

## NOVAS MÍDIAS EM SALA DE AULA: PRÁTICAS E POTENCIALIDADES

Márcio Fernandes (UNIVERSIDADE PARANAENSE)

Roberta Sartori (UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS)

Henrique Netzlaff (G – UNIVERSIDADE PARANAENSE)

**RESUMO:** O presente artigo procura demonstrar como as chamadas novas mídias ou mídias digitais (CD, DVD, Internet, fotografia digital, arte eletrônica, etc) podem ser aplicadas como recursos didáticos em sala de aula em diversos campos do conhecimento humano – do Jornalismo à Enfermagem, do Direito à Publicidade, do ensino fundamental ao nível médio. O relato aborda ainda como se dá o processo cognitivo quando essas mídias são aplicadas, a partir das bases lançadas por Marshall McLuhan e da Teoria Geral das Implicaturas, apresentada por Paul Grice e aprofundada por Deidre Sperber e Dan Wilson, considerando-se que os meios de comunicação são parte essencial da sociedade do século 21, quando o ponto de vista é a chamada inclusão social.

**PALAVRAS-CHAVE:** meios digitais; sala de aula; aplicação

**ABSTRACT:** The present article intends to discuss how the new media or digital media (CD, DVD, Internet, digital photo, electronic art and others), as an essential part from the contemporary society, when the subject is the called social inclusion, may be applied as an educational device in classrooms concerning several fields of human knowledge - from Journalism to Nursing, from Law's area to Advertising, from Primary education to High School education. It seeks to approach new media and deal with the implicit content of the messages it transmits. The theoretical background that supports the suggestions introduced here is from Marshall McLuhan's ideas, Paul Grice's General Theory of Implicatures, and Deidre Sperber and Dan Wilson's Relevance Theory.

**KEYWORDS:** digital media; classroom, application

### INTRODUÇÃO

O presente documento objetiva relatar experiências em sala de aula patrocinadas pelos autores docentes em questão, bem como por outros pesquisadores, quanto à aplicação das chamadas *novas mídias* em sala de aula, seja no ensino fundamental, seja em nível médio ou então superior. As práticas abaixo relacionadas deram-se em diferentes momentos entre os anos de 2001 e 2003 em instituições como Universidade Paranaense (Unipar); União Dinâmica de Faculdades Cataratas (UDC); Faculdade de Pato Branco (Fadep); Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), todas do Estado do Paraná; Instituto de Educação Superior Luterano de Santa Catarina (Ielusc); Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), ambas do Rio Grande do Sul. E em diferentes cursos dessas mesmas instituições – Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Letras, Enfermagem, Direito e Pedagogia.

Resultam ainda de estudos realizados em nível de Mestrado, por parte do primeiro signatário deste relato, em nível de Doutorado, no que tange à segunda signatária, em nível de graduação, no último caso. Ademais, parte das experiências em questão foram ou são desenvolvidas no projeto Promagister, um programa de capacitação docente desenvolvido pela Universidade Paranaense (Unipar), do qual o primeiro signatário do relato faz parte. Por fim, as práticas e os estudos são consequência dos intercâmbios educacionais e profissionais realizados pelos presentes autores em eventos como o 26º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (26º Intercom, em Belo Horizonte, Minas Gerais), Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (Natal, Rio Grande do Norte) e visita técnica a Mario Garcia Media Group (Buenos Aires, Argentina), maior companhia do planeta no

redesenho de jornais e revistas, tudo em 2003 – instantes e locais em que tenta unir ensinamentos de educadores consagrados com as novas experiências em andamento em termos de comunicação de massa.

Por *mídia*, entenda-se que seja meio de comunicação, como bem delineou o pesquisador canadense Marshall MCLUHAN (1979). Em termos atuais, meios de comunicação podem ser categorizados em *clássicos* (TV, rádio, jornais e revistas impressas e afins) e *digitais* (CD, DVD, Internet, fotografia digital, arte eletrônica, telefone celular, infografia, etc), conforme a visão ampla do professor americano WILSON DIZARD JR (2002), autor do livro *A nova mídia*. No presente relato, são abordadas experiências e potencialidades em infografia, chats, telefone celular e arte eletrônica – cujos efeitos de sentido são considerados válidos quando se considera o embasamento teórico comunicacional que recai sobre essas mídias.

