
O CIBERDIÁRIO DE JOSÉ SALES: DA VIRTUALIZAÇÃO DAS CORES À POETIZAÇÃO DA PSICOLOGIA

Erica MARTINS¹
Thicianny FONTES²
Diego CAVALCANTE³
Centro Universitário UniFanor Wyden, Fortaleza, CE

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar a dinâmica da cibercultura a partir do perfil Vejo Cores, administrado pelo fotógrafo e psicólogo José Sales, na plataforma virtual Instagram, bem como a conexão entre o ambiente, cor e legenda propostos pelo autor em suas publicações e as ferramentas utilizadas para interagir com seu público a partir de tais conexões. Para isto, utilizaremos as teorias da cibercultura e virtualização propostas pelo teórico Pierre Lévy, objetivando analisar e conectar seus conceitos ao objeto de estudo.

PALAVRAS-CHAVE: Virtualização; Cibercultura; Ciberespaço; Cor; Inteligência Coletiva.

INTRODUÇÃO

As redes sociais estão cada vez mais presentes na sociedade moderna. Elas são frutos da evolução do meio virtual, responsável pelas mudanças nas formas como as pessoas se relacionam e entendem o mundo. A pluralidade de plataformas de comunicação utilizadas atualmente originou-se das interações sociais que tiveram início

¹ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFANOR, e-mail: ericamartinspn@gmail.com

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFANOR, e-mail: thicianny@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Doutor em ciências da comunicação. Professor de Cibercultura da UNIFANOR, e-mail: diegosemiotica@gmail.com

na pré-história. Foi através da comunicação que os seres humanos evoluíram sua espécie e, conseqüentemente, sua tecnologia.

É neste contexto, partindo da evolução comunicacional, que é desenvolvida a internet, sendo esta responsável por uma série de transformações que afetam as sociedades e culturas, influenciando condutas, reduzindo distâncias e facilitando o acesso a um universo de informações. Foi a partir dessas mudanças sociais que surgiu o conceito de Cibercultura, tendo em vista que esta é formada pela convergência de vários padrões comportamentais influenciados pela tecnologia, ou seja, é uma nova cultura que se desenvolveu dentro do espaço virtual da internet, o Ciberespaço.

Estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas desse espaço nos planos econômico, político, cultural e humano. (LÉVY, 1999, p.16).

O Ciberespaço proporciona aos seus usuários uma interação virtual e dinâmica, visto que possibilita manifestar opiniões e expor preferências pessoais em diversas plataformas através de ferramentas que viabilizam a comunicação de forma direta e instantânea, como espaços disponíveis para comentários públicos, *chat*, além da função “*like*”. É nesta perspectiva que o perfil Vejo Cores é administrado na plataforma virtual Instagram, onde por meio de publicações, desperta a atenção de inúmeros telespectadores e, por consequência, gera um ambiente de interação social entre os seguidores e o autor da página.

Através da virtualização de suas experiências de vida, o fotógrafo e psicólogo José Sales desenvolve um diário online tendo como parâmetro referencial as percepções pessoais adquiridas durante sua trajetória de vida e das relações desenvolvidas com os indivíduos e espaços ao seu redor. A partir de tais circunstâncias, o autor conecta imagem, cor e legenda, e constrói, assim, um perfil preenchido de fotografias dispostas em tonalidades equivalentes associadas a textos de parâmetro reflexivo, interligando tais elementos com o objetivo de transmitir mensagens contextualizadas aos seus seguidores.

Optando pela análise exploratória e descritiva e objetivando compreender como as características da cibercultura se apresentam no perfil Vejo Cores, o presente estudo é de caráter bibliográfico e documental, pautado nas proposições de Pierre Lévy através dos conceitos de cibercultura, Virtualização e Inteligência Coletiva.

REFERENCIAL TEÓRICO

Reconhecendo a importância do contexto associado ao objetivo final deste estudo, se faz necessário, antes de tudo, o entendimento de conceitos básicos que sustentarão o desenvolvimento da conexão entre as teorias propostas para com o objeto de análise, direcionando uma compreensão mais aprofundada dos processos que geram a heterogênesse através destas aplicações teóricas. Para tanto, serão contextualizados os efeitos físicos e emocionais causados pelas cores em suas diversas aplicações, analisando-as, primeiramente, no aspecto comercial.

