente, em que o homem vive em função de imagens efêmeras, que somem tão rapidamente quanto chegam. Uma realidade que perdeu o significado primitivo da imagem, que não permite mais a transubstanciação, pois “a imaginação é a capacidade de codificar fenômenos de quatro dimensões em símbolos planos e decodificar as mensagens assim codificadas. Imaginação é a capacidade de fazer e decifrar imagens” (FLUSSER, 1985, p. 7).

Snapchat, entre os paradoxos e a iconofagia

O *Snapchat* apresenta um grande paradoxo: ele convida os usuários, como um grande norte, a interagirem enviando imagens. No entanto, quanto mais estes as mandam, provavelmente menos estarão se comunicando, especialmente se consideramos, como Wolton, que a velocidade é marca de informação e não de comunicação. “Não há, portanto, comunicação sem um mínimo de tempo, respeito e confiança mútua” (WOLTON, 2010, p. 20). A imagem ao mesmo tempo relembra a presença e recorda a ausência (BAITELLO, 2012), ambivalência explorada ao limite pelo *app*, pois o desaparecimento imagético quase simultâneo não permite o tempo necessário para os sentidos profundos.

Estas imagens que duram até 10 segundos e se sucedem, também alimentam a hipertrofia da visão do homem (BAITELLO, 2012), que na contemporaneidade, é o sentido privilegiado em detrimento dos outros. Essa sobreposição, para Baitello, ocasiona dois fenômenos correlacionados e que, também podem ser relacionados ao aplicativo: a tela-dependência e a teledependência.

A tela-dependência é uma necessidade de estar ligado às telas e a todos os pixels nelas exibidos; “é o desejo por telas, um desejo por imagens e por superfícies que exibem imagens” (BAITELLO JR, 2012, p.89), que em casos extremos podem causar insônias e dependência emocional em relação aos aparelhos. Por outro lado, a teledependência é estar dependente à distância, ao que está exibido na imagem, aos códigos binários dispostos em um dispositivo. Causando uma ilusão de proximidade, com o não presente.

É a manifestação mais extremada da nova forma de nomadismo sem o corpo, viajar nas janelas sintéticas, navegar, surfar sem limites, na imagem e com a imagem. É uma dependência da busca, a tentativa de preenchimento de um presente e de uma proximidade esvaziados, sem corpo (BAITELLO, p. 90, 2012).

Ao viajar entre o recurso “histórias” dos amigos do *Snapchat*, ao visualizar e enviar fragmentos de si, a reprodutibilidade técnica chega a um ápice, em que as imagens passam a se esvaír por elas próprias. A reprodutibilidade esvazia o potencial revelador e esclarecedor que existem nas imagens (BAITELLO, 2014). O medo natural que o homem possui das imagens, se torna vago. “O medo, no entanto, ao contrário do que tendemos a crer, não apenas assusta, espanta e afugenta, mas também atrai e prende. Imobiliza, mas também move, comove e nos remove de nossas posições” (BAITELLO, 2014, p.20).

A fotografia, que a priori poderia também ser considerada um registro da história, transforma-se na própria história (FLUSSER, 2015). A narrativa dos que utilizam o *Snapchat* existe por causa do aplicativo. Sendo que ele é a causa e o efeito da interação de seus usuários, minimizando a importância do presencial, pois nele há áudio, texto, foto, vídeo, mídia, quase tudo menos o corpo: “A internet imprime um paradoxo, pois é um mar de conteúdo sem hierarquia e ao mesmo tempo, os usuários buscam interatividade [...] Nela há pessoas livres, mas sós” (WOLTON, p. 34, 2010).

Isto causa uma crise na visibilidade, bem notável no aplicativo em questão. Crise que ocorre por haver uma rarefação da capacidade de apelo imagético (BAITELLO, 2014), carência que necessita de cada vez mais imagens e recursos técnicos para gerar essa sensação. Crise gerada exatamente pelo excesso de imagens. Assim, para conseguir gerar sensações no homem, o *Snapchat* cria recursos para se transformar, escrever ou pintar sobre as fotos.

Neste contexto, as imagens que são símbolos culturais e que podem também sustentar vínculos, acabam por perder suas referências e valores culturais como agregadores (CYRULNIK, 2007). Essa era da visibilidade acaba transformando os homens em imagens,

transformando a interação humana, criando uma visão que se satisfaz apenas com a visão (BAITELLO, 2014).

Nesse processo, o homem devora imagens e é devorado por elas, um processo ao qual Baitello dá o nome de iconofagia. No *app*, o homem praticamente se limita apenas a uma imagem, efêmera, personalizada e vazia, em um processo de interação com pouca interação. Opostamente aos aplicativos de mensagens, que podem ser entendidos como potencializadores de encontros, o *Snapchat* tenta se bastar em si, trazendo cada vez mais recursos e interatividade – uma explosão visual.

Os estímulos superabundantes vêm de todo lado, sem parar e, submergindo o animal num bombardeio de informações, não dão forma ao mundo percebido. As respostas de um organismo saturado de estímulos se desorganizam (CYRULNIK, 2007, p.123).