Vale dizer, de antemão, que a comunicação, enquanto estudada apenas do ponto de vista social, apresenta-se como um fim em si mesma. Todavia, uma questão de maior importância, lançada por Paul GRICE (1975), mas ampliada por Deidre SPERBER e Dan WILSON (1988), refere-se ao por que as pessoas se comunicam. Diz respeito ainda à questão cognitiva da apreensão da informação, sua interpretação e retenção – algo essencial quando se fala de sala de aula; a aspectos relacionados ao acréscimo de conhecimento e até abandono de crenças, entre outros, que devem ser levados em consideração quando se pretende estudar a informação e sobre os meios de difundi-la.

Não se pode negar que as escolas de comunicação, por exemplo, dedicam grandes esforços para ensinar seus alunos a construir mensagens que vão ser levadas ao público através das diferentes mídias. O que se quer demonstrar aqui é que essa prerrogativa não pode, e não deve, ser uma

exclusividade das carreiras universitárias de comunicação. Contudo, vale lembrar o que efetivamente faz uma mensagem ser melhor do que outra - e aqui iremos nos concentrar nas suas propriedades lingüísticas. Alguns podem dizer 'ser claro', 'ser objetivo' - propriedades do texto jornalístico factual, do dia-a-dia.

No entanto, as explicações oferecidas até o momento pelas teorias sociais não têm se mostrado eficazes. Acredita-se que uma abordagem da natureza cognitiva da comunicação pode oferecer esclarecimentos a respeito da produção e interpretação das mensagens, e, assim, pode-se ter melhores subsídios para igualmente dizer por que uma mídia mostra-se melhor do que outra, sem que isso seja fruto das propriedades intrínsecas das diferentes mídias, mas sim da adequação da relação mensagem/receptor, numa referência ao esquema canônico da comunicação, cunhado por Roman JAKOBSON (1979) – emissor-contexto/mensagem/contato/código-destinatário.

E, como complemento disso, as experiências assentam-se ainda em dois artigos de GRICE - Meaning (1957) e Logic and conversation (1975), lançou as bases de uma teoria inferencial da comunicação, modelando a noção de intenção comunicativa a fim de dar conta da transmissão de conteúdos que, embora não estejam codificados, são, geralmente capturados pelos interlocutores, conteúdos esses que acabam por sustentando a racionalidade da troca conversacional.

No primeiro artigo, recorda-se, ele procurou mostrar que a transmissão de uma mensagem não se encerra na decodificação da mesma. No segundo, apresentou uma teoria, a chamada Teoria das Implicaturas, que descrevia como um ouvinte compreendia conteúdo semântico que ia além daquele potencializado através do código, algo que a infografia, por exemplo, beneficia-se enormemente. O impacto desses dois artigos nos estudos sobre a pragmática foi impressionante. Através da noção de implicatura conversacional, foi possível avançar em termos de descrição e, de forma como uma mensagem que, aparentemente poderia até estar semanticamente desconectada do tópico, contextualmente passava a fazer sentido.

### As origens da questão

Lá se vão quase 10 anos desde que os signatários desse relato de experiência travaram contato inicial com a rede mundial de computadores, a Internet, no seu formato gráfico atual, a World Wide Web (WWW). No inverno de 1994, em agora obsoletos computadores modelo 286, os signatários conseguiram trocar mensagens do tipo e-mail, distantes que estavam cerca de dois quilômetros, dentro do campus da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Foi uma revolução para a época, a partir de monitores esverdeados e de um software chamado Veronika, que possibilitou a proeza.

Desde então, e até o início de 2001, quando iniciaram as experiências aqui descritas resumidamente, o cenário incluiu acesso dos signatários ao navegador gráfico Mosaic (precursor dos blockbusters do mercado Netscape Navigator e Microsoft Internet Explorer), a equipamentos como scanner de mão, laboratório itinerante de realidade virtual e outros do gênero. Em 2001, contudo, é que começam as primeiras práticas, na disciplina de Planejamento Gráfico em Jornalismo, no Instituto de Educação Superior Luterano de Santa Catarina (Ielusc), de Joinville, quando o conteúdo Infografia é

ministrado por meio de práticas que envolviam desde giz de cera e cartolina (como recurso inicial para aprendizagem dos tipos mais comuns de infográficos) até o domínio de programas de editoração eletrônica como PageMaker 6.5, atualmente o mais utilizado em redações do mundo inteiro.

