

## **Kiva: solidariedade em tempos de conexão<sup>1</sup>**

Rafaela PECHANSKY<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Resumo: O presente trabalho busca compreender os modos de funcionamento da plataforma online Kiva, uma organização sem fins lucrativos, fundada em 2013, e que opera a partir de empréstimos sem juros a pessoas com necessidades financeiras. A partir de autores como Sherry Tuckle, Ethan Zuckerman e Clay Shirky, analisamos a relação da Internet e da sociedade – suas mudanças e conseqüências no mundo contemporâneo. Em um segundo momento, partimos para a questão do encontro de culturas, com foco nas redes sociais, a partir de autores como Ervin Goffman e Yochai Benkler. Por fim, verifica-se a dimensão da Kiva em números, ponderando-se a importância das histórias compartilhadas no site como fator decisivo para que haja engajamento e sucesso da plataforma.

Palavras-chave: Internet; solidariedade; empatia.

### **1. Introdução**

O que o sucesso de uma plataforma online que opera a partir de empréstimos pode nos ensinar sobre cooperação em tempos de conexão? O advento da internet vem mudando o modo como nos relacionamos uns com os outros – alguns dizem que a tela representa uma barreira entre as pessoas, enquanto estudos apontam para relações potencializadas pela facilidade em nos conectarmos com pessoas fisicamente distantes.

O autor Yochai Benkler, professor de Harvard que pesquisa o papel da tecnologia na sociedade, afirma que os custos para a cooperação estão mais baixos do que nunca; se, no passado, víamos a sociedade de acordo com a teoria de que os humanos são criaturas inerentemente egoístas, hoje estudos apontam para culturas e situações que nos mostram que somos, sim, altruístas e sensíveis aos outros. Benkler lança a reflexão: não há limites quando trabalhamos em conjunto.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Mestranda do PPGCOM/PUCRS, e-mail: rafaela.pechansky@gmail.com

Em 2005, o casal Matt Flannery e Jessica Jackley fundou a Kiva, com a missão de conectar pessoas através de empréstimos para diminuir a pobreza. A empresa está localizada em São Francisco e não tem fins lucrativos. Entrando no site ([www.kiva.org](http://www.kiva.org)), é possível encontrar as histórias das pessoas que buscam empréstimos – desde pessoas que querem empreender até pessoas que buscam acesso à escola ou à energia limpa. É possível começar emprestando 25 dólares, e cada centavo é posteriormente devolvido a cada credor (os empréstimos são todos sem juros).

Na primeira parte do trabalho, foca-se na questão da internet e sociedade. Partindo de autores como Ethan Zuckerman, Clay Shirky e Steven Johnson, analisa-se como a cultura da participação gera fenômenos sociais complexos. Em um segundo momento, as ideias de autores como Thomas Kando, Ervin Goffman e Yochai Benkler elucidam algumas questões centrais do trabalho (sem conceder, contudo, uma única resposta exata): examina-se o conceito de “empatia” e, inserindo a questão da solidariedade no contexto da internet, é possível perceber o quão longe podemos ir como sociedade se trabalharmos em conjunto. Por fim, apresenta-se a plataforma Kiva, o seu histórico e a sua proposta de funcionamento para, enfim, ser possível analisar as condições em que ela opera – a questão da empatia em tempos de cultura da participação sendo um gatilho essencial para o seu sucesso efetivo.

## **2. Internet e participação**

Com mais de dois bilhões de pessoas conectadas à Internet e seis bilhões de pessoas com acesso a telefones móveis, o nosso desafio não é acesso à informação e sim o desafio de prestar atenção. Este desafio é dificultado pela nossa forte tendência a prestar uma atenção desproporcional aos fenômenos que se desenrolam ao nosso entorno e que afetam diretamente a nós próprios, aos nossos amigos, às nossas famílias (ZUCKERMAN). Quando usamos uma rede, a maior vantagem que temos é acessar uns aos outros. Queremos estar conectados uns aos outros, um desejo que o uso da mídia social ativa (SHIRKY).

