



## **A rebelião do objeto – a incapacidade das orientações teóricas e metodológicas da Comunicação em explicar a Internet<sup>1</sup>**

**Alberto de Francisco<sup>2</sup>**

USP-CEU

**Grace Stefanello<sup>3</sup>**

UCM

**Janara Sousa<sup>4</sup>**

Universidade de Brasília - UnB

Universitat de Barcelona - UB

### **Resumo**

A Internet é um fenômeno tecnológico e social relativamente muito novo. Seu nascimento tecnológico data da década de 60 e o nascimento como meio de comunicação no ano de 1993, o qual a coloca como um grande desafio de pesquisa no âmbito que concerne às Ciências Humanas. O desafio que a Internet nos coloca está ligado às suas características que subvertem o clássico processo comunicacional dos meios de comunicação. A Comunicação assiste a falência dos seus sistemas explicativos e investigativos diante desse supracitado fenômeno. A proposta desse artigo é, portanto, investigar esse meio e mostrar como os paradigmas teóricos e metodológicos do âmbito da Comunicação ainda não conseguem dar conta de compreender e qualificar o processo comunicacional que se processa dentro da rede mundial de computadores.

**Palavras-chave:** Teorias da Comunicação; Metodologia; Internet; Tecnologia

### **1. Introdução**

Jornal impresso, rádio e televisão são exemplos das tecnologias que concernem à nossa área de estudos. Encantaram o público e foram desencantadas pela ciência. O mistério e a magia provocados pelo rádio, por exemplo, à época do seu nascimento nem de longe se processa da mesma maneira. Os olhos dos curiosos, dos cientistas e dos tecnólogos se voltam para Internet, a qual ainda não foi controlada e tampouco consegue ser explicada pelas Ciências Humanas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Teorias da Comunicação, do VIII Nupecom - Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> **Alberto de Francisco.** Bacharel em Ciências da Imagem Visual e Auditiva e Doutor em Ciências da Informação pela UCM. Professor colaborador da USP CEU de Madri. Diretor do Mestrado em Comunicação Audiovisual para Internet e os Novos Mídias. [defrancisco@gmail.com](mailto:defrancisco@gmail.com)

<sup>3</sup> **Grace Stefanello.** Bacharel em Comunicação Social pela PUC/RS e Doutora em Sociologia da Comunicação pela Universidade Complutense de Madri. [stefanello.graceane@gmail.com](mailto:stefanello.graceane@gmail.com)

<sup>4</sup> **Janara Sousa** é jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília. Atualmente, faz doutorado em Sociologia, na linha de pesquisa Educação, Ciência e Tecnologia, também pela Universidade de Brasília, e está fazendo doutorado-sanduíche na Universitat de Barcelona, em Barcelona, na Espanha. É bolsista da Capes. E-mail: [janara.sousa@gmail.com](mailto:janara.sousa@gmail.com)



O certo é que para os nossos atuais meios de comunicação convencionais – como jornal, televisão, rádio e outros – foram criados sistemas de explicação do processo comunicacional que praticamente serve para qualquer um deles. Isto porque, respeitando, claro, as idiossincrasias de cada um desses canais, eles têm muito em comum. Dependem de uma fonte de emissão organizada que elabore e divulgue as informações desejadas. Por isso, todos eles dependem de um investimento financeiro alto para que essa fonte de emissão seja organizada. Por outro lado, a recepção é pouco empoderada e, via de regra, tem pouco ou quase nenhum acesso aos emissores.

O que refletimos neste artigo é que a Internet subverte esse modelo convencional. Emissão e recepção assumem uma nova dinâmica, novos papéis, que não são mais tão engessados, ao contrário, muitas vezes se confundem. Isto, sem dúvida, coloca o nosso modelo de explicação do processo comunicacional em uma situação precária, a qual não se ajusta com um retoque do modelo. Ao contrário, ela, muito provavelmente, demanda um novo modelo de explicação.