Outra influência inaugural se deu na metade da década de 90, quando os signatários travaram contato, primeiramente por e-mail, e, em seguida, in loco, com o pesquisador americano e professor da Universidade de São Paulo (USP) Fredric Michael Litto, então coordenador do projeto Escola do Futuro, uma ambiciosa proposta de tornar a informática mais amigável para estudantes de até oitava série, um projeto, por definição, decorrente de uma filosofia vigente no mercado internacional de computadores conhecida como *plug and play* – ligue e use, em tradução livre -. Vale recordar que até o advento do *plug and play*, a montagem de computadores era algo mais para técnicos em informática do que para o usuário comum que acabara de chegar em casa carregado de caixas, as quais continham monitor, teclado, disco rígido e outros.

Por fim, destaca-se que outra influência relevante data de 1995, quando aportou em Porto Alegre, e pela primeira vez no Brasil, o professor e pesquisador americano Nicholas NEGROPONTE, autor de *A vida digital* (1995). Visionário (criara, por exemplo, na década de 70, o termo *multimídia*), o então diretor do Media Lab do Massachusetts Institute of Technology vinha para apregoar o surgimento das bibliotecas virtuais, entre outros feitos fantásticos do homem contemporâneo. Entusiasta das incipientes novas mídias, Negroponte passou como um raio pelo País, mas forte o suficiente para fazer escola e, por definição, seguidores.

## Casos de aplicação de novas mídias

### A infografia

Em uma sociedade dominada pelo visual, *infográficos* passam a ter relevância crescente. Por infográfico, um derivativo da palavra inglesa *infographic*, conclui-se que seja a redução de *informação gráfica*, uma expressão cunhada nos anos 90, por conta do inegável avanço dos recursos de informática mas cujas origens no Brasil remontam à década de 50 no Brasil, quando o então escultor Amílcar de Castro liderou a primeira reforma gráfica de peso em um veículo de expressão nacional, naquele caso o Jornal do Brasil.

Conforme FERNANDES (2003), no artigo *Infográfico, um nuevo género periodístico*, gráficos e tabelas sempre foram considerados pelos meios de comunicação e, via de regra, pelos consumidores das notícias como elementos secundários, bem distantes em relevância quando comparados a textos (escritos ou falados), fotografias ou imagens televisivas. O cenário agora é outro. FERNANDES relata:

*“e se alguém ainda tem dúvidas de que a infografia merece ser tratada como um gênero com vida própria, que entre então, por exemplo, no site [www.visualjournalism.com/Files/reviews/wtc/wtc2.shtml](http://www.visualjournalism.com/Files/reviews/wtc/wtc2.shtml), no qual diários e revistas de vários países desfilam seus infográficos acerca do retumbante 11 de setembro de 2001. Ou ainda ao endereço [www.idleworm.com/nws/2002/11/iraq2.shtml](http://www.idleworm.com/nws/2002/11/iraq2.shtml). Nesse caso, a Guerra do Iraque é descrita de modo*

*humorístico e extremamente informativo. E, melhor, com animação, onde é possível descobrir, mesmo sem dominar a língua inglesa, como cada personagem irá se comportar no conflito (cabe recordar que o infográfico foi produzido em 2002, ou seja, antes da batalha, iniciada em março de 2003)”*

Em sala de aula, a infografia tem sido um recurso bastante aplicado ultimamente. No primeiro e no segundo semestres de 2003, alunos dos cursos de Jornalismo e de Enfermagem, por exemplo, travaram contato com esse recurso visual. No primeiro caso, por meio do estudo geral de infografia na disciplina de Planejamento Gráfico em Jornalismo do curso de Jornalismo da Universidade Paranaense (Unipar). Com o objetivo de desenvolver o senso de argumentação do alunado, sobretudo a argumentação visual, estudantes escolheram, em uma das aulas, uma notícia qualquer do dia (naquele caso um desastre aéreo no centro do continente africano) para transformar em gráfico, com o uso de régua, cartolina e giz de cera. Realizada essa etapa, os trabalhos foram transpostos para o computador, para o software PageMaker 7.0, como forma de estimular os estudantes a conhecer todo o processo criativo de um infográfico, desde o *storyline* (no papel) até a editoração eletrônica, em potentes computadores com processador Pentium III.