A atomização da vida social no século XX deixou-nos tão afastados da cultura participativa que, agora que ela voltou a existir, precisamos da expressão “cultura participativa” para descrevê-la. Antes do século XX, realmente não tínhamos uma expressão para cultura participativa; na verdade, isso teria sido

uma espécie de tautologia. Uma fatia expressiva da cultura era participativa – encontros locais, eventos e performances – porque de onde mais poderia vir a cultura? O simples ato de criar algo com outras pessoas em mente e então compartilhá-lo com elas representa, no mínimo, um eco daquele antigo modelo de cultura, agora em roupagem tecnológica (SHIRKY, 2011, p. 23).

McLuhan declarou que a “mídia elétrica” do século XX – telefone, rádio, filmes, televisão – estava acabando com a tirania do texto sobre nossos pensamentos e sentidos. As nossas identidades isoladas e fragmentadas, presas por séculos nas páginas impressas, estavam se turdo algo inteiro novamente, naquilo que seria o equivalente global a uma vila tribal (CARR). O advento da Internet desafiou nossas mentes de três formas essenciais: sendo participatória, forçando os usuários a aprenderem novas interfaces, e criando novos canais para interação social (JOHNSON).

Segundo Sherry Turkle, na última década, as mudanças na identidade intelectual e o impacto cultural do computador tiveram lugar numa cultura ainda profundamente arraigada por uma procura por um entendimento modernista dos mecanismos da vida: “uma década atrás, quando eu chamei o computador de um segundo indivíduo (...) os relacionamentos eram quase sempre de um pra um, uma pessoa sozinha com uma máquina. Este não é mais o caso” (TURKLE, 1997, p. 9, tradução nossa). Uma expansão deste sistema de redes, coletivamente conhecida como a Internet, liga milhões de pessoas em novos espaços que estão mudando a maneira como pensamos e impactando as nossas identidades. O computador, contudo, não é único como estão da identidade. A casa ponto de nossas vidas, nós buscamos nos projetar dentro do mundo. O que o computador faz é nos oferecer novas oportunidades como um meio que incorpora as nossas ideias e expressa a nossa diversidade (TURKLE).

Interatividade, pesquisabilidade, multimídia: todas essas qualidades da Net trazem benefícios atraentes. Junto com todo o volume de informação disponíveis online, estas são as principais razões pelas quais nós nos sentimos atraídos pela Net: nós gostamos de poder ler, ouvir e ver sem ter que levantar e ir até outro dispositivo ou até uma pilha de revistas e discos. E, é claro, nós gostamos de estar em contato com amigos, membros da família e colegas. Nós gostamos de se sentir conectados e detestamos nos sentir desconectados (CARR).

Para danah boyd, a mídia social – e a possibilidade de conectar pessoas ao redor do globo por meio de comunicação e plataformas de informação – “pode parecer uma ferramenta para tolerância porque tecnologia permite que pessoas vejam e participem de mundos além dos seus próprios” (boyd, 2014, p. 159, tradução nossa).

Divisões sociais existentes – incluindo divisões raciais nos Estados Unidos – não estão simplesmente desaparecendo simplesmente porque pessoas têm acesso à tecnologia. Ferramentas que permitem comunicação não afastam desconfiança, ódio e preconceito. Racismo, em particular, toma novas formas numa dinâmica de rede. Longe de ser uma panacéia, a internet apenas ilumina as dinâmicas de divisa social que contagiam a sociedade contemporânea. A internet pode não ter o poder para reverter problemas da sociedade, mas tem, sim, o potencial para fazê-los visíveis em novas experiências com eles (boyd, 2014, p. 159, tradução nossa).

Zuckerman oferece o ponto de vista do matemático Duncan Watts, que opina que as nossas vidas são afetadas por fenômenos que estão geograficamente distante de nós. Isto nos força a reconsiderar como aprendemos sobre o resto do mundo, como nós planejamos estratégias e tomamos decisões, como nós construímos os nossos negócios, governamos nossas nações e educamos a nossa juventude. Nenhuma dessas mudanças é simples, mas todas elas começa com uma simples premissa: nós precisamos nos compreender como não apenas cidadãos de um estado ou de uma nação, mas também de cidadãos do mundo.