Esse bombardeio de informações pode gerar vazio emocional e, em muitos casos, reduzir os ritos dos encontros presenciais, subtrair os espaços de cultivo de laços afetivos. Por conta disso, há a necessidade de serem retomados os espaços públicos de conversação e de encontro presencial – além dos vidros negros dos celulares (ROMANO, 2004). Isto é, os seres humanos são desafiados a transitar entre a dimensão tridimensional dos encontros afetuosos e o universo nulodimensional dos códigos, privilegiando os encontros corpóreos, capazes de utilizar todos os sentidos do homem, pois é no olhar, no escutar, no tato, paladar e olfato, que o homem se comunica (WOLTON, 2004).

Considerações Finais

Abordamos a relevância do *Snapchat* na cultura dos aplicativos de *smartphones*, explicando os atrativos que esses possuem para o público jovem, seu principal foco. Consideramos como objeto de estudo o envio de imagens, que desaparecem em até 10 segundos, como a principal ferramenta deste, pois foi a função para que o aplicativo foi criado e ainda é o seu norte, mesmo com outros recursos implementados.

Também descrevemos e exemplificamos o funcionamento do envio de mensagens, assim como sua personalização, denotando que apesar de inúmeras variáveis, o usuário também pode ser classificado como “funcionário”, na definição de Vilém Flusser. Isso porque, ele utiliza o software sem conhecer o programa disponibilizado no *smartphone*, reproduz fotos de acordo com o que os programadores arquitetaram. Apontamos que apesar de haver uma interação grande entre os usuários, esta ainda está longe de ser uma

comunicação, na perspectiva de Dominique Wolton. Consideramos que a velocidade das imagens presentes nas trocas informativas supervaloriza a visão em detrimento de outros sentidos, criando “solidões interativas” que aprisionam o homem em telas, em vez de libertá-los.

Também discutimos as implicações que são ocasionadas por essa velocidade e dependência interativa, com a relação da tela-dependência e a teledependência: que faz os homens ficarem dependentes das telas para tentar se comunicar e, ainda, depender da distância, dos pulsos elétricos que ligam os *smartphones*. Também problematizamos a ausência do medo e apelo nas imagens do *Snapchat*, esvaziando o sentido das mesmas, exigindo cada vez mais um fluxo maior daquelas, para poder ocasionar alguma reação humana, uma relação na qual o homem engole imagens e é engolido por elas: se transforma em aparência, conforme indica o termo “iconofagia” proposto por Norval Baitello Jr.. Ressaltamos, ainda, a importância dos encontros presenciais, físicos, tridimensionais, para a comunicação humana.

A abordagem utilizada neste texto, necessariamente crítico em relação aos fenômenos descritos e analisados, poderá ser completada por outras pesquisas que considerem elementos que até o momento não estudamos. Entre eles anotamos, para pesquisas futuras, a forma como o próprio Vilém Flusser destacou que alguns funcionários dos aparelhos podem brincar com eles e utilizá-los artística e criativamente. Continuam em aberto as tendências, observadas por Flusser, entre uma “sociedade totalitária programada”, com muitos indícios registrados no uso do *Snapchat*, e uma “sociedade telemática dialogante dos criadores de imagens” (FLUSSER, 2008, p. 14).

Referências

BAITELLO Jr., Norval. **O pensamento sentado**. Sobre glúteos, cadeiras e imagens. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

BAITELLO Jr., Norval. Os sentidos e as redes. Considerações sobre a comunicação presencial na era telemática. In: BARBOSA, Mariana, MORAIS, Osvando J. (Orgs.). **Comunicação em tempo de redes sociais**: afetos, emoções, subjetividades. São Paulo: Intercom, 2013.

———. **A Era da Iconofagia** – Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

CYRULNIK, Boris. **Os alimentos afetivos**: o amor que nos cura. Trad. Cláudia Berliner. 2ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.

TIC GOVERNO ELETRÔNICO 2013. **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação no Setor Público Brasileiro**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014. Disponível em: < www.cetic.br >. Acesso em: 30 jun. 2016

PROSS, Harry. **Medienforschung**: film, funk, presse, fernsehen. Darmstadt : Habel, 1972.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Hucitec, 1985.

———. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Comunicação em Rede: um Conjunto de Nós. **Ghrebh**- Revista de Semiótica, Cultura e Mídia, 2002. Disponível em < <http://www.revista.cisc.org.br/ghrebh1/artigos/01iasbeck01102002.html> >. Acesso em: 5 jul. 2016

ROMANO, Vicente. **Ecología de la Comunicación**. Hondarribia: Editorial Hiru, 2004.

MENEZES, J. E. O. Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade. **Libero**, São Paulo, v. 11, n. 21, p. 111-118, 2006. Disponível em: < <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Cultura-do-ouvir.pdf> >. Acesso em: 28 jun. 2016.

MENEZES, J. E.O. Ecologia da comunicação: som, corpo e cultura do ouvir. **Libero**, São Paulo, v. 18, n. 36, p. 111-120, 2015. Disponível em: <<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/31>> . Acesso em: 10 jul. 2016.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Tradução Zélia Leal. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

———. **Informar não é comunicar**. Tradução Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2010.