Considerando que as fotos publicadas na plataforma Instagram podem ser classificadas como produtos por serem visualmente consumidas, se faz importante abordar o estudo realizado no ano de 2006, na universidade canadense de Winnipeg, realizado pelo professor Satyendra Singh. Tal estudo afirma que cerca de 62 a 90% do julgamento de um produto é baseado a partir da análise das cores aplicadas ao mesmo, podendo estas influenciarem, em menos de 90 segundos, na decisão do consumidor sobre determinado objeto, contribuindo para a diferenciação de produtos concorrentes e atuando sobre os sentimentos e comportamentos dos consumidores.

Color is ubiquitous and is a source of information. People make up their minds within 90 seconds of their initial interactions with either people or products. About 62-90 percent of the assessment is based on colors alone. So, prudent use of colors can contribute not only to differentiating products from competitors, but also to influencing moods and feelings – positively or negatively – and therefore, to attitude towards certain products. (SINGH, Satyendra, 2006).

Deste modo, relacionando o estudo mencionado anteriormente ao conteúdo construído e publicado por José Sales em seu perfil, observa-se o desenvolvimento de um portfólio virtual organizado por meio de fotografias dispostas em cores similares, onde o autor relaciona o ambiente capturado a um discurso reflexivo, gerando uma bricolagem através da associação de elementos diversos, diferenciando-se, assim, dos demais perfis tradicionais. Isto posto, o conteúdo produzido por Sales tem despertado a atenção de pouco mais de 93 mil seguidores que consomem seus produtos visuais diariamente.

Para um maior entendimento da forma como o autor desenvolve seu material é fundamental a compreensão dos seguintes aspectos: o que são cores; a forma como o olho

humano as percebe; e as influências causadas no cérebro a partir das percepções visuais das mesmas.

A cor está intimamente ligada à luz, sendo esta a responsável pelo fluxo contínuo de partículas que transportam energia através de ondas eletromagnéticas captadas pelo olho. Cada comprimento de onda da luz corresponde a uma cor, que é percebida através de interações moleculares oriundas de estímulos físico-químicos. A visão humana é capaz de diferenciar as cores mediante o envio de mensagens decodificadas pelo cérebro, uma vez que este, antes mesmo de identificar o objeto, reconhece a cor.

Este processo de percepção visual inicia-se na íris, que é constituída de um tipo de tecido muscular, responsável pela contração e expansão da pupila, que regula a quantidade de luz captada, assemelhando-se ao diafragma de uma câmera fotográfica.

Na córnea e cristalino são concentrados os raios de luz enviados à retina, que são agrupados no fundo do olho e formam uma imagem invertida a partir da conversão da luz em impulsos elétricos pelos fotorreceptores, dos quais caracterizam-se por dois tipos principais: os Cones, capazes de detectar a cor, e os Bastonetes que ajudam o olho a enxergar, mesmo com pouca iluminação. Os impulsos elétricos causados por estas reações são enviados ao cérebro através do nervo óptico e traduzidos pelo córtex, que cria uma imagem em nossa mente. Assim, o olho humano observa o mundo ao seu redor.

A luz entra no olho por meio da pupila e é focada pela lente na retina, onde estimulam-se os cones e os bastonetes. A informação sobre o que se está vendo é transmitida ao cérebro por meio do nervo óptico. (BANKS; FRASER, 2007, p.24).

As cores apresentam três características: matiz, tom e saturação. Todas as cores são matizes, visto que estas são o estado puro da cor, sendo assim, a matiz é a característica que possibilita a diferenciação de uma cor para outra, como o vermelho do azul, por exemplo. O tom está relacionado à quantidade de luz que é acrescentada àquela matiz, deixando-a mais escura, se o preto for acrescentado, ou mais clara, em caso de adição do branco. A quantidade de luz em uma matiz é o que resulta nas diferentes tonalidades de uma cor. Já a saturação, é a característica referente à palidez ou intensidade desta, logo, quanto mais saturada, mais intensa ela será.

As diferentes matizes formadas por suas características distintivas são percebidas por nosso cérebro e geram diversas reações, considerando as possibilidades de afinidade

ou repulsa do observador para com uma cor. Tal afirmação baseia-se na teoria da psicologia das cores, que é responsável por explicar os efeitos e estímulos causados por cada cor, a partir de impressões pessoais ou coletivas, apresentando diferentes conceitos e significados simbólicos que são agregados a estas, originários de costumes, práticas e saberes relacionados à uma comunidade ou ao indivíduo que as observa.