Internet é "apenas" uma tecnologia de intercâmbio de informação entre redes. Cada ano surgem novos desenvolvimentos tecnológicos que rapidamente são aproveitados para propor novas possibilidades de comunicação. Como exemplo recente, a chamada Web 2.0 se baseia nas tecnologias Ajax ou de web dinâmica, e desde o ponto de vista da comunicação se baseia na "conversação", na horizontalidade da rede.

Por isso não podemos entender a Internet analisando-a como um novo meio. Está ao nível da tecnologia de tipos móveis ou da modulação de sinais eletromagnéticos, com uma diferença, que sua potencialidade é tão grande que pode chegar a assumir em si o resto dos meios que conhecemos atualmente, e inclusive eliminá-los.

O segundo aspecto a considerar é que é uma tecnologia de transmissão de pacotes de dados de ponto a ponto que pode ser adaptada para uma comunicação de massas. Sempre que um computador ou outro dispositivo de acesso à Internet recebe dados, os recebe a ele dirigidos. Então, a tecnologia não está otimizada para comunicar de um ponto a muitos. É só com ajuda de tecnologias como as de P2P que podemos ter, por exemplo, TV pela Internet. Mas o uso básico é a de comunicação de computador (pessoa) a computador (pessoa).

Já no ano de 1998 os pesquisadores intuam que se enfrentavam a um novo paradigma da comunicação. Mas não se compreendeu o alcance desta realidade (DÍAZ e



MESO, 1998). Falava-se que a Internet seria no futuro uma plataforma de distribuição para novos meios de comunicação, além dos já existentes, mas de maneira inconsciente se pensava no paradigma clássico da comunicação de massas como protagonista da comunicação social na Internet. Se pensava na comunicação social como comunicação centralizada, não distribuída. Wolton (2000) mantinha que a necessidade de intermediação da informação nos meios demonstrava que, apesar das diferenças técnicas entre velhos meios e novos meios, ambos tinham mais em comum que diferenças, desde o ponto de vista de uma teoria da comunicação. Porém nestes momentos a tendência da intermediação da informação na Internet não cabe supor como um filtro de conteúdos ou uma gestão centralizada destes conteúdos. O papel da intermediação corresponde a todos e cada um dos indivíduos implicados no que se denomina dentro da Internet a “conversação”.

Como exemplo recente, o debate pode surgir de um artigo de Nicholas Carr em <http://www.theatlantic.com> (CARR, 2008) Se trata de uma publicação em rede onde o antigo editor de Harvard Business Review reúne idéias já expostas no seu blog pessoal <http://www.rougtype.com> e enriquecidas pelas contribuições dos seus leitores comentaristas. No artigo levanta-se a questão se a Internet está piorando nossa capacidade de aprendizagem ou compreensão da informação. O debate e a difusão desta tese nasce realmente quando se planeja em uma rede social de “marcadores” como <http://tech.slashdot.org> onde os usuários comentam essa idéia a favor ou em contra. Daqui salta a <http://www.soitu.es>, um meio profissional (pois busca ingressos publicitários) porém que não é realizado pelos jornalistas profissionais (neste caso o artigo é assinado por Juan Freire, biólogo, professor universitário e empresário) onde prosseguem os comentários de outros usuários. Este artigo é linkado desde <http://www.microsiervos.com>, o segundo blog por audiência de Europa, o que contribui a sua difusão. Por alguma via chega a um blog pessoal <http://tinta-e.blogspot.com> de Juan Luis Chulilla (um sociólogo acadêmico), onde um dos autores do presente artigo o comenta. E entre meia dezenas de ecos, centenas de links e milhares de comentários. Em outras ocasiões o caminho se inverte e a “notícia” nasce em um blog pessoal para acabar em uma publicação da Internet, mediante a “conversação”.



Tentar localizar neste processo a intermediação clássica dos antigos meios de comunicação é muito difícil, porque estão implicados múltiplos processos de comunicação, muitos deles de caráter interpessoal.

