

**IMPERATIVO DA VISIBILIDADE E PROTAGONISMO DAS REDES:
UMA DISCUSSÃO SOBRE POLARIZAÇÕES MIMÉTICAS¹**

IMPERATIVE OF THE VISIBILITY AND PROTAGONISM OF THE NETWORKS:
A DISCUSSION ON MIMÉTIC POLARIZATIONS

Flávia Gabriela da Costa Rosa²

Resumo

Uma sociedade dominada pelas imagens e imersa nas apostas da tecnologia demonstra sua identidade através do comportamento daqueles que a compõem. Junto às ferramentas tecnológicas alguns fenômenos insistem em nos provocar: a amplificação dos discursos repetidos, a necessidade de fazer parte do espetáculo mediático, a suposta incapacidade de análises sobre acontecimentos contemporâneos sem reflexão e a repetição de elementos discursivos como mimese social. O apoio do senso crítico ancorado em um discurso de grupo também pode ser indicador de que o uso da tecnologia pode ser uma resposta social sobre o fechamento em bolhas de filtragens que podem trazer resultados perversos. As discussões trazem as contribuições de uma análise qualitativa com base no referencial teórico sobre o imaginário, utilizando os estudos sobre redes de Manuel Castells, civilização contemporânea de C. J. Jung e mimese na cultura, de Gunter e Wulf.

Palavras-chave:

Redes de comunicação. Redes sociais. Imaginário Mídiático. Mimese. Polarização.

Abstract

A society dominated by images and immersed in the bets of technology demonstrates its identity through the behavior of those who compose it. Along with the technological tools, some phenomena insist on provoking us: the amplification of the repeated discourses, the need to be part of the media spectacle, the supposed inability to analyze contemporary events without reflection and the repetition of discursive elements such as social mimesis. Critical-sense support anchored in a group discourse may also be an indicator that the use of technology may be a social response to bubble-closure filtering that can yield perverse results. The discussions bring the contributions of a qualitative analysis based on the theoretical reference on the imaginary, using the studies on networks of Manuel Castells, contemporary civilization of C. J. Jung and mimese in the culture, of Gunter and Wulf.

Keywords:

Communication Networks. Social networks. Imaginary Mídiático. Mimese. Polarization.

¹Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 8 – Redes de Comunicação, do VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018. (todas as notas devem utilizar fonte TNR corpo 10, espaço simples)

²Doutora e Mestre em Comunicação pela UNIP – Universidade Paulista. Docente na Associação Educacional Dom Bosco – AEDB e no Centro Universitários Teresa D’Ávila – UNIFATEA. Membro dos grupos de estudos em mídia e imaginários. Email: flavia.gabriela@aedb.br.

Contextos

Os acontecimentos de origem histórica interferem diretamente nas relações sociais. Fatos como: as mudanças na condução das religiões cristãs diante da liderança assumida por cada líder, os novos governos em diferentes partes do mundo ao longo dos séculos, a Revolução Industrial de meados do século XVIII: nenhuma relação social passou incólume diante de questões que podem parecer ser de realidades tão distantes àquelas concernentes às sociabilidades. No entanto, talvez de maneira muito própria à sua natureza, o final dos anos 2000 nos coloca diante do paradigma da velocidade. A tecnologia avança em seus formatos e com a promessa de que, junto às ferramentas que possibilitam o encurtamento de distâncias, é possível fazer sempre mais em muito menos tempo. Entra em cena o que Eugênio Trivinho chama de “dromocracia cibercultural” (2007), refletindo a influência da velocidade na nova cultura ciber, bem como, a lógica das relações a partir deste novo paradigma. Apoiado nos estudos de Virilho (1980), o autor afirma que, em sintonia a essas novas perspectivas, há uma nova visão do paradigma espaço-tempo, bem como a alteração do que se compreende por sociabilidades, baseado nos conceitos da sociodromologia. Nasce uma nova maneira de compreensão de mundo, onde se propõe uma lógica pura do tempo e espaço, com êxito sobre o que entendemos por território geográfico. Igualmente, se há uma compreensão da vitória da velocidade sobre o tempo lento para, a naturalização desta tendência para o campo das sociabilidades não demoraria. Sua completa naturalização dos conceitos de racionalização e tecnicização seriam estendidas a todos os âmbitos da sociedade, muito semelhante à política industrial.