Nas aulas seguintes da disciplina, estudantes realizaram estudo comparativo dos tipos mais comuns de gráficos e tabelas (como aqueles comumente conhecidos por *pizza*, *barras* e de *curvas*) com aqueles que podem ser considerados como o futuro da infografia, seja ela em papel seja ela para Internet ou televisão. A aprendizagem se deu, sobretudo, por meio de prestigiosos sites de design de imprensa – como [www.snd.org](http://www.snd.org), [www.newseum.org](http://www.newseum.org) e [www.visualjournalism.com](http://www.visualjournalism.com).

Atividade semelhante – uso de cartolina e giz de cera – se deu durante uma oficina destinada a estudantes de Enfermagem inscritos na 64ª Semana Brasileira de Enfermagem, realizada em Cascavel, e co-organizada pelo curso de Enfermagem do campus local da Universidade Paranaense (Unipar). O que poderia ser uma simples palestra (quanto ao formato, não em termos de conteúdo) com o tema *Como melhorar as relações entre mídia e profissionais da saúde*, transformou-se em um exercício, acredita-se de enorme aprendizagem por parte dos inscritos na oficina, a partir do instante em que trabalharam com o mesmo processo criativo da infografia tendo como tema um assunto originado na área de seu domínio, a saúde. Assim, os cartazes produzidos durante o encontro, mais do que resultarem numa coletânea que acabou exposta nos corredores do campus, contribuíram para encurtar o fosso que costuma separar essas duas categorias profissionais, mesmo que tenha sido uma redução mínima.

## Os chats

Dois relatos são pormenorizados aqui envolvendo *chats*. Instrumentos de enorme interação social e com potencial em franco crescimento e sem precedentes na história da comunicação mediada por instrumentos, conforme declaração durante colóquio em 2002 na Universidade Tuiuti

do Paraná (UTP), no curso de Mestrado em Comunicação e Linguagens, do professor e pesquisador peruano Roberto RUGEL, chats foram aplicados no curso de Jornalismo da Universidade Paranaense (Unipar), campus Cascavel, por diversas vezes em 2003.

Em uma delas, alunos da disciplina Planejamento em Comunicação (2º ano) conversaram durante 1h30 com o jornalista e assessor de imprensa Júlio Franco, dos grupos Tigre (fabricante de tubos e conexões hidráulicas) e Brastemp (eletrodomésticos) acerca de tópicos pertinentes à área. Cabe ressaltar que foi a primeira experiência do gênero tanto para os estudantes como para o convidado.

Em outra instância, acadêmicos do 3º ano, durante a disciplina Planejamento Gráfico em Jornalismo, permaneceram conectados por duas horas na mesma sala de bate-papo com o jornalista chileno Cristóbal Edwards, professor da Pontifícia Universidade Católica de Santiago (Chile), correspondente internacional de vários jornais e revistas e diretor para a América do Sul da Society for News Design (SND), a mais representativa entidade de design de imprensa do planeta. Ao longo da conversa, para além de discussões quanto a conteúdos da disciplina, o debate se estendeu a questões de ética jornalística, regulamentação do mercado chileno, questões salariais, cenário da produção televisiva e radiofônica, dentre outros pontos.

Nesse sentido, torna-se imprescindível destacar que o próximo passo no curso de Jornalismo será a realização de conferências on line por meio de webcâmeras, algo previsto para ter início em novembro do corrente ano. Acredita-se que a experiência de videoconferência protagonizada pela carreira de Jornalismo fará despertar interesse em atividade similar por parte de outros cursos da instituição, incluindo os de licenciatura. Prática semelhante está prevista para ocorrer ainda em outubro do corrente, por iniciativa dos signatários do presente relato, envolvendo estudantes de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Letras da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), de São Leopoldo (Rio Grande do Sul), quando deverão trocar informações com o jornalista brasileiro e professor-visitante da Rutgers University (EUA) Antônio Brasil, um dos maiores entusiastas do País em novas mídias e suas potencialidades educacionais.

Por fim, com base nos ensinamentos de SPERBER e WILSON (1988), considera-se aqui o domínio dos chats como condição *sine qua non* para estudantes de um modo geral, qualquer que seja seu nível de escolaridade atual. Mais do que lingüísticos, chats são visuais, tidos como casamento perfeito entre código e inferência, repleto de sentido e de agilidade, tal qual a sociedade visual em formação citada inicialmente.