Sabendo que, a partir da interpretação pessoal as cores causam sensações àqueles que as abstraem, mesmo que de forma inconsciente, o neurocientista Antônio Damásio, através da elaboração da hipótese dos Marcadores Somáticos, explica que as experiências vividas por uma pessoa influenciam diretamente em suas decisões futuras. Logo, as impressões acerca de uma cor específica podem ter diversos sentidos a depender do indivíduo que a observa e dos momentos vivenciados pelo mesmo.

Os marcadores-somáticos não tomam decisões por nós. Ajudam o processo de decisão dando destaque a algumas opções, tanto adversas como favoráveis, e eliminando-as rapidamente da análise subsequente. Você pode imaginá-los como um sistema de qualificação automática de previsões, que atua, quer queira ou não, para avaliar os cenários extremamente diversos do futuro que estão diante de você. Imagine-os como um mecanismo de predisposição. (DAMÁSIO, 1996, p.191-192).

Nesta perspectiva, é válido ressaltar que a interpretação das cores para cada indivíduo, é oriunda de suas referências culturais, logo, o significado acerca de uma cor também resulta de experiências coletivas, que são adquiridas durante o convívio em sociedade.

A cor é uma linguagem individual. O homem reage a ela subordinados às suas condições físicas e às suas influências culturais. (FARINA, 2006, p.14).

A diversidade cultural é um fator influente no significado das cores, podendo uma mesma cor ter diferentes interpretações, a depender da comunidade que a caracteriza. Silveira (2011) disserta a respeito das cores relacionando-as à construção de uma sociedade, uma vez que podem ser representadas a partir de contos, mitos, bem como materializadas em objetos, a fim de manter viva a memória de um povo ou local.

Segundo Farina (1982), as cores também possuem conceitos tradicionais, que se dão pela significação equivalente das cores para diversos observadores em diferentes

culturas. Fraser e Banks (2007) definem tais conceitos como “associações tradicionais de cor”, podendo estas serem negativas ou positivas. Tais influências são estudadas pela teoria da psicologia das cores, visto que esta explica o processo de transformação da percepção das cores em sensações físicas e emocionais.

Nem mesmo a captação do objeto de forma instantânea, pode causar o impacto emocional que a cor proporciona. (FARINA, 1990, p.25).

Partindo desta premissa, é constatado que as cores possuem aspectos opostos. Os autores Hattge e Blum (2009) por exemplo, definem que o branco possui como características positivas as sensações de luz, paz, neutralidade, pureza, castidade, inocência, liberdade, criatividade e limpeza; e traços negativos associados ao vazio, à carência, à solidão e ao fim. Já ao descreverem a cor laranja em seus aspectos positivos, tais autores a associam com os sentimentos de euforia, energia, prazer, senso de humor, fertilidade, generosidade e força. Ao considerar os aspectos negativos, Leo Vinci diz que essa cor remete à:

Covardia, ciúme, desconfiança, enfermidade, moléstia, doenças, decadência e morte [...]. (VINCI, 1981, p.68).

Considerando a análise aprofundada acerca das propriedades das cores, se faz necessário a compreensão do processo de virtualização destas para o ambiente da página *Vejo Cores*. Para isto, torna-se fundamental, antes de tudo, entender o que é o Virtual, de acordo com a abordagem desenvolvida pelo sociólogo Pierre Lévy.

Contrariamente ao possível, estático e já constituído, o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização. (LÉVY, 1999, p.16).

O virtual é o que existe, mas está desconectado da realidade, portanto, não pode ser visto mesmo que esteja presente, tratando-se de possibilidades ainda não efetuadas. Este busca soluções dentro do próprio campo de perspectivas, sem que haja deslocamento do objeto.

Ao contextualizar este conceito aplicando-o a um bem material, torna-se possível exemplificá-lo utilizando um arco e flecha como objeto de análise, que durante anos, foi percebido apenas como arma, mas através da realização de uma ideia criativa, uma nova finalidade foi empregada ao objeto, passando a ser adotado como elemento para ornamentar ambientes. Logo, sua função enquanto acessório decorativo estava no campo virtual, pois ainda não havia sido descoberta.

