

## Espaços digitais e territorialidade midiática<sup>1</sup>

César Steffen<sup>2</sup>

**Resumo:** com o desenvolvimento da Internet surgem os espaços digitais, territórios de interação e comunicação demarcados pelas identidades, processos comunicacionais e discursivos dos diversos campos sociais que ao meio convergem e se utilizam em seus processos de interação. Estes espaços projetam, simulam e criam novas instâncias de relação e interação entre os diversos atores e campos sociais, que projetam seus fazeres e estratégias formando, assim, as fronteiras no espaço midiático de comunicação..

**Palavras-chave:** Internet; espaço digital; comunicação; mídia.

### 1. Introdução

O século XX foi pródigo no desenvolvimento tecnológico. Nunca em um único século a ciência e a tecnologia evoluíram tanto e trouxeram tantas mudanças para a vida do homem. E este avanço tecnológico se refletiu nas tecnologias de comunicação, com o surgimento e desenvolvimento do rádio, do cinema, da televisão, a popularização dos jornais impressos e das revistas, meios cuja influência na sociedade ainda hoje é medida e discutida.

O apagar das luzes do século ainda reservava o surgimento de uma nova mídia: a Internet. Fruto de um projeto militar que buscava criar um sistema de comunicação que sobrevivesse a uma guerra em larga escala, através das universidades e centros de pesquisa a Internet evoluiu de um aparato técnico de pesquisa e troca de dados para uma poderosa ferramenta de comunicação presente hoje em praticamente todas as formas de relação econômica, política e social, tanto locais quanto globais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2005.

<sup>2</sup> Publicitário formado pela UFRGS, mestre em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Professor do curso de Administração de Marketing da FARGS. [steffen@portoweb.com.br](mailto:steffen@portoweb.com.br)

Neste trabalho buscamos caracterizar e conceituar os espaços digitais de comunicação e interação surgido com o advento da *Internet*, identificando também os processos e fazeres que este elemento traz aos processos sociais contemporâneos.

Para tanto, percorreremos um percurso que inicia com uma breve caracterização da *Internet* como mídia, noção que suporta e auxilia a compreensão daquilo que entendemos como espaço digital. A seguir, através de alguns exemplos, apontamos os elementos e funções destes espaços digitais na sociedade, a fim de reforçar e esclarecer nossa construção conceitual.

Estaremos, em todo este percurso, acompanhados dos conceitos de campos sociais e de esfera pública. Cabe então esclarecer que, por campos sociais entendemos, conforme Bourdieu (2000), integrantes dos processos sociais que compartilham de identidades, fazeres e processos discursivos comuns, sustentando sua existência a partir destas regras. Em mesmo sentido, colocamos que, por esfera pública, acompanhamos Rodrigues (2003:s.p.), que entende como o “conjunto dos discursos e das acções que têm a ver com o domínio da experiência dos todos, que interferem com a experiência da interacção e da sociabilidade”.

## **2. Os espaços digitais**

Sabe-se que o desenvolvimento da *Internet* nasceu da necessidade de um sistema de comunicação militar durante o período da guerra fria, levando a uma tecnologia que permitisse as mensagens circular por caminhos diferenciados, chamados “nós”, sendo então os pedaços remontados no ponto de destino, processo que só cessaria com a destruição total da rede.

A *Internet* desenvolveu-se sobre uma tecnologia então restrita, os computadores, grandes máquinas que ocupavam salas especiais e realizavam as mais complexas operações de cálculo e armazenamento de dados. Tais máquinas eram manipuladas apenas por especialistas em seus processos e procedimentos, nas poucas instituições que possuíam a capacidade financeira, técnica e de pessoal para mantê-las.

Entretanto, a tecnologia evoluiu e estas máquinas ficaram gradativamente menores, mais baratas e de uso mais intuitivo, passando a possibilitar a manipulação por não especialistas, onde o “Machintosh”, lançado na primeira metade da década de 80, é o grande emblema. Este sistema e outros, como o Microsoft Windows, evoluem facilitando cada vez mais seu uso e interação, e adicionando recursos de som e imagem em movimento, o que aproxima o computador da experiência midiática-sensorial de meios como o rádio, a televisão e o cinema, transformando-se assim num elemento de entretenimento, diversão e informação manipulada conforme os objetivos e usos que cada usuário dá à máquina.