Ambas as diretrizes de política industrial (ideológicas *lato-sensu*), taylorismo e fordismo – consolidaram ao longo da primeira metade do século XX, a noção mais acabada e (até hoje) influente de produtividade: maximização racional e técnica de resultados em grande escala, na menor fração de tempo e com base no menor esforço possível. Mediante tal processo de racionalização tecnoburocrática e científica, os fundamentos das metanarrativas iluminista e liberal viram-se assim lentamente concretizados, no sentido literal do termo,

instalando-se, de maneira imanente, nas estruturas materiais e operacionais de produção, e, a partir delas, no compasso das décadas posteriores – em bases sociotecnica mais complexizadas -, nas relações sociais em geral. (Trivinho, 2007. p. 61-62).

Em consonância com a evolução da tecnologia, essa lógica ainda poderia ir mais longe: empreender na ideia da velocidade e na otimização do tempo, com um aparato que estivesse cada vez mais adequado à esta velocidade. Nascem os “aparelhos inteligentes”, os *smartphones*. O mercado em geral, afirma que o primeiro aparelho celular teria sido colocado à venda em 1983, no entanto, a evolução do mercado *mobile* se dá em 2011, com um aparelho possível de se conectar à internet lançado pela IBM³.

Não há uma concordância sobre o primeiro modelo de aparelho que, hoje, viria a ser relógio, despertador, agenda, calculadora, computador, rádio, televisão, e telefone, entre outras funções, no entanto podemos afirmar: eles estão em todos os lugares. Na sociedade contemporânea, vivemos quase em uma ditadura social: onde há uma pessoa, há um *smartphone*. Utilizamos a palavra ditadura social, pois, no imaginário cultural, observamos que na contemporaneidade, a aceitação e utilização da ferramenta supera seu uso para fins exclusivamente técnicos. O aparelho vai de um espaço ao outro, em um limite quase “sem fronteiras” daquele local que lhe é permitido ou não. De uma maneira ou outra ele estará sempre ali.

A aposta do mercado deu tão certo que hoje, segundo recente pesquisa publicada pela FGV – Fundação Getúlio Vargas, intitulada “29ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas”⁴, o Brasil acumula a cifra de um *smartphone* por habitante. O levantamento aponta que, no total, são 220 milhões de celulares inteligentes ativos. Ainda aponta que já se somam 394 milhões os dispositivos conectáveis à rede mundial de computadores, entre desktops, notebooks, tablets e *smartphones*. O número representaria

³ Informações retiradas do site americano The Next Web. Disponível em <https://thenextweb.com/mobile/2011/12/06/the-history-of-the-smartphone/>. Acesso em 20.10.2018.

⁴ A 29ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas foi divulgada no mês de abril de 2018. A pesquisa na íntegra pode ser acessada no endereço <https://caesp.fgv.br/>. Acesso em 20.10.2018.

190% da renda per capita do Brasil, com previsão de, em 2019, este número alcançar a marca de 200%.

Tais informações evidenciam o quanto tais elementos delineiam e continuarão a influenciar todos os processos sociais da atualidade, entre eles, o indivíduo conectado em rede.

Imperativo da visibilidade

Junto às novas sociabilidades, um novo conceito de imagem emerge nas relações contemporâneas: a importância da visibilidade no universo do imaginário mediático construído pela força da democracia cibercultural. Torna-se necessário construir uma persona, verbete incluído nas novas estratégias de marketing das empresas. Essa persona deve representar o indivíduo no ciberespaço, e, de acordo com os novos paradigmas, propõe-se que, sem aderir a este pensamento, o indivíduo fica à margem das novas relações.

A cada dia novas maneiras são criadas pelas novas tecnologias para alimentar o processo “parecer para ser”. Desenhos que tentam exprimir sentimentos, palavras próprias para definir conceitos, num contínuo de abastecimento de informações e imagens que impelem o indivíduo a ceder a esta nova dinâmica social, pautada pela necessidade de fazer parte do espetáculo que se constroi a partir da representação, ou da realidade parcial, conforme nos provoca Debord (2012).

Conforme apontamos acima, esta dinâmica é muito própria do que nos propõe outras esferas do campo social, que pode estar muito mais inclinada ao domínio do capitalismo e à produção exacerbada, do que propriamente motivada pelo senso de pertença. Ao transferir o sentido das conexões para o universo do “parecer”, entendemos que há uma necessidade do mostrar, reduzindo a importância do tempo presente, ou do real, que nas palavras de Debord, também o leva a reduzir a sua complexidade: “Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico” (p. 18).