“Só porque algo parece longe e só porque acontece em uma língua que vocês não entende, não torna isso irrelevante”, ele opina. “Não enter isso é não entender a primeira grande lição da era da conexão: nós podemos todos ter nossos fardos, mas, goste ou não, nós devemos ter os fardos dos outros também” (ZUCKERMAN, 2013, p. 20) .

Os nossos encontros com esses três tipos de mídia – notícia, mídia social, e mídia cultural – moldam o que sabemos e valorizamos. Se nós ouvirmos sobre uma pessoa, um lugar, um evento, nós registramos que o que nós aprendemos é importante, e nós ficamos predispostos a prestar atenção ao tópico. E enquanto uma das grandes promessas da Internet é que nós podemos encontrar qualquer coisa online, na prática muito do que encontramos está perto de casa (ZUCKERMAN).

Inovações nas mídias sociais continuarão emergindo, possibilitando novas formas de interação e complicando dinâmicas sociais. O advento de aparelhos móveis introduz ainda mais desafios, levando a noção difundida de “estar sempre ligado” a

novos níveis e criando novos caminhos para navegar nossos espaços físicos. Enquanto as mídias sociais se tornam ubíquas de forma crescente, o físico e o digital serão permanentemente borrados. “Novas inovações irão introduzir novos desafios, enquanto as pessoas tentam reimaginar privacidade, o seu senso de identidade e renegociar dinâmicas sociais todos os dias” (boyd, 2014, p. 211, tradução nossa).

### **3. Empatia, solidariedade e comunicação**

Como a identidade se desenvolve? Como um homem se torna genuinamente humano? Para o sociólogo Thomas Kando a resposta está na interação social, na interação com outros indivíduos. Já na infância, a socialização está baseada com figuras como pai e a mãe e, mais tarde, na socialização com outros, ocorre a chamada “tomada de papel” (KANDO).

Quando um indivíduo desempenha um papel, implicitamente solicita de seus observadores que levem a sério a impressão sustentada perante eles. Pede-lhes para acreditarem que o personagem que vêem no momento possui os atributos que aparenta possuir, que o papel que representa terá as conseqüências implicitamente pretendidas por ele e que, de um modo geral, as coisas são o que parecem ser (GOFFMAN, 2012, p. 25).

A cultura como definida por William Isaac Thomas (1936) aponta para a maneira como os indivíduos agem coletivamente e ativamente (KANDO). Para Goffman, a sociedade está organizada tendo por base o princípio de que qualquer indivíduo que possua certas características sociais tem o direito moral de esperar que os outros o valorizem e o tratem de maneira adequada. Ligando a este princípio há um segundo: um indivíduo que implícita ou explicitamente dê a entender que possui certas características sociais deve de fato ser o que pretende que é. Conseqüentemente, quando um indivíduo projeta uma definição da situação e com isso pretende, implícita ou explicitamente, ser uma pessoa de determinado tipo, automaticamente exerce uma exigência moral sobre os outros, obrigando-os a valorizá-lo e a tratá-lo de acordo com o que as pessoas de seu tipo têm o direito de esperar (GOFFMAN).

Autores como Mead (1934) e Sullivan (1970) reiteraram a importância da empatia. Geralmente, a empatia se distingue da simpatia por ser um processo cognitivo, enquanto a simpatia é afetiva. Por exemplo: um policial perseguindo um criminoso deve empatizar com ele (neste caso, antecipar os atos do criminoso para apreendê-lo),

mas não simpatiza com o outro. A dificuldade com o conceito de empatia é que às vezes é usada como um conceito de afeto e às vezes é sinônimo de se colocar no papel do outro, o que significa um espelho de antecipação do comportamento do outro (KANDO).

O interessante sobre empatia, e o que a faz tão distinta de “solidariedade”, apego a um grupo (...), é que nós mostra que nós ligamos para seres humanos *como* seres humanos, independente de quem sejam (ou se eles sequer existem). Quando James Rilling e os seus colaboradores escanearam os cérebros das pessoas durante um jogo do Dilema do Prisioneiro (...), ele descobriu não apenas que as pessoas respondiam emocionalmente a estes desconhecidos, mas que diferentes partes do cérebro se acendiam dependendo se a cooperação acontecia com um computador ou com uma pessoa (BENKLER, 2011, p. 84, tradução nossa).