O virtual passa a ser percebido quando ocorre o processo de atualização que, ainda baseando-se no exemplo anterior, concretiza-se a partir da descoberta da nova finalidade de uso para o arco e flecha. Sendo assim, a atualização é a solução aplicada às problemáticas acerca do aspecto virtual do objeto, caracterizando-se por gerar novas ideias a partir de um conjunto de possibilidades em determinado cenário.

A atualização aparece então como a solução de um problema, uma solução que não estava contida previamente no enunciado. A atualização é criação, invenção de forma a partir de uma configuração dinâmica de forças e de finalidades. (LÉVY, 1999, p.16).

A atualização da percepção do arco e flecha, dentro do processo de transição de territórios do campo de armamento para o campo de acessórios decorativos, denomina-se virtualização. Esta pode ser entendida como a descrição do processo de atualização e gera novas problemáticas acerca do objeto, visto que o retira de sua função pura e o insere em outro cenário, fazendo-o buscar novas soluções para as questões geradas neste novo território.

A atualização ia de um problema a uma solução. A virtualização passa de uma solução dada a um (outro) problema. (LÉVY, 1999, p.18).

O processo de desterritorialização e novas percepções gerado pela virtualização, produz características capazes de explicar como este se desenvolve. São elas: êxodo (desconexão do espaço-tempo); novas percepções (produção de novo significado para o objeto); efeito *moebius* (transferências de sentidos a partir da mudança de territórios) e heterogênese (produção de novo juízo, baseado na fusão das características anteriores).

À título de exemplo para o processo de desterritorialização, pode-se contextualizá-lo a partir do “meme”, um artifício de humor constantemente veiculado por internautas nas redes sociais. O processo ocorre a partir de um acontecimento que é desconectado do

seu território real, e inserido no território dos memes e produzindo, assim, a desconexão do espaço-tempo. A partir do momento em que o humor é gerado, causa uma nova percepção sobre o fato. Isto, por consequência, produz o efeito *moebius*, tendo em vista que os territórios estão aplicados em dois contextos diferentes. Todo este processo constitui a heterogênesse, que é a produção da diferença, onde a fusão dos elementos anteriores provocam uma nova percepção sobre o objeto.

Partindo das considerações acerca do processo de virtualização, se faz necessário compreender, também, os aspectos que envolvem os conceitos de ciberespaço, cibercultura e inteligência coletiva, de Pierre Lévy. Estes, nortearão o entendimento do trabalho desenvolvido por José Sales, a partir da observância de tais conceitos relacionados ao perfil Vejo Cores, na plataforma Instagram. Para Lévy (1999), o ciberespaço é o espaço de comunicação oriundo da interconexão estabelecida entre computadores, ou seja, é resultado da convergência entre as telecomunicações que se desenvolveram na década de 1970.

[...] É o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 17).

O ciberespaço caracteriza-se por possibilitar a manipulação, transmissão e compartilhamento de informações entre os indivíduos através dos meios digitais, favorecendo a interação social a partir da difusão de pensamentos coletivos.

O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY, 1999, p.17).

A cibercultura é a cultura que se desenvolveu dentro do âmbito digital proporcionado pelo ciberespaço. É a relação entre comunicação, cultura e informação,

referindo-se à influência da tecnologia nos comportamentos sociais que configuram a cultura contemporânea.

A cibercultura expressa o surgimento de um novo universal, diferente das formas que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer. (LÉVY, 1999, p.15).

Sabendo que cibercultura desenvolve-se dentro do ciberespaço, este último, por sua vez, possibilita uma ampla conexão entre as mentes, formando um ambiente que permite a troca de conhecimentos, e o compartilhamento e valorização de todos os modos de pensar. Esta definição resulta da teoria da inteligência coletiva, que se configura por valorizar o intelecto coletivo e aplicá-lo a um dado problema. Um exemplo defendido por Lévy, é o jogo de futebol, onde a bola torna-se o problema e os jogadores são as inteligências aplicadas a ela, com o objetivo final de fazer o gol. Assim, todos os conhecimentos são valorizados a fim de se resolver a problemática em questão. Já ao aplicar a inteligência coletiva ao âmbito da internet, pode-se exemplificá-la a partir do site Wikipedia, ao qual todos os seus conteúdos são construídos e publicados pelos próprios usuários, gerando um fluxo de informações e troca de saberes.