Por outro lado, outros elementos importantes também devem ser considerados nesta tentativa de estar em sintonia com o grupo social. Isso porque, o coletivo poder ser utilizado como instrumentalização para a irresponsabilidade de um desejo individual.

Aponta-nos Carl G. Jung (2012) que, com a força do imperativo da visibilidade impulsionado pelas novas tecnologias, o indivíduo pode usar o grupo para externar seu lado mais perverso, e

encontra o lugar ideal para isso nos tempos das sociabilidades contemporâneas, o que denomina por “drama contemporâneo”.

Todo indivíduo é, inconscientemente, pior em sociedade do que quando atua por si só. O motivo é que a sociedade o arrasta e na mesma medida o torna isento de sua responsabilidade individual. Um grupo numeroso de pessoas, ainda que composto de indivíduos admiráveis, revela a inteligência e moralidade de um anila pesado, estúpido e pré-disposto à violência. Quanto maior é a organização, mais duvidosa é sua moralidade e mais cega a sua estupidez. (Jung, C. G. 2012. P. 63).

O que Jung nos impele a pensar é que, à luz do coletivo, é mais fácil que as piores sombras individuais se revelem, ou seja, em “massa” a psicose fica subentendida, o que, em aspectos individuais seria impossível de ocorrer.

Os aparatos conectados em rede sugerem que “todos podem falar”, porém, Jung nos aponta que “todos” mais repetem o comportamento dos outros do que revelam as suas próprias intenções.

É aqui que entra o protagonismo das redes e os indícios de polarização miméticas: os novos modelos de negócio sugerem o rastreamento do caminho do indivíduo por quaisquer páginas às quais ele visita. Os novos algoritmos⁵ tornam esse um modelo promissor, que permite identificar gostos e pensamentos semelhantes para “adequar” produtos serviços e pessoas com os mesmos interesses e desejos.

É assim que a rede social *Facebook*⁶, por exemplo, sugere quem podem ser seus próximos amigos, ou as páginas que trarão a você conteúdos que lhe interessem, com base nas

⁵ Trata-se por algoritmos, toda a organização lógica para o processamento de informações. Segundo Witczak e Czekster, o sequenciamento das informações, que atualmente é a base de direcionamento das informações por perfil de usuários, podem determinar a forma de ser, pensar e estar no mundo, já que ele tem objetivos de marketing delineados e claros.

⁶ O Facebook foi lançado em 2004 e tem como um de seus fundadores Mark Zuckerberg, então universitário de Harvard. Sua tradução literal “livro de caras” propõe criação de uma rede de “amigos” virtuais com a proposta de conexão social. Por isso é considerada uma das maiores “redes sociais” da atualidade.

postagens com as quais você interage. Também o *Instagram*⁷ oferece uma lista de contatos que podem fazer parte da sua “rede de amigos”.

Esse mecanismo “da rede” que propõe uma “rede adequada aos seus interesses”, são as discussões às quais nos ocupamos.

Zigmunt Bauman e David Lyon (2013) chamaram este fenômeno de vigilância líquida. Ele problematiza o fato de que tudo vira uma estratégia de negócio com vistas ao lucro: para os nichos de mercado e prontos para uso, e que também “excluem” consumidores falhos e indolentes; “seria desperdício de recursos”.

Discutimos desta forma o utilitarismo que emerge na contemporaneidade sobre as redes, nos propondo uma dinâmica social categorizada e que permite diálogo somente com aquilo que faz sentido para determinados grupos, de acordo com seus gostos. São redes falando para si, fechadas em seus próprios mundos através das “bolhas de filtragens” e que facilitam os ameaçadores processos de polarização.

Redes e protagonismos

Diante de tantas mudanças e contextos, podemos afirmar que vivemos a era da personalização de conteúdos e contextos. Há uma proposta em andamento, do que Castells (2016) chama de língua universal digital. Essa “língua” propõe a integração da produção e distribuição de palavras e conteúdos gerados pela cultura de um grupo, aperfeiçoando-a de acordo com as identidades dos indivíduos.