Se empatia é o que faz com que uns se identifiquem com os outros seres humanos, então solidariedade, ou identidade de grupo, é o que nos motiva a sacrificar nossos interesses por aqueles do grupo que nós integramos. Exemplos abundam na nossa sociedade: nós vemos em times esportivos, nós vemos na existência de uma organização militar. Esse nosso desejo pode explicar por que um dos fenômenos mais poderosos dos últimos dois séculos tem sido o crescimento do estado-nação, o qual suplanta o clã, a tribo ou a vila como o marco primário da identidade moderna (BENKLER).

Quando um indivíduo chega à presença de outros, estes, geralmente, procuram obter informação a seu respeito ou trazem à tona o que já possuem. Estarão interessados na sua situação sócio-econômica geral, no que pensa de si mesmo, na atitude a respeito deles, capacidade, confiança que merece, etc. A informação a respeito do indivíduo serve para definir a situação, tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar. Assim informados, saberão qual a melhor maneira de agir para dele obter uma resposta desejada (GOFFMAN). E como bem observa Benkler:

Nada é mais fundamental para a cooperação do que comunicação. Conversas não são à toa; por elas nós podemos definir nossas preferências, nossos objetivos, e nossos desejos em uma situação; começamos a construir empatia mútua, negociar quais normas são apropriadas e qual curso de ação é justo; e começamos a construir confiança e entendimento nos outros. Comunicação é algo que tem o efeito mais inequívoco e dramático na cooperação, tanto em experimentos e no mundo. É o que existe em todos os lugares nos quais a cooperação é praticada com sucesso – seja em produtores de motocicletas em

casas de chá em Chonqing, mediadores em tribunais americanos ou viajantes buscando um sofá em um canto remoto do mundo. Sistemas de cooperação tem algo em comum: todos eles dependem de comunicação (BENKLER, 2011, p. 117, tradução nossa).

#### **4. Kiva: histórias e financiamentos**

Kiva é uma organização internacional sem fins lucrativos fundada em 2005 e localizada em São Francisco, com a missão de conectar as pessoas por meio de empréstimos para diminuir a pobreza<sup>3</sup>. Outras informações encontradas no site: “Nós celebramos e apoiamos as pessoas que procuram criar um futuro melhor para si próprios e para as famílias e as suas comunidades. Empréstimo pouco como 25 dólares na Kiva, qualquer um pode ajudar um necessitado começar ou crescer um negócio, ir à escola, acessar energia limpa ou aproveitar o seu potencial. Para alguns, é uma questão de sobrevivência, para outro é o motor para a realização de uma ambição de vida. Cada dólar (100%) que você emprestar na Kiva vai para o financiamento de empréstimos. Kiva cobre custos por meio de doações opcionais, bem como por meio do apoio de bolsas e patrocinadores”.

Um dos sócios-fundadores, Matt Flanery, escreveu sobre a importância da humanização, no sentido de dar voz a quem precisa, da plataforma:

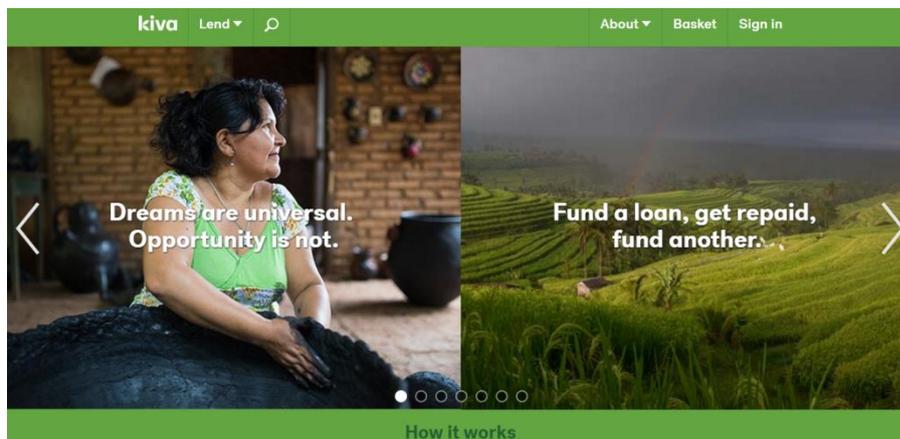
No seu primeiro ano, o site reuniu um fazendeiro de espinafre no Camboja, um vendedor de cachorro-quente na Nicarágua, um carpinteiro em Gaza, um apicultor em Gana e um vendedor de peixe em Uganda. Por trás de cada um desses negócios há uma história. Cada uma é única, mas um padrão emerge – padrões que nos aproximam no entendimento do que significa estar na pobreza e a dificuldade do processo de tentar escapar. Essas histórias são o coração do objetivo e da estratégia de Kiva: as conexões humanas que nós construímos entre necessitados e doadores trouxeram novos doadores para o movimento de micro-finanças, e fomenta uma nova consciência e conexão para as pessoas que usaram momentaneamente o seu dinheiro. Ao contar histórias, nós permitimos que MFIs<sup>4</sup> que não têm acesso ao mercado de capital levantem dinheiro, de forma bem-sucedida, e sirvam mais clientes (FLANNERY, 2007, p. 31, tradução nossa).

---

<sup>3</sup> Informações retiradas do site: [www.kiva.org](http://www.kiva.org)

<sup>4</sup> Microfinance Institutions

Tabela 1 – Slogans da Kiva



Alguns números permitem constatar o alcance da plataforma: até 2017, foram 2.3 milhões de necessitados auxiliados, 82 países envolvidos, 1.6 milhões de credores, \$941.3 milhões de dólares em empréstimos e 97,1 % média do reembolso. Kiva teve ampla repercussão na mídia, tanto internacionalmente quanto no Brasil<sup>5</sup>. No seu livro “The Penguin and The Leviathan” (2011), Yochai Benkler traz o exemplo de Kiva para exemplificar o fomento das causas humanitárias nas redes sociais.

Flannery traz um exemplo concreto de uma pessoa que teve a vida transformada por causa da ajuda de um empréstimo por meio da Kiva:

Elizabeth Omalla vende peixes. Como uma viúva e única provedora dos seus sete filhos, ela buscou e capitalizou muitas oportunidades para os seus negócios em ascensão. A carreira de negócio de Omalla começou em 2000 com o Village Enterprise Fund (VEF), de 100 dólares, uma bolsa que ela usou para começar um negócio de venda de verduras, tomates, cebolas e óleo de cozinha. Um ano

<sup>5</sup> Notícias sobre Kiva:

<http://www.wired.co.uk/article/kiva-julie-hanna-wired-money-2015>

[https://parenting.blogs.nytimes.com/2015/01/19/charities-that-inspire-kids-kiva/?\\_r=0](https://parenting.blogs.nytimes.com/2015/01/19/charities-that-inspire-kids-kiva/?_r=0)

<http://www.inc.com/magazine/201509/james-ledbetter/inc-interview-bill-clinton.html>

<https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2014/jun/10/crowdfunding-for-development>

[http://www.huffingtonpost.com/entry/the-kiva-way-maximum-distribution-of-capital\\_us\\_58ab8422e4b03250fc905e62](http://www.huffingtonpost.com/entry/the-kiva-way-maximum-distribution-of-capital_us_58ab8422e4b03250fc905e62)