A “subversão” dos receptores na rede só é possível porque também acontece uma “subversão” do meio. A Internet, diferente de praticamente todos os outros meios de comunicação, é um espaço no qual a própria experiência social acontece. Não é somente um espaço de divulgação de informações mas, sobretudo, de troca.

O objetivo deste artigo é investigar um pouco mais aprofundadamente este meio; observar como os modelos explicativos e investigativos da Comunicação não conseguem explicar esse fenômeno e procurar pistas que nos permitam compreender melhor e tornar compreensível o processo comunicacional que se processa na rede mundial de computadores.

## **2. A subverção do meio – repassando o processo comunicacional**

O paradigma lasswellino é talvez um dos mais importantes da Comunicação e, sem dúvida, ainda hoje tem grande influência nos rumos que a pesquisa nessa área vêm tomando. “Quem? Diz o quê? Para quem? Por qual canal? Com que efeito?” foi e, muito provavelmente, continua sendo a maneira que a pesquisa na nossa área se organiza (SOUSA e VARÃO, 2006). Contudo, é necessário lembrar que esse paradigma, construído ainda nos anos 30, tem como modelo de processo de comunicação um esquema simples, baseado num emissor todo poderoso e num receptor passivo e aberto às informações. O paradigma pode ser “forçado” para encaixar-se na Internet, porém perde qualquer capacidade explicativa porque não considera o específico dos novos processos de comunicação assim veiculados.

O esquema simples, unilateral e linear de Lasswell foi, sem dúvida, fundamental para formação e organização da nossa área de pesquisa. Contudo, se vê a cada dia superado, entre outras razões, porque está num campo do saber – a Comunicação – cujo objeto de pesquisa está ligado aos artefatos tecnológicos – canais de comunicação – e, por isso, é dinâmico e mutável (MARTINO, 2001a).

Os processos comunicativos no interior da cultura de massa constituem certamente o objeto da Comunicação, mas a característica inalienável, e portanto mais própria a esta disciplina, reside na perspectiva que ela adota, ou seja, na interpretação desses processos tendo como base um quadro teórico dos meios de comunicação. Trata-



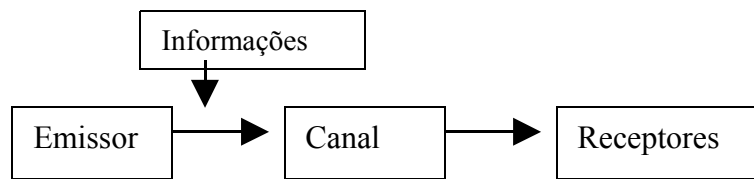
se de uma leitura do social realizada a partir dos meios de comunicação, o que equivale a dizer que meios de comunicação e cultura de massa não se opõem, nem podem ser reduzidos um ao outro, ao contrário, eles exigem uma relação de reciprocidade e complementação (MARTINO, 2001a).

Nesse sentido, conforme argumenta Martino, o objeto de estudo da Comunicação está ligado aos meios de comunicação, ou seja, aos artefatos tecnológicos que, na realidade, estão constantemente variando e sofrendo mudanças drásticas. Talvez esteja aí um dos grandes desafios e um dos grandes conflitos que os pesquisadores nessa área enfrentam: ter de encarar um objeto mutável e tecnológico, que não raro é considerado menos importante. Isso se explica porque muitas vezes no fazer científico dos pesquisadores das Ciências Humanas, a tecnologia é colocada com algo dado, explicado por si mesmo ou menos interessante de ser explicada do que outros fenômenos. Como evidência, temos o fato de que a Sociologia da Tecnologia só começa a ganhar força nos anos 50, época da publicação do texto *The question Concerning Technology*, de Martin Heidegger (TRIGUEIRO, 2007a). No âmbito da Comunicação, essa inquietação sobre o impacto da tecnologia se deu mais tarde ainda, aproximadamente na década de 70, com os estudos do pesquisador canadense Marshall McLuhan.