É uma inteligência distribuída por toda parte, na qual todo o saber está na humanidade, já que, ninguém sabe tudo, porém todos sabem alguma coisa. (LÉVY, 2007, p.212).

Tendo o entendimento das contextualizações anteriores, será abordado adiante a aplicação dos conceitos dentro do território do perfil Vejo Cores, analisando o desenvolvimento dos processos implícitos nas publicações do autor.

APLICAÇÃO DOS CONCEITOS

1.0 VIRTUALIZAÇÕES

Ao analisar o perfil Vejo Cores sob a óptica da virtualização prevista por Pierre Lévy, observa-se que a fotografia virtualiza o ambiente, uma vez que o retira do campo da visão e o insere no campo fotográfico. Este processo gera a desterritorialização, visto que o objeto transita de um campo para outro.

A cor, por sua vez, foi virtualizada para dentro da fotografia, pois tem a função de ressignificar o ambiente que já havia sido transformado pela virtualização. Esta

transformação ocorre a partir da inserção dos conceitos previstos pela psicologia das cores, gerando uma nova percepção acerca do objeto ou ambiente através da transmissão de um sentimento.

Ao desenvolver a legenda, o autor redige esta em tom reflexivo, conectando-a com o ambiente a fim de provocar emoções. Sua desterritorialização acontece quando José Sales a desloca do contexto da reflexão que a fotografia provoca e a insere no ciberespaço a partir da ação de publicar a imagem.

Neste contexto, a fusão de todos os elementos virtualizados e proposições anteriormente definidas resultam na heterogênese, que é a produção da diferença. Todos esses fatores conectados transformam o perfil Vejo Cores em um diário desenvolvido no ciberespaço, onde, através da conexão entre texto, cor e imagem, tais elementos são inseridos em diferentes contextos capazes de particularizar seu conteúdo em relação aos demais produzidos da plataforma Instagram.

2.0 INTELIGÊNCIA COLETIVA

Visto que o perfil Vejo Cores efetua-se no ciberespaço e faz parte da cibercultura, por se desenvolver na internet, suas publicações tendem a valorizar todas as inteligências, uma vez que produz um campo de debate no espaço destinado aos comentários. Tal valorização constata-se a partir das interação coletiva para com suas postagens. O público reage ao conteúdo através de comentários que expressam suas impressões pessoais acerca do sentimento contextualizado. Logo, a inteligência coletiva efetiva-se quando todos os conhecimentos são valorizados, contribuindo para a análise perceptiva do objeto, que se aperfeiçoa constantemente dentro do seu próprio território.

ANÁLISE APLICADA

1.0 POSTAGEM I

Figura 1 – Publicação retirada de rede social



Fonte: Perfil Vejo Cores – Instagram (2019)

Nesta fotografia, o autor virtualiza o clima do sertão mediante a escolha de uma cor quente. Através da aplicação dos conceitos da psicologia das cores, justifica-se a utilização do marrom devido aos significados que envolvem esta cor, visto que seus aspectos positivos remetem a natureza e a humildade, enquanto os negativos podem estar associados a ambientes ultrapassados.

A simplicidade é retratada através dos elementos que compõem a foto, como a panela antiga e o animal, que contribuem para fortalecer o estereótipo intrínseco ao ambiente. A representação de um cachorro sem raça definida, por tanto, é símbolo que demonstra a modéstia, assim como o chão de barro, que também representa o ambiente singelo.

O autor virtualiza o sentimento ao conectar a legenda com os elementos que compõem a imagem. O olhar inocente do animal transmite um ar infantil que remete tanto à fragilidade, quanto a um pedido de amparo. Esta ligação entre fotografia e legenda comprova-se quando o autor descreve sua reflexão perante a foto, produzindo mais uma página do seu diário virtual, desta vez, fazendo alusão ao sentimento de empatia para com o próximo.

2.0 POSTAGEM II

Figura 2 – Publicação retirada de rede social



Fonte: Perfil Vejo Cores – Instagram (2017)

Ao aplicar os conceitos já definidos anteriormente, pode-se observar que nesta fotografia o autor virtualiza um sentimento real, a tristeza, e a insere no contexto da reflexão dentro do ciberespaço. Os traços emocionais da foto comprovam-se através da teoria da psicologia das cores, uma vez que esta define a cor branca, em seus aspectos negativos associados ao vazio, carência, solidão e ao fim, enquanto seus aspectos positivos, representam pureza, luz, paz, inocência, castidade e neutralidade.