Esse movimento, que hoje é tendência para as empresas como visto acima, já foi identificado como uma excelente oportunidade de negócios. São equipamentos de tecnologia de informação cada vez mais modernos, e com eles, as novas ferramentas e as “redes sociais digitais” ganham cada vez mais espaço. Há recursos conectados que permitem a “conversação” de uma plataforma com a outra, bem como de uma tecnologia para outra.

Há redes sociais digitais de amigos, para fotos, para compartilhamento de notícias, para compartilhamento de opiniões e comentários em 140 caracteres. Há redes sociais para

⁷ Aplicativo com proposta de rede social virtual para postagem de fotografias e vídeos lançando em 2010, de propriedade do Facebook. Reportagem publicada pela revista Exame, em junho de 2018, informa que o *instagram* possui hoje mais de 1 bilhão de usuários ativos. Disponível em <https://exame.abril.com.br/tecnologia/instagram-superou-1-bilhao-de-usuarios-ativos/>. Acesso em 21.10.2018.

compartilhamento de áudios e até para otimizar fluxos de trabalho. Os aplicativos de banco, obedecendo a esta lógica, permitem criar “rede de relacionamentos” com outros correntistas das mesmas instituições bancárias. Há redes sociais digitais para a busca de parceiros, para compartilhamento de livros e até para seguidores da mesma religião. O *whatsapp*⁸ permite a partilha de informações em grupos variados: de grupos de mães na escola até carona compartilhada. Tudo é muito rápido, não há mais tempo de se ler todas as notificações que vão se aglomerando nos celulares.

Essas transformações promovidas pela tecnologia não se constroem sozinhas. Os indivíduos vão respondendo às inovações tecnológicas e, não apenas vão se moldando à elas, mas participam ativamente desta construção. Por traz de cada inovação há um desejo identificado, uma maneira de comportar-se, uma utilização e uma adesão participativa.

Para Castells (p.64), há uma retroalimentação que, provavelmente tenha seu início com os movimentos libertários da década de 60.

É claro que a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, uma vez que muitos fatores, inclusive criatividade e iniciativa empreendedora, intervêm no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo. Na verdade, o dilema do determinismo tecnológico é, provavelmente, um problema infundado, dado que a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas. (Castells, M. 2016. P. 64).

⁸ O aplicativo de mensagens instantâneas já é utilizado como rede social. Criado em 2009, seus idealizadores trabalharam para a rede social *Twitter*. Também foi comprado pelo Facebook em 2014, e protagonizou recentemente um escândalo sobre a suspeita de ter sido utilizado com verba irregular de campanha por um candidato à Presidência da República em 2018. Sua performance está no cerne nas discussões sobre *fakenews*, em virtude de possibilitar compartilhamento rápido de informações. Inferência da autora com informações do site da Revista Exame. Disponível em <https://exame.abril.com.br/tecnologia/28-curiosidades-sobre-o-whatsapp-que-talvez-voce-nao-saiba/>. Acesso em 25.10.2018.

Faz-se importante na contemporaneidade analisar-se o fenômeno na visibilidade e da busca das conexões em rede e discursos em massas. A proliferação cada vez maior de textos compartilhados, de narrativas através de conteúdos críticos disfarçados de brincadeiras e piadas, os famosos “memes”, nos mostram quão complexo é o processo social, já que a humanidade sempre produziu textos e contextos.

No entanto não podemos descartar a instrumentalização dessas produções a despeito do capitalismo emergente e das polarizações evidentes resultado dos fechamentos nas bolhas de filtragens. É Castells que mais uma vez evidencia as ideias e crenças que eclodem no “momento certo”, sempre alinhado aos momentos em que as redes conectam pontos cruciais em defesa dos mesmos ideais, mesmo que se excluam alguns. Provavelmente as observações mais próximas destes fenômenos auxiliariam não somente na compreensão e reflexão das novas sociabilidades, mas na tendência de novos comportamentos sociais, inclusive a polarização em evidência.

Segundo a experiência histórica sempre existiram ideias e crenças de todos os tipos à espera para eclodirem no momento certo. É significativo que o fundamentalismo, quer islâmico, quer cristão, tenha se difundido (e continuará a expandir-se) por todo o mundo no momento histórico em que redes globais de riqueza e poder conectam pontos nodais e valorizam os indivíduos em todo o planeta, embora de desconectem e excluam grandes segmentos das sociedades, regiões e até países inteiros (Castells, M. 2016. P.79).