Se ciência não é conformidade e concordância e sim o espaço da tensão, do confronto e da novidade (WEBER, 2006), estamos seguros de que a Comunicação está indo no caminho certo. As tensões internas desse campo revelam não só seu pouco tempo de formação, mas, sobretudo, a complexidade e mutabilidade de seu objeto de estudo.

Nesse sentido, vemos os paradigmas explicativos da Comunicação falhar muitas vezes diante dos desafios de compreensão que os meios nos vão colocando. Contudo, como salientamos antes, de toda sorte os canais convencionais, até antes do surgimento da Internet, tinham algo em comum: o fato de realmente receptores e emissores ocuparem posições bem distintas, ainda que a inflexibilidade dessas posições pudesse ser atenuada por alguns meios. Mas, o fato mais importante a considerar era que os emissores tinham nas mãos o controle da divulgação dos conteúdos, enquanto os receptores, quase sempre, tinham como opção usufruir desses. Portanto, o esquema do processo comunicacional de Lasswell vem sendo freqüentemente usado até hoje, ainda que tenha sofrido alguns “retoques” ao longo dos anos, podemos dizer que a idéia original continua:

Figura 1 – Modelo do processo Comunicacional de Lasswell



Fonte: adaptação de Lasswell: *The structure and function of communications in society*, 1948.

No modelo acima percebemos a unilateralidade do esquema lasswelliano. As setas apontam sempre em direção ao receptor, em cambio o emissor parece que não sofre influência dessa audiência. Como dissemos antes, esse modelo foi sofrendo alterações ao longo dos anos, ainda que permanecesse a idéia original. Um exemplo é a corrente dos Usos e Gratificações e da Agenda Setting que, de certa maneira, acreditam que sairia também dos receptores uma seta em direção aos emissores, ou seja, haveria um fluxo, um sistema de influência, que possibilitaria aos receptores pautarem os emissores (WOLF, 1985). Sem dúvida, isso mostra que houve adaptação no modelo, ainda que essas correntes teóricas nunca tenham investigado ou explicado suficientemente a dinâmica das relações de poder entre esses atores sociais.

A crença de que o esquema clássico da comunicação pode explicar os processos de comunicação habituais na Internet leva alguns pesquisadores como Wolton (2000) a afirmar que na Rede, se aposta pela emissão e pela capacidade de transmissão sem reflexão previa sobre o receptor, que pode ser qualquer um. E afirma que não pode haver meios de comunicação sem que exista uma certa reflexão sobre a demanda e o público. Isto é porque Wolton considera que a função dos meios de comunicação de massas é organizar a comunicação dirigida ao grande público.

A Internet traz aos paradigmas comunicacionais um grande desafio: não é mais possível retocar o modelo. Não é suficiente adicionarmos uma seta que parte do receptor em direção ao emissor para caracterizar aí um fluxo de comunicação bilateral. Isso seria insuficiente para qualificar o nosso fenômeno. Por que, na verdade, a subversão da Internet não está só no empoderamento dos receptores, mas, também, no que Martino (2007) coloca com a criação de um espaço no qual a própria experiência social acontece.

Conforme Martino (2007)<sup>5</sup>, a Internet, assim como o telefone, é um meio-ferramenta, ou seja, seu papel está além de divulgar informações. A própria experiência

<sup>5</sup> Notas de aula. Colhida na Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília, em abril de 2007.



social se processa nesses espaços virtuais. Muito além de buscar informações, o receptor passa a ser um emissor porque ele tem experiências sociais concretas na Internet.

Assim colocado, podemos tornar mais clara nossa argumentação. A Internet, ao contrário da maioria dos outros meios de comunicação, possibilita de uma forma única e sem precedentes um espaço de interação social, o qual necessita ser mais investigado pela Comunicação. Os receptores são mais empoderados na Internet do que nos outros meios por causa dessa qualidade da rede que, ao possibilitar um espaço para experiência social, rompe com os papéis estanques de emissão e recepção. Até porque para que essa interação ocorra, os atores sociais precisam ter acesso ao meio de comunicação e que, claro, não seja unicamente como expectador.