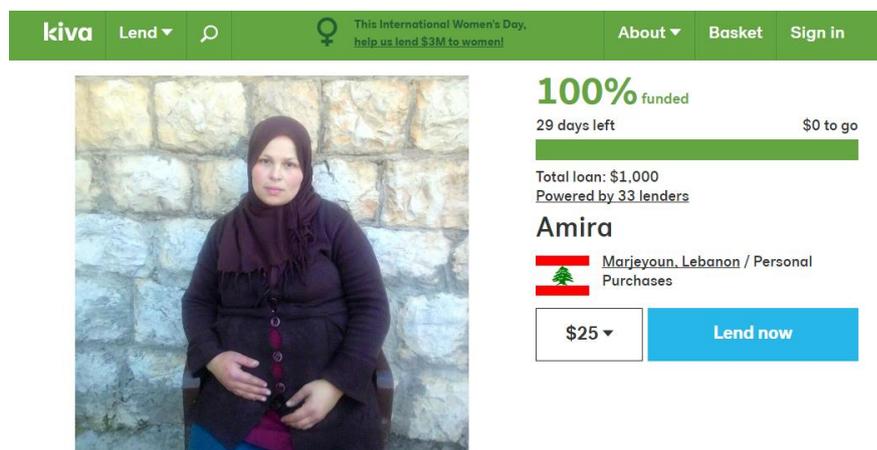
<https://economia.uol.com.br/noticias/bloomberg/2017/02/17/experimentos-desse-laboratorio-ajudam-voce-a-economizar.htm>

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-02/plataforma-internacional-de-microcredito-solidario-chega-ao-brasil>

<http://exame.abril.com.br/pme/empreendedores-por-um-mundo-melhor/>

depois, ela fez cursos de treinamento de negócios do VEF, incluindo escolher um empreendimento lucrativo, marketing e estratégias de empreendimento. Depois dessas aulas, Omalla mudou o seu negócio para venda de peixes. (...) Apenas ao comprar meia dúzia de peixes de um intermediário e vender para passantes, Omalla ganhou dinheiro suficiente para estar apta a comprar animais e colocar os seus filhos na escola. Com um segundo empréstimo de 500 dólares da Kiva, Omalla expandiu o negócio. (...) O empreendimento mudou a vida de Omalla. Agora ela pode alimentar, vestir e educar a sua família. Ela usou a sua renda para comprar duas vacas e cinco cabras. Ela pagou de volta os 500 dólares do empréstimo e abriu uma poupança na qual, em novembro de 2005, ela havia saldo 320.000 xelins ugandeses, o equivalente a 130 dólares (FLANNERY, 2007, p. 38, tradução nossa).

Tabela 2 – História da Kiva



A loan of \$1,000 helps to buy needed items for the expected baby needs, and electric home appliances.

Logo abaixo da imagem acima, o site expõe a história de Amira: “Amira é uma refugiada síria, ela fugiu com o seu marido e os seus dois filhos para o Líbano em 2013, buscando uma vida pacífica. Em 2014, ela começou a fazer serviços de limpeza, para que ela possa contribuir com seu amado marido, que trabalha como pintor, nas despesas crescentes do cotidiano. Amira está grávida. Ela está buscando um empréstimo de Kiva para comprar os mantimentos necessários para o bebê, além de eletrodomésticos para casa. Amira está disposta a apoiar o negócio do seu marido no futuro” (tradução livre, fonte: <https://www.kiva.org/lend/1245676>).

## 5. Conclusões finais

Algumas ideias centrais do presente trabalho apontam para o sucesso da plataforma Kiva. Primeiro, podemos considerar o momento tecnológico atual no qual nos encontramos: é fácil e prático entrar em um site, navegar por inúmeras histórias de pessoas que, ainda que desconhecidos, tocam pessoas que estão dispostas a ajudar. Seja uma pescadora na África querendo expandir o seu negócio, seja uma refugiada no Líbano buscando auxílio para comprar objetos necessários para o seu bebê; seja um empréstimo de dois, três ou cinco mil dólares: Kiva tem o propósito de ajudar quem precisa.

O grande diferencial da plataforma é, provavelmente, o fato de que não são apenas “doações” feitas a desconhecidos. Primeiro, Kiva evidencia a questão dos empréstimos – a ideia é que quem doe, ao receber o seu dinheiro de volta, doe novamente, fazendo aquele mesmo dinheiro chegar para outros que necessitam (e que, uma vez bem estabelecidos, obtêm formas de pagar de volta a quem emprestou) – o que um banco não faria sem juros, em contraste. Para Goffman, se, para um grupo de pessoas, um certo indivíduo for desconhecido, os observadores podem aplicar o que chamamos de estereótipo. Contudo, uma descrição da sua conduta e trajetória pode permitir que este grupo de pessoas passem a respeitar o desconhecido e considerar o cenário social no qual está inserido. Kando chama isso de “natureza humana”: tudo aquilo relacionado a sentimentos e impulsos que pertencem à humanidade em grande escala.