Da mesma forma a Internet evolui dentro dos centros de pesquisa, evoluindo de um sistema de troca de informações até as interfaces gráficas da “WWW”, criada por Tim Berners-Lee na primeira metade da década de 1990. Com estes recursos a rede torna-se comercialmente atraente e ganha espaço na mídia, pois torna a *Internet* uma experiência acessível aos usuários leigos.

Basta digitar um endereço, apontar o “mouse” e clicar numa figura ou “link” para que os processo de contato e navegação desejado se produza, permitindo acesso a conteúdos, imagens, gráficos e animações que tornam a rede um “produto” atraente. Este “produto” gera uma corrida pelos seus espaços, onde empreendedores e empresas passam a disponibilizar acesso e usar seus recursos dentro de variadas estratégias comunicacionais e comerciais.

Notamos, assim, que a tecnologia digital da *Internet* insere-se no contexto social, servindo a trocas simbólicas e discursivas entre pessoas conectadas em e por meio de seus dispositivos, suportando uma prática de interação simbólica que nos permite reconhecer esta tecnologia como meio de comunicação. Consideramos então o que faz desta tecnologia um meio de comunicação social, uma mídia, elemento integrante e operador do campo midiático.

Segundo Alsina (2001:62), a comunicação social sofre a intervenção tecnológica na mediação de uma mensagem, havendo uma separação entre os sistemas de produção e recepção, ou seja, há uma separação física entre instâncias de produção e recepção que se comunicam por via de uma tecnologia. Já para Verón (1987:12), para

ser considerada como meio de comunicação social, uma tecnologia deve satisfazer um critério de acesso plural às ofertas de mensagem, um critério sociológico de produção, circulação e reconhecimento de mensagens.

Em mesmo sentido Jacques Perriault (1991), levantando a hipótese de que as pessoas que utilizam as “máquinas de comunicação” fazem-no por e a partir de uma estratégia própria, foca-se no conjunto de práticas de comunicação que condicionam os usos e valores dos meios, buscando entender o modo pelo qual se fazem os usos dos objetos técnicos como elementos comunicacionais.

Para o autor as máquinas de comunicar - que aqui entendemos como os meios, as mídias, apesar de o texto do autor tratar das máquinas num sentido muito mais amplo - têm marcado seus usos por um desejo ou necessidade de simulação do real por parte do ser humano, pela necessidade de recordação e projeção da suas subjetividades intrínsecas para outro(s) ser(es) humano(s).

Para o autor estas máquinas só adquirem sentido e valor a partir destes usos sociais. Assim, afirma que a apropriação das máquinas tem duas dimensões, sendo estas a técnica, a capacidade de manipular o objeto, e a simbólica, a subjetividade que se projeta sobre esta máquina.

A partir destas três perspectivas, percebemos que um meio de comunicação social deve ser entendido como um dispositivo tecnológico de interação utilizada por subjetividades e identidades para circular e projetar para outro mensagens e enunciados conduzidos através de uma tecnologia.

Assim, um meio de comunicação comporta uma tecnologia de produção e reconhecimento de mensagens, para a qual os diferentes campos e atores convergem e se conformam para circular, processar e evidenciar suas comunicações. O próprio surgimento e desenvolvimento da *Internet*, de sistema de troca de dados à meio de comunicação, como citamos acima, demonstra e reforça a idéia que uma tecnologia ganha sentido como meio de comunicação a partir de seu uso social.

Dessa forma, a caracterização da *Internet* como mídia surge do somatório entre a sua tecnologia e os usos, incidências e valores dados a estes pelos diversos e diferenciados usuários, atores e campos. Estes podem, então, interagir, trocar, inserir e ofertar os mais diversos conteúdos, fazer visíveis e colocar em pauta suas visões e opiniões e circular seus fazeres e processos de e para os demais usuários e campos em larga escala.

### **3. Surgem os espaços digitais**

Estes espaços de comunicação surgidos com o advento da *Internet*, cuja tecnologia e suporte permitem a múltipla conexão e trocas entre usuários nos mais diversos pontos, criam novas formas de contato, eliminando distâncias físicas e geográficas. Da mesma forma ampliam as fronteiras dos indivíduos, das cidades, das nações, que encontram nos espaços digitais da *Internet* um elemento de ampliação e expansão.