Outra característica da Internet como meio-ferramenta é que necessita de uma aprendizagem. Enquanto o uso de uma televisão ou de um rádio quase pode-se considerar trivial, o uso da Internet requer a aprendizagem de uma série de destrezas. Isto suscita incógnitas respeito a suposta capacidade democratizadora da rede.

Para tentar adiantarmos ao que as tecnologias que entendemos como Internet vão supor para nossa sociedade, devemos conhecer o que as empresas e pesquisadores estão preparando na atualidade. E são duas tendências:

-A internet móvel (Internet mobile). Neste momento Internet requer o uso de terminais tais como o computador e só uma pequena parte da população acessa em poucas ocasiões seja por breve tempo mediante celulares ou PDAs. Esta é a maior dificuldade para o seu progresso: a barreira que supõe o computador e que só agora começa a superar-se mediante a deslocalização do acesso. O acesso a Internet desde celulares possibilitará aproximar a Internet à realidade. Nestes momentos a interface de contato com a rede passa, maioritariamente, por estar sentado diante do computador. Isto limita as atividades que podem realizar-se com o concurso da rede, e da comunicação que está veicula. (DOSSIER, 2007) (YAHOO FINANZAS, 2008)

-A internet das coisas (Internet of Things): na atualidade são as pessoas as que se interconectavam a Internet mediante aparelhos, porém são as demandas de informação das pessoas as que viajam pela rede. Num futuro próximo terá muito mais importância a Internet das coisas: cada aparelho intercambiará informação com a rede e com outros usuários. (ITU, 2005)



Estas duas tendências independentes se unirão na “realidade ” (augmented reality). A realidade aumentada prevê ad tecnológicos que permitirão que cada indivíduo esteja submerso na rede ao mesmo tempo que submerso na realidade. Se tratará de uma realidade suplementada com informação veiculada pela rede, de modo que disporemos de uma nova “camada de dados” (VALLINIO, 2008)

Esta realidade aumentada poderá ter efeitos sobre toda a sociedade somente comparável ao que supõe a aparição do uso de signos visuais pelas sociedades humanas. Na atualidade vivemos já submersos numa realidade aumentada que nos permite ler nossa localização em uma cidade (ruas e números), a distância que nos separa de outra população (indicadores nas rodovias), que tipo de produtos ou serviços se oferecerão numa loja, que preços têm as mercadorias, quando posso atravessar uma rua, por onde devo dirigir meu veículo, etc. Se perdêssemos toda essa informação nossa realidade urbana perderia quase todo seu sentido. A realidade aumentada prevê que muita da informação veiculada pela Internet passe a formar parte da realidade.

O panorama é muito distinto do que normalmente é motivo de análise pelos pesquisadores, a suposta virtualização da nossa vida, exemplificada nos mundos virtuais (como SecondLife) ou os jogos na rede múltiplos jogadores. Analisou-se o perigo de que a Internet afastasse as pessoas da realidade, e na realidade Internet utiliza-se cada vez mais como uma extensão ou apoio da realidade, fundamentalmente das relações sociais. Como apoio desses fatos temos os exemplos de Orkut no Brasil, Tuenti na Espanha ou Facebook no mundo, redes sociais que crescem enquanto o consumo da informação veiculada pelos portais se estanca.

#### **4. Os impasses teóricos e metodológicos**

Concordamos que as teorias da comunicação são na realidade teorias sobre práticas da comunicação (MIÈGE, 2000). Por isso novas práticas de comunicação demandam novas teorias. Até agora as teorias da Comunicação descreveram e analisaram tendo como base um paradigma básico consensual, ainda que diferenciado no seu desenvolvimento e aplicação. Porém nesses momentos é necessário uma nova Teoria da Prática Comunicativa na Internet.