Autores como Shirky são otimistas e consideram que as pessoas, instintivamente, querem fazer algo para transformar o mundo em um lugar melhor. Ajudam, quando convidadas a fazê-lo: “o acesso a ferramentas baratas e flexíveis remove a maioria das barreiras (...) e permite que as pessoas se comportem de forma cada vez mais generosa, pública e social” (SHIRKY, 2011, p. 61). Novas ferramentas não causaram esses comportamentos, mas o permitiram. Uma mídia flexível, barata e inclusiva nos oferece agora oportunidades de fazer todo o tipo de coisas que não fazíamos antes. O próprio Facebook hospeda um aplicativo chamado “Causes” (Causas), que permite aos usuários fazer doações para causas filantrópicas; ele lista mais de 350 mil causas, que recrutaram cumulativamente milhões de usuários e receberam milhões de dólares. (O Aflac, um centro de luta contra o câncer no Children’s Healthcare de Atlanta, tem mais de 1

milhão de membros no Facebook.). Muitos sites são criados para ajudar as pessoas a fazer doações para várias instituições filantrópicas, como o DonorsChoose.org, para causas educativas, ou o Firstgiving.com, uma plataforma on-line para sites sem fins lucrativos (SHIRKY).

Benkler cita Kiva como uma organização que, de forma bem sucedida, aumentou níveis de benevolência, humanizando quem precisa de ajuda financeira. A prática de empréstimos sem juros é bem comum em economia menos desenvolvidas e, com a Kiva, conecta pessoas em países pobres que precisam de pequenas quantias de dinheiro (o site divide as histórias em categorias: “mães solteiras”; “refugiados”; “educação”; “empreendedorismo”). Benkler aponta para o fato de que não existem incentivos materiais para os credores (ou qualquer outra recompensa do tipo): no fim das contas, são desconhecidos vivendo em outros países. A resposta, para Benkler, está em humanizar as pessoas: a informação gera empatia e, conseqüentemente, temos níveis impressionantes de participação.

Se nós analisarmos as nossas vidas cotidianas, nós vemos que nós gastamos uma enorme parte de tempo, energia e dinheiro em humanizar as pessoas com nós trabalhamos e fazemos transações (...) Porque, não importa o quão subestimada a empatia seja na economia tradicional, negócios bem-sucedidos sabem que estes tipos de interações face-a-face são necessárias para se construir confiança, cooperação e relações lucrativas. Essas interações face-a-face geram estes sentimentos que nos motivam a trabalhar em cooperação uns com os outros em um modo que termina sendo mutuamente benéfico para ambos os envolvidos. E nós *queremos* sentir esses sentimentos – é por isso que nós construímos as nossas vidas com aqueles que compartilham as nossas experiências e os nossos laços em comum (BENKLER, 2011, p. 87, tradução nossa).

## **Referências**

BENKLER, Yochai. **The penguin and the Leviathan: the triumph of cooperation over self-interest**. Nova York: Crown Business, 2011

CARR, Nicholas. **The shallows: what the internet is doing to our brains**. Nova York: Norton, 2011

FLANNERY, Matt. **Kiva and the Birth of Person-to-Person Microfinance**. Boston: MIT Press Journals, 2007

GOFFMAN, Ervin. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, Editora Vozes, 2002

JOHNSON, Steven. **Everything bad is good for you**. Nova York: Riverhead, 2006

KANDO, Thomas M. **Social Interaction**. Califórnia: Mosby, 1977

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011

TURKLE, Sherry. **Life on the screen: identity in the age of the internet**. Nova York: Touchstone, 1997

ZUCKERMAN, Ethan. **Digital cosmopolitans: why we think the internet connect us, why it doesn't and how to rewire it**. Nova York: Norton, 2013