Os espaços digitais surgidos com a *Internet* se apresentam e se constituem através de metáforas de lugares – ou não-lugares como diria Auge (1994) – de pontos “geográficos” promovidos pela tecnologia informática e digital, onde o contato insere os usuários em diferentes e diferenciados fluxos de informação.

Nestes espaços a sensação de deslocamento se apresenta através das diferentes interfaces construídas, e se faz presente como uma topografia peculiar, uma “localização espacial” no espaço de interação num mundo digital, onde a lógica deste deslocamento se constrói através de hipertextos<sup>3</sup> e processos interativos informatizados.

A máquina, o computador e seus elementos – tela-teclado-*mouse*-etc. - insere o usuário-cidadão num ambiente de contato e interação, onde o seu eu se projeta numa metamorfose digital interativa. Manifestando e dando roupagem a suas subjetividades, que se projetam e se manifestam em estratégias de uso e manipulação das tecnologias, o

---

<sup>3</sup> Por hipertexto entendemos, conforme Landow (apud FRAGOSO, 2002a:s.p.) “uma escritura não-sequencial, um texto que se bifurca, que permite que o leitor escolha e que leia melhor em uma tela interativa. De acordo com a noção popular, trata-se de uma série de blocos de texto conectados entre si por nós, que formam diferentes itinerários para o usuário” Esta construção e navegação por hipertextos se dá e se faz através de links, a que entendemos como “um instrumento de construção de relações semânticas, um modo de construir conexões entre coisas.” (Johnson, 1997, p. 111 apud FRAGOSO, 2002).

espaço digital transforma-se num ponto de encontro e convergência de várias operações e suas representações simbólicas dos diversos sujeitos envolvidos.

Assim os espaços digitais configuram-se como um espaço plural de deslocamento, contato e acesso onde a lógica de cada ator integrado ao processo faz-se presente e constante alterando, redirecionando e gerando novas configurações e novos fenômenos a cada instante.

Vemos então que os espaços digitais da *Internet* não se configuram como uma esfera autônoma ou desconectada dos processos sociais em que se insere. Ao contrário, se conecta aos processos dos atores e campos, dando novas características e nova roupagem aos processos comunicacionais e interacionais, tornando-se assim fator de tensionamento e de aproximação das relações entre atores e campos sociais.

Assim, os espaços digitais se apresentam como um espaço de comunicação e mediação através de redes tecnológicas informatizadas onde as subjetividades e processos dos diversos atores e campos se projetam para construir processos e elementos comunicacionais.

Os espaços digitais não existem enquanto materialidade, mas se fazem presentes como pontos de encontro, “lugares” onde ocorrem processos de interação por via tecnológica onde as funções, tarefas e processos de cada ator e campo são construídos conforme suas estratégias, desejos e necessidades e as expectativas do outro que acessa e interage com o espaço.

Exemplificando: um banco na *Internet* simula um banco físico em suas funções e operações, ampliando as possibilidades de relação deste com seus clientes e quebrando com algumas marcas temporais presentes nas agências e espaços físicos; uma sala de *chat* emula uma conversa presencial, que se projeta sobre um espaço, uma camada de tecnologia digital que amplia ou cria novas relações.

Um exemplo final: uma sala de aula digital insere alunos e professores numa relação de troca e experimentação na busca do conhecimento onde cada um, em seu espaço físico individual conectado à rede se projeta e interage com os demais,

construindo e operando uma relação de ensino. É semelhante a uma sala de aula física: há leituras a fazer, há trabalhos a realizar, há debates a participar, interferir e mediar, mas estas ações se fazem e se dão sobre uma camada tecnológica de comunicação.

Vemos, então, que os espaços digitais ajustam-se, são formados pelas culturas, operações e estratégias daqueles que nele adentram, formando seus caminhos, sua topografia. Torna-se assim mais um elemento para formação de imagem, circulação, negociação e visibilidade dos processos de interação e negociação dos diversos campos em sua relação com os demais atores e campos.