Como Internet é, ao menos, um meio ferramenta ademais de um meio de comunicação até onde devemos analisar este fenômeno desde a Teoria da Comunicação Clássica? Wolton (2000) distinguia dentro da Rede as seguintes aplicações: as aplicações de serviços (banca, e-commerce e a chamada informação de serviços). Em segundo lugar as aplicações de ócio, como os jogos interativos na rede (indicando premonitoriamente que seriam suplantados pelos vídeos na rede quando existir a possibilidade técnica). A continuação, as vinculadas a informação de acontecimentos, geral ou especializada. E finalmente as aplicações de bancos de dados. Como era normal na época não se consideravam as relações interpessoais, que seriam o motor da Internet no futuro, tratando-lhes como uma mera possibilidade técnica que não interferiria com o meio de comunicação, do mesmo modo que as cartas ao diretor dos jornais ou as ligações às emissoras de rádio não muda a essência desses meios. Já existia o correio eletrônico (uma das primeiras aplicações da Internet que foi popularizada), as salas de chat e os foros, porém todavia se considerava que a comunicação interpessoal e de massas se manteriam como compartimentos independentes.

Na atualidade o Departamento de Estudos Sociais da Fundação BBVA (2008) distingue os seguintes usos da Internet:

- Internet como espaço de informação (espaço de comunicação social dirigida ao consumo de informação)
- Internet como espaço de comunicação (espaço de comunicação interpessoal)
- Internet como espaço de ócio (espaço de comunicação social dirigido ao consumo de entretenimento)
- Internet como espaço de obtenção de serviços, banca e comércio eletrônico

No ano 2000 não se considerava a comunicação interpessoal, acreditamos que por aplicar um modelo da comunicação herdeiro dos meios de massas. Oito anos mais tarde a realidade se impõe, porém a divisão oferecida não se corresponde com a experiência dos usuários da Internet. Na navegação atual se misturam, indistintamente os usos da informação, comunicação e ócio. Por exemplo: um jornal on-line (espaço de informação) admite comentários onde os usuários conversam (espaço de comunicação interpessoal) sobre um *trailer* visto na notícia (espaço de ócio); através de uma rede social (espaço de comunicação) os usuários recebem informação sobre um evento (espaço de informação); os usuários se informam tanto das atividades de uma empresa



(espaço de informação) como de um amigo (espaço de comunicação interpessoal) através da mesma ferramenta de microblogging; enquanto se assiste a um filme (espaço de ócio) os usuários podem chatear (espaço de comunicação interpessoal). O exemplo paradigmático deste fato são os blogs... são espaços de informação, ócio ou comunicação interpessoal?

Os pesquisadores admitem que as técnicas progridem mais depressa que as práticas, e isso serviu para supor que os avanços técnicos da Internet demorariam em ter um efeito apreciável sobre a sociedade (WOLTON, 2000). No entanto na Internet as mudanças aconteceram muito mais rápido do esperado, de modo que existe o lugar comum de dizer que um ano na Internet é como cinco na realidade. O que aconteceu? É nosso parecer que a Internet foi utilizado pelos usuários para repetir a outro nível práticas sociais já aceitadas, do mesmo modo que o uso do telefone celular somente estendia a prática da conversação telefônica. Nestes momentos Internet está assumindo fundamentalmente a troca. E isto não requer práticas novas.

## **5. Considerações finais – o objeto rebelado**

É possível que Internet rompa definitivamente com o paradigma de meio de comunicação de massas como difusor de conteúdos ou que só seja um ajuste temporal, não sabemos. Porém o que é certo é que a Internet rompe a divisão entre comunicação de massas e comunicação interpessoal. E não se trata de que Internet reúne ambos modos de comunicação no mesmo suporte ou meio de distribuição, se trata de que une ambos tipos de comunicação em um novo meio e em novos conteúdos. As diferenças entre a comunicação de massas e a comunicação interpessoal se diluem ou desaparecem.