Além desses elementos, toda a estrutura capitalista por detrás da proposta das novas tecnologias não deve ser relegada. Nunca as imagens tiveram tanto valor. Além do imperativo da visibilidade, vive-se o imperativo da felicidade. As imagens produzidas diariamente em profusão querem reverberar um conceito de felicidade que às vezes nem existe, em uma busca incessante de legitimação pela exposição que pode incentivar a fuga da vida verdadeira, com todos os seus paradoxos. Adere-se a uma inversão de valores, onde o natural perde espaço para a imagem técnica, reproduzida, que na foto do celular oculta a real sensação de viver o momento a despeito da sua representação. Para Edgar Morin (2015), vivemos a crise da

individualização, que vai dos grandes aglomerados dos centros urbanos onde se vive em “amontoados”, até a individualidade pessoal de cada um. Esses espaços não nos pertencem mais e estão todos ocupados pelos grandes prédios, pelos intensos movimentos de carros, ou pela monetização dos clicks nas redes sociais.

Sobre polarização e mimese

As novas interações mediáticas chegaram e já deram seu recado: a validação das opiniões e posicionamentos ganham sempre um importante impulso das novas tecnologias, em especial das plataformas em rede. No movimento interativo, onde a própria rede pergunta “o que você está pensando?”, é possível compartilhar uma notícia se, claro, ela causar identificação no indivíduo. Como já mencionamos neste texto, os algoritmos ocupam um papel central neste processo, já que direcionarão sempre informações e pessoas com perfis semelhantes ao de cada usuário. É a lógica mercadológica que muito os diz sobre a cultura mediática, mais especificamente no campo da cibercultura.

A mídia quase ocupa o papel de um oráculo, que possui todas as informações e respostas para as angústias causadas quase sempre por um vazio. Se não o vazio das relações superficiais, o vazio causado pela grande exposição e monitoramento diário de cada momento vivido pelo usuário. Dentre os vazios, um tem ganhado destaque na atualidade: o vazio do conhecimento individual e da terceirização da memória. Todas as informações podem ser acessadas, com a tecnologia mobile, a qualquer hora e de qualquer lugar. Elas não precisam mais fazer sentido em consonância da história de vida ou da bagagem cultural de cada indivíduo, ela está armazenada no big data. Ela é sugerida pelos meios que, em busca da promoção de seu produto, a informação, se torna os grandes conselheiros da sociedade contemporânea, Não que os meios, que obviamente aderiam às novas ferramentas de interação e comunicação, não sejam importantes para a formação da opinião pública. O grande paradoxo é a evidência de que, muito mais que um compromisso com esse importante papel, um elemento predomina, que é a disputa pelos acessos que geram cliques, logo, a monetização de um trabalho tão genuíno.

É onde entram as convicções pessoais, que dão o tom para a interpretação de mundo. Do caráter individual, ela se amplifica com o agrupamento das pessoas em massa, que é o que permitem as redes sociais digitais.

Segundo Cornelius Castoriadis, em uma de suas falas publicadas livro que organizou seus debates no período de 1974 a 1997, entender que as reações de uma sociedade refletem o que realmente pensam, é de alguma maneira aceitar que tais reações não estão descoladas do seu universo imaginário. Para ele, cada sociedade é ela própria um sistema de interpretação de mundo, sendo o ataque a estes comportamentos algo extremamente agressivo.

Cada sociedade é um sistema de representação de mundo. Mais rigorosamente ainda, cada sociedade é constituição, na verdade criação, do mundo que vale para ela, de seu próprio mundo. E sua identidade nada mais é que esses sistemas de interpretação, ou melhor, de atribuição de sentido. É por isso que se você atacar esse sistema de interpretação, de atribuição de sentido, atacará mais mortalmente do que se atacar sua existência física, e, em geral, ela irá se defender de modo muito mais selvagem. (Castoriadis, C. 2006. P. 69).

E é neste ponto que entra a ideia central da mimese. Se a cultura se baseia em um mecanismo de repetição, de que maneira entender as relações de comunicação, se não pela observação do comportamento dos grupos? Por que ainda nos assusta o fato de que a interação com as redes muitas vezes, nos parece tão assustadora, se ela é o reflexo de tudo o que um grupo pensa ou pode ser ainda a maneira de se reagir aos movimentos e mudanças sociais? René Girard (2011) afirma que “a evolução humana por si só, é um contraponto à permanência, já que a cultura traz em si o contexto importante da imitação, reforço e conservação”.