A alusão ao sentimento de melancolia é fortalecida através das gotas de água espalhadas em primeiro plano em toda a fotografia, remetendo a lágrimas. A noção de desânimo sustenta-se, também, com a retratação de uma pessoa, em segundo plano, com mãos em seu rosto, como quem se desespera e chora.

A legenda nesta fotografia é responsável por fortalecer o desalento abordado, uma vez que descreve as tristeza de alguém que sofre, mas que diante de uma ajuda de um próximo, reanima-se para continuar. Tal fato faz alusão direta ao cotidiano das pessoas, pois todas passam por momentos difíceis, e precisam de uma apoio emocional para então seguir em frente. O autor, mais uma vez, produz um discurso embasado na empatia ao próximo dentro de mais uma página de seu diário virtual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste presente estudo foram abordados os conceitos acerca da percepção da cor, tanto em seu aspecto físico, quanto no cognitivo, baseando-se na psicologia das cores. Também foram apresentadas as compreensões acerca do campo virtual e de seu processo de atualização, que resultam na virtualização. Esta última é responsável por gerar uma nova percepção a respeito do ambiente ou objeto contextualizado dentro ou fora do ciberespaço, uma vez que os desterritorializa para um novo campo de problemáticas, a fim de constituir novos entendimentos.

Ademais, o presente artigo abordou também os aspectos relacionados à inteligência coletiva que se desenvolve a partir da valorização de todas as inteligências, sendo estas aplicadas ao problema, influenciando diretamente sobre o objeto.

Conclui-se que todas as teorias, ao serem aplicadas ao perfil Vejo Cores, produzem efeitos notáveis de influências, assim como explicam a lógica da criatividade na cibercultura. Logo, é válido ressaltar que a conceituação e aplicação destas teorias, se fazem relevantes para futuras análises acerca das abordagens desenvolvidas por Pierre Lévy, uma vez que estas servirão de possíveis embasamento para a construção de estudos acadêmicos.

REFERÊNCIAS

LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual?**. São Paulo: 34, 1996.

MORGADO, Diana. **QUAL A IMPORTÂNCIA DAS CORES NOS NEGÓCIOS?**, 2015. Disponível em: <<https://br.smartbusinessplan.com/blog/influencia-das-cores/>>. Acesso em 23 mar. 2019.

BODART. C; SILVA. R. **PIERRE LÉVY: CONCEITOS-CHAVE NO ESTUDO DA CIBERCULTURA**, 2018. Disponível em: <<https://www.cafecomsociologia.com/pierre-levy-conceitos-chave-cibercultura/>>. Acesso em 31 mar. 2019.

PORTILHO, Gabriela. COMO FUNCIONA O OLHO HUMANO?, 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-funciona-o-olho-humano/>>. Acesso em 02 abr. 2019.

SILVA, Eduardo. CIBERESPAÇO E CIBERCULTURA: DEFINIÇÕES E REALIDADES VIRTUAIS INSERIDAS NA PRÁXIS DO HOMEM MODERNO, 2014. Disponível em: <https://www.pedagogia.com.br/artigos/ciberespaco_cibercultura/index.php?pagina=0>. Acesso em: 16 de abr. 2019

MARQUES, José. O QUE É INTELIGÊNCIA COLETIVA?, 2016. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/o-que-e-inteligencia-coletiva/>>. Acesso em 16 de abr. 2019.

SKLARZ, Eduardo. O QUE É A COR?, 2016. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/historia/o-que-e-a-cor/>>. Acesso em 18 abr. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DA FOTOGRAFIA. O poder das cores na composição. São Paulo: 2015. Disponível em: <<https://www.iif.com.br/photomag/poder-cores-composicao/>>. Acesso em: 22 de mar. 2019.

SINGH, S. Impact of Color in Marketing. Department of Administrative Studies, University of Winnipeg, Winnipeg, Canada. 2006.

PIMENTA, F. O Conceito de Virtualização de Peirre Lévy e sua Aplicação em Hipermídia. Facom, Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, 2001.