Vários autores argumentam (ver Lévy, por exemplo) que a conexão aos sistemas da *Internet*, o potencial para a livre emissão e recepção somados à facilidade de acesso à maior variedade de fontes de informação, poderiam aprofundar o conhecimento dos fatos e fatores, qualificando as opiniões, a formação política dos cidadãos e a relação destes com as estruturas de regulação e poder da sociedade. Celso Cândido (1999) chega a mencionar a possibilidade da criação de uma “*Ágora Virtual*”, semelhante as *Ágoras Gregas*, onde através dos sistemas digitais os cidadãos poderiam se reunir para resolver debater e decidir as demandas sociais.

Cabe referir também, como nos diz Maia (2002), que a tecnologia não determina a interação nem garante a crítica ou a reflexão, ou seja, a simples promoção de espaços tecnológicos de interação não garante a necessária negociação entre os atores ou a reflexão por parte dos receptores. A autora (MAIA, 2002:56) cita uma série de estudos empíricos que demonstram que as pessoas conectadas através do espaço digital expressam as próprias opiniões, buscam e disponibilizam informação sem que se vincule a um debate propriamente dito.

Tomando esta posição como eixo argumentativo podemos considerar que, se não há debate ou negociação, mas sim difusão e busca de visibilidade, onde cada um insere seus processos e visões sobre um tema em pauta sem trocar com os demais há na verdade uma busca de influência sobre o processo que parte de uma individualidade que se projeta sobre um todo podendo gerar maiores ou menos efeitos.

Assim, deve-se levar em conta que, como já foi dito, os espaços digitais se inserem na sociedade, refletindo os seus processos culturais e trazendo reflexo e efeitos aos mesmos. Neste aspecto é interessante citar o exemplo da cidade de Bolonha, citado por Rousiley Maia (2002:53), onde foi implantado um sistema que garantia a universalidade de acesso a *Internet* e a espaços de interação e troca, mas estes se mostraram mais utilizados para assuntos gerais, como esportes, televisão, novelas, etc., do que para questões políticas.

Analisando o mesmo caso Guidi (2002), adotando uma perspectiva aparentemente mais quantitativa, considera a experiência de Bolonha como positiva pela constituição de um espaço e de ofertas de tecnologia – salas com computadores conectados, liberdade de uso e acesso, treinamento, etc. - que facilitaram o acesso às mais variadas camadas da população o que, somado ao retorno obtido através do cadastramento e procura tornaria a experiência de Bolonha positiva.

A autora adverte para os perigos de iniciativas como estas gerarem novas estratificações sociais, mostrando uma visão bastante diferenciada da de Maia que, focada nos usos e apropriações do espaço por parte dos usuários, avalia a experiência de Bolonha como exemplo e emblema de um fazer político desgastado e cada vez mais afastado dos cidadãos.

Mas o que nos leva a citar tal exemplo é o fato de observarmos a forte vinculação que o uso e a manipulação dos espaços digitais possui, como já afirmamos, com as individualidades, subjetividades, anseios e expectativas daqueles que dele se utilizam, sendo estas os condutores, balizadores e formatadores do processo de conexão e interação.

Como já referimos, a *Internet* não é uma mídia isolada, mas que existe, ganha sentido a partir dos usos sociais que dela é feito. Logo, os processos dos usuários no espaço digital, tensionados e influenciados pelos diversos processos e instâncias sociais, irão se projetar e se fazer presentes neste espaço, refletindo a cultura e os fazeres destes usuários e campos. Ora, como vimos a *Internet* evoluiu de um meio para armazenamento, circulação e recuperação de dados e informações para suportar



diferenciadas práticas simbólicas e discursivas pelas incidências de diferentes atores e campos.

#### 4. Domínios e identidades formam as fronteiras

Os diversos campos sociais passam, então, a se organizar em função do meio, investindo no mesmo para o cumprimento de seus processos e suas estratégias simbólicas. A tecnologia ganha então valor e sentido social, formalizando e operando interações e negociações sobre suas redes técnicas, tornando-se meio pela qualificação conferida por processos sociais e políticos concretos. Além disso, o meio passa a criar suas regras e operações internas, mas também a sofrer regulamentações externas. Um exemplo é a questão dos domínios, os endereços dos *websites* e servidores no meio.

Os procedimentos e noções legais inerentes a estas configurações são bastante imprecisos. Segundo as regras da FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - pioneira no uso da rede e responsável pela administração dos domínios no Brasil<sup>4</sup> através do sistema “Registro.br”, para registrar um domínio:

“é necessário ser uma entidade legalmente representada ou estabelecida no Brasil como pessoa jurídica (Instituições que possuam CNPJ) ou física (CPF) que possua um contato em território nacional<sup>5</sup>.”