Gebauer e Wulf (2004) afirmam que o próprio gesto é a imitação, e por isso, a mimese social deve ser analisada de forma profunda, levando consideração que o saber prático se constitui de saberes conscientes e inconscientes.

Não seria essa uma resposta aos frequentes casos de polarizações miméticas, muitos deles com resultados catastróficos e de incentivo à violência? Não estariam esses “monstros assustadores”, adormecidos até então, encontrando espaço para se manifestarem?

Com ajuda de codificações simbólicas, normas sociais e valores das instituições são fixados, e, a seguir mediados de forma

consciente e inconsciente. O decisivo nisto é que as instituições sociais emprestem continuidade e duração aos processos miméticos. (Gebauer, Wulf. 2004. P. 130).

Como a cultura tem como elemento primordial a mimese, que se faz através das memórias, em tempos de dromologia estamos suscetíveis não somente a perdermos as referências que nos trouxeram até aqui. Faz-se urgente e necessário um diálogo sobre os comportamentos por padrões de repetição que vemos emergir. Como nos diz Malena Contrera (2010), “é preciso resgatar as redes de sentidos por detrás de uma imagem/ conteúdo com o qual entramos em contato”.

Em tempos de publicização de conceitos, a informação não pode ser ela própria o produto de um processo produtivo, o que já pode ser uma realidade com de acordo com Castells (2016), mas deve servir como repertório para o entendimento das relações que se constroem na era da informação.

Referências

Inserir aqui as referências em fonte *Times New Roman*, em corpo 11 (onze), com espaçamento simples entre as linhas. As referências devem ter os dados completos e seguir as normas da APA para trabalhos científicos. Cada referência deve ocupar um parágrafo, sem indentação.

Referências

Amon, Denise; Guerra, André; Guareschi, Pedrinho A. 2018. Psicologia, Comunicação e Pós-verdade. 2ª ed. Porto Alegre: Abrapso Editora,

Bauman, Zygmunt; Lyon, David. 2013. Vigilância líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora.
_____. 2010. Capitalismo parasitário e outros temas contemporâneos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

_____. 2001. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Castells, Manuel. 2016. A sociedade em rede 17ª ed. São Paulo: Paz & Terra
Indicação de edição

Contrera, Malena. 2010. Mediosfera – Meios, imaginário e desencantamento do mundo. 1ª ed. São Paulo: Annablume.

Debord, G. 1997. A Sociedade do Espetáculo, Tradução de Estela dos Santos Abreu, Rio de Janeiro: Editora Contraponto.

Escobar, Enrique; Gondicas, Myrto; Vernay, Pascal (Orgs.) 2006. Uma sociedade à deriva: entrevistas e debates – 1974 – 1997. São Paulo: Ideias e Letras.

Girard, René; Antonello, Pierpaolo e Rocha, João Cezar de Castro. 2011. Evolução e Conversão - Diálogos sobre a origem da cultura. São Paulo: Realizações Editora.

Gebauer, Gunter; Wulf Christoph. 2014. Mimese na Cultura. 1 ed. São Paulo: Annablume

Jung, C.G. 2012. Civilização em Mudança: aspectos do drama contemporâneo. In: Obras Completas de C. G. Jung, vol. X/2. 5ª ed. Petrópolis: Vozes.

Morin, Edgar. 2015. A via ara o futuro da humanidade. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Trivinho, Eugênio. 2007. A dromocracia cibercultural – Lógica da vida humana da civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus.

Acessos pela internet

Instagram superou 1 milhão de usuários ativos. Disponível em <https://exame.abril.com.br/tecnologia/instagram-superou-1-bilhao-de-usuarios-ativos/>. Acesso em 21.10.2018.

The history of the smartphone; Informações retiradas do site americano The Next Web. Disponível em <https://thenextweb.com/mobile/2011/12/06/the-history-of-the-smartphone/>. Acesso em 20.10.2018.

28 curiosidades sobre o whatsapp que talvez você não saiba. Disponível em <https://exame.abril.com.br/tecnologia/28-curiosidades-sobre-o-whatsapp-que-talvez-voce-nao-saiba/>. Acesso em 25.10.2018.

29ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas. Disponível em <https://eaesp.fgv.br/>. Acesso em 20.10.2018.