Na Internet atual seguem existindo os intermediários da informação, os *gatekeepers* ou criadores da agenda-setting, porém o número desses é maior que em qualquer outro momento e muitos deles são escolhidos pelos que antes desempenhavam o único papel de receptores.

O que distingue aos atores na Internet não é unicamente seu caráter de emissores ou receptores. A dicotomia fundamental deriva de sua capacidade de uso da rede, pelo que podemos distinguir usuários (emissores e/ou receptores) básicos e usuários



(emissores e/ou receptores) avançados. E devemos considerar as empresas como usuários avançados. Qualquer usuário pode criar conteúdos, selecionar conteúdos, recomendar conteúdos ou comentar os conteúdos; ademais qualquer usuário pode criar um novo suporte de conteúdos e fazê-lo rentável. A única função que corresponde quase exclusivamente as empresas (que antes monopolizavam a emissão) é a de rentabilizar a atividade comunicativa dos usuários.

### Referências bibliográficas

CARR, Nicholas. Is Google Making Us Stupid? **The Atlantic.com**. Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/doc/200807/google>>. Acesso: 2 junho 2008.

DÍAZ NOCI, Javier e MESO AYERDI, Koldo. Tipología de los medios de comunicación en Internet. Génesis y desarrollo de un nuevo paradigma comunicativo. In: XIV CONGRESO DE ESTUDIOS VASCOS: SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. Donostia. Eusko Ikaskuntza, 1998. P. 77-83.

DOSSIER de Marketing Móvil. In: **Revista Interactiva**. Año 8, nº 86. Dezembro 2007.

FUNDACIÓN BBVA. Departamento de estudios Sociales. **Internet en España**. Madrid. 2008. Disponível em: <[http://www.fbbva.es/TLFU/dat/Estudio\\_Internet\\_2008.pdf](http://www.fbbva.es/TLFU/dat/Estudio_Internet_2008.pdf)>. Acesso: 14 junho 2008.

ITU Internet Reports. **The Internet of Things**. Geneva, Switzerland: United Nations, 2005.

LASSWELL, Harold. “The structure and function of communications in society”. In: **The communications of ideas**. Bryson (org.). Nova Iorque: Editora Harper, 1948.

MARTINO, Luiz. C. Contribuições para o estudo dos meios de comunicação in: **Revista Famecos**. Porto Alegre: PUC-RS, 2000, nº 13, pp. 103-114.

MARTINO, Luiz C. “Interdisciplinaridade e Objeto de Estudo da Comunicação”. In: Fausto, A. N. (org.). **Campo da Comunicação**. João Pessoa: Editora Universitária, 2001, a.

MARTINO, Luiz C. “Elementos para uma Epistemologia da Comunicação”. In: Fausto, A. N. (org.). **Campo da Comunicação**. João Pessoa: Editora Universitária, 2001, b.

MIÈGE, Bernard. **O pensamento comunicacional**. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.



SOUSA, Janara. **Contribuições, limites e desafios da Teoria do Meio**. Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2003 (dissertação de mestrado).

SOUSA, Janara e VARÃO, Rafiza. Harold Lasswell: as contribuições do "paladino" do saber comunicacional. In: XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 2006, Brasília. **Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 2006**.

VALLINIO, Jim. **Augmented Reality Page**, Rochester Institute of Technology  
Disponível em: <<http://www.se.rit.edu/~jrv/research/ar/>>. Acesso em 24 junho 2008.

WEBER, Max. **Ciência e política: duas vocações**. São Paulo: Martin Claret, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Presença: Lisboa. 1985.

WOLTON, Dominique. **¿Internet, y despues? Una Teoría Crítica Sobre los Nuevos Media**  
Editorial Pòrtic, Junio 2000

YAHOO FIANZAS. **Un estudio mundial indica una fuerte demanada de consumo para una mejor web móvil**. 12 de Junio de 2008.

Disponível em: <<http://es.biz.yahoo.com/11062008/217/estudio-mundial-indica-fuerte-demanda-consumo-mejor-web-movil.html>> Acesso em 24 junho 2008.