Uma empresa, ou entidade<sup>6</sup> como é tratada nos textos e informações contidas no website “Registro.br”, pode registrar e administrar vários domínios com extensões diferentes, desde que adequadas à categoria a que pertencem, bastando para tanto possuir um Cadastro Nacional de Pessoa jurídica – CNPJ – Cadastro de Pessoa Física – CPF – ou registro de entidade de classe válido para registrar um domínio<sup>7</sup>.

Existem vários tipos de domínios com extensões diferentes, voltados aos mais variados tipos e qualificações de empresas como, por exemplo: “IND.BR” para indústrias, “NET.BR” e “PSI.BR” para empresas provedoras de meios físicos de acesso

---

<sup>4</sup> Para maiores informações sobre a regras de registro e o acordo entre a FAPESP e a empresa detentora do domínio sugerimos a leitura do texto completo em anexo ou o acesso à página do “Registro.br”, disponível em <http://registro.br/acordo/acordo.html> [11/2002].

<sup>5</sup> <http://registro.br/info/dicas.html>

<sup>6</sup> Entidade é usada pelo “registro.br” para denominar as empresas e/ou usuários cadastrados no sistema, com username e senhas próprios e intransferíveis, que satisfazem as exigências e regras para operar, registrar e manter de um domínio virtual

<sup>7</sup> O CPF só pode ser usado para registros de domínios com extensão “.NOM.BR.”, vinculados a uma pessoa física, ou domínios vinculados a profissionais liberais, como “.ADV.BR” para advogados ou “.ODO.BR” para dentistas.

à Internet, como as operadoras de telecomunicações, “JOR.BR” para profissionais do jornalismo, etc<sup>8</sup>.

A criação destas extensões, processo em permanente desenvolvimento, deve-se à necessidade de evitar conflitos no uso de domínios por empresas de mesmo nome, mas que operam em segmentos diferentes, num processo semelhante ao que ocorre com o registro de marcas em categorias diferentes no INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

Notamos assim que a extensão de um domínio virtual é diretamente vinculada à atividade e aos fazeres, ou seja, a identidade de quem registra, o que nos permite citar que se vinculam ao campo social em que esta entidade se insere, pois a sua configuração se constrói a partir dos fazeres, competências e, principalmente, identidades do que neles investem.

Estes domínios sinalizam e demarcam os espaços de interação, identificando aqueles que nele estão investindo, onde a própria denominação “domínio” para os endereços mostra a questão territorial, de posse, demarcação e identificação que se forma nos espaços digitais dos websites. Demarcam, assim, os espaços digitais como territórios, uma área de posse de um campo onde se manifestam suas identidades e processos.

Da mesma forma estes espaços manifestam as identidades, os fazeres e as estratégias do ator e campo, que se projetam sobre o meio formatando e conduzindo os processos interacionais e permitindo – e até mesmo facilitando – o reconhecimento de um capo no meio.

Domínios e identidades se somam e articulam na formatação das fronteiras dos espaços digitais, onde ocorrem, operam e se fazem processos de comunicação e interação entre diferentes atores por via tecnológica. Assim, temos os espaços digitais como territórios criados e formatados pelos diferentes atores dos diversos campos para

---

<sup>8</sup> Para maiores esclarecimentos sobre os documentos necessários ao registro de domínios específicos sugerimos acessar o endereço <http://registro.br/faq/faq3.html#3>.

efetivar seus processos comunicacionais no meio Internet, onde suas identidades são o elemento condutor, formatador e delineador dos mesmos.

## **5. Comentário final: os territórios midiáticos na Internet**

Tais demarcações conceituais se mostram relevante no momento em que nos levam a compreender a principal diferenciação da Internet das demais mídias, a territorialidade dos campos formam dentro de seus espaços, demarcando competências, processos e fazeres. Isto é, a Internet não deixa de ser mídia, mas tem uma especificidade face às demais quando ela permite demarcações territoriais para os campos a partir de suas diferentes identidades, processos e fazeres.

Assim, temos os espaços digitais como territórios criados e formatados pelos diferentes atores e campos para efetivar seus processos comunicacionais no meio *Internet*, onde suas identidades são o elemento condutor, formatador e delineador dos mesmos. Temos, então, uma re-caracterização, uma re-montagem das estratégias de comunicação e visibilidade dos campos, que se não são independentes ou tem total autonomia recebem novos espaços, novos elementos e novas possibilidades discursivas.

Nota-se, então, uma articulação entre identidades, culturas, estratégias, meios, técnicas e linguagens que formam e entornam o espaço digital dando sua forma, sentido e valor, articulação que surge de e através das estratégias e fazeres do campo que passa a mobilizar o espaço digital, desenhando os fluxos e processos comunicacionais para cumprir sua agenda.

Assim o reconhecimento de um campo nos espaços digitais se dá e se faz pelo cruzamento de três variáveis principais. Primeiramente a demarcação territorial do meio. Em seguida a vinculação destes espaços às suas identidades. Em terceiro lugar - e principalmente - o reconhecimento se dá através das operações discursivas, das estratégias gerais de comunicação visíveis e moldados que manifestavam nos websites.

Ou seja, os espaços digitais dos campos são o reflexo e o produto de uma multiplicidade de linguagens, do cruzamento e acoplamento de várias operações estratégicas e das múltiplas tensões e influências entre os diversos campos sociais.

Multiplicam-se espaços, somam-se linguagens e se redesenham estratégias discursivas e persuasivas que se formam e conformam nos diversos meios envolvidos e mobilizados para os processos comunicacionais do campo. Geram-se fluxos constantes, ininterruptos e variados de comunicação e informação, que desenham e são desenhados pelas demandas e identidades dos usuários e campos que investem no meio.

**César Steffen**

## Referências Bibliográficas

ALSINA, Miguel Rodrigo. **Teorias de la comunicación: âmbitos, métodos y perspectivas.** Valência: Universidad de Valência, 2001

AUGE, Marc. **Não-lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade.** Campinas, Papirus Editora, 1994.

BOURDIEU, Pierre. **O poder Simbólico.** Rio de Janeiro, Bertrand, 2000.

CÂNDIDO, Celso. **A construção da Ágora Virtual** – copiado via Internet em [www.hotnet.net/~candido](http://www.hotnet.net/~candido) [06/1999]

CARDOSO, Cláudio. **Notas sobre a geografia do ciberespaço.** <http://www.facom.ufba.br/pretextos/claudio3.html> [04/2002]

CASTELLS, Manoel. **A sociedade em Rede**. Vol. I. São Paulo, Paz e Terra, 2000.

FRAGOSO, Suely Dadalti. **De interações e interatividade.** Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol. 3 no 1, 2001, p. 83-96 (original da autora)

\_\_\_\_\_. **Mídias digitais - hipertexto e hipermídia.** Documento Hipertextual produzido como material de apoio para a disciplina Mídias Digitais, do Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Original disponibilizado pela autora, 2002.

\_\_\_\_\_. **Mídias digitais - remediação, imediação, hipermídia.** Documento hipertextual produzido como material de apoio para a disciplina Mídias Digitais, do Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Original disponibilizado pela autora, 2002.

GUIDI, Leda. **Democracia Eletrônica em Bolonha. A rede Iperbole e a construção de uma comunidade participativa on-line.** IN EISENBERG, José; CEPIK, Marco. *Internet e Política: teoria e prática da democracia eletrônica.* Belo Horizonte, Editora UFMG, 2002, p. 164-190.

MAIA, Rousiley C. M. **Redes Cívicas e Internet: do ambiente denso às condições de deliberação pública.** IN EISENBERG, José; CEPIK, Marco. *Internet e Política: teoria e prática da democracia eletrônica.* Belo Horizonte, Editora UFMG, 2002, p. 46-72

MORAES, Dênis. **O concreto e o virtual - mídia cultura e tecnologia.** Editora DP&A. Rio de Janeiro, 2001.

PERRIAULT, Jacques. **Las maquinas de comunicar y su utilización lógica.** Barcelona : GEDISA, 1991.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Experiência, modernidade e campos dos *media*.** <http://www.uff.br/mestcii/adriano.htm> [05/2003]

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis, Vozes, 2002.

VERÓN, Eliseo. **Esquema para el analisis de la mediatización** IN: Revista diálogos. N. 37. Lima, 1987