## O telefone celular

Outro exponencial das novas mídias, o telefone celular é uma das criações do homem que melhor incorpora o conceito de *multimídia* – faz ligações, recebe noticiário via Internet, fotografa, reproduz música e vídeo e envia mensagens escritas, dentre outras possibilidades. Entre agosto e setembro do corrente ano, o telefone celular enquanto *mass media* digital foi intensamente estudado na disciplina Produção Editorial e Publicitária para Novas Mídias, do 7º semestre dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da União Dinâmica

de Faculdades Cataratas (UDC), de Foz do Iguaçu.

Convidados a pensar em como será o celular em uma década, alunos da disciplina, dispostos voluntariamente em grupos, produziram peças com conteúdo futurista encenadas em sala que, antes do término de 2003, serão rerepresentadas e registradas em vídeo, para participação em festivais de arte multimídia espalhados pelo Brasil. No bojo das idéias demonstradas no palco, a de que, ao usuário de serviços móveis, por exemplo, será franqueada a audição de notícias frescas, e não mais a leitura de notas, tal qual hoje.

Nesse ínterim, entende-se como pertinente a sugestão de que práticas semelhantes (embora mais simplificadas) podem ser reproduzidas em salas de aula de ensino fundamental e médio, quando se busca, por exemplo, demonstrar a crianças e adolescentes a trajetória das telecomunicações no território verde-amarelo. Tão importante quanto descobrir em um livro as datas marcantes da telefonia é descobrir, por meio do tato, da visão e do encantamento, dentre outros recursos e sentidos, como eram os aparelhos analógicos, que nem todos de determinada faixa etária conheceram, com os modelos hipermídia (outra denominação para multimeios).

### A arte eletrônica

Vem de um texto do professor André LEMOS (2003, p. 212), da Universidade Federal da Bahia (UFBA), uma preciosa definição sobre a importância da arte eletrônica: citando inicialmente o pensador alemão Jurgen HABERMAS, LEMOS pondera que

*“A arte exprime sempre o imaginário de sua época. A modernidade configura-se a partir da autonomia de diversos campos do saber, como a ciência, a arte, a moral. A arte moderna investe na racionalização do mundo e tenta se distanciar do ecletismo do século 19, rompendo definitivamente com a tradição clássica. Ela se apresenta de forma revolucionária, preparando a construção do futuro, superando o passado. O passado é evocado pela arte moderna como uma paranóia”.*

Ora, acreditando-se que a arte moderna rompe com a tradição clássica do século 19, crê-se também que se deve explorar as novas formas de difundir a arte em sala de aula, seja no ensino da filosofia, das ciências como um todo ou mesmo da arte enquanto tal, como apregoa o escrito de LEMOS. Sendo assim, pondera-se que o ensino das artes pode e deve ser priorizado nos currículos escolares de agora e dos próximos anos, também como uma forma de estimular a formação da opinião crítica e, por conseguinte, da opinião pública.

E, para se atingir tal intento, o mundo digital mais uma vez tem papel relevante. Vai distante o tempo em que o professor da quinta série tinha a chance de recorrer tão somente a um punhado de quadros e telas famosas estampadas em algum livro didático enviado pelas esferas públicas de poder para ministrar parte de suas aulas. No mundo da comunicação instantânea, em três cliques no mouse é possível se chegar à coleção do Hermitage Museum ([www.hermitagemuseum.org](http://www.hermitagemuseum.org)), a lendária casa de São Petersburgo fundada no século 18, e

apreciar o caudaloso cujo, que acervo inclui obras do italiano Sandro Botticelli e do espanhol Francisco Goya.

Em mais dois cliques, é possível ainda descobrir que a brasileira Tarsila do Amaral também está lá, informação que certamente jamais estaria em um livro tradicional de banco escolar. Ou, mais do que isso, com outros poucos toques, pode qualquer criança ou adolescente participar de um curso on line sobre a casa imperial russa e sua relação com as artes, dentre outras tantas chances de conhecimento por meios digitais.

Por outro lado, ao professor é facultado ensinar do mesmo modo história das civilizações através da coleção de objetos de arte e de esculturas do Louvre Museum ([www.louvre.fr](http://www.louvre.fr)), o qual disponibiliza ainda na Internet a reprodução da mais famosa peça de seu acervo, a Mona Lisa, do italiano Leonardo da Vinci. E, se insatisfeito estiver o docente, terá a chance de recorrer ao Museo Nacional del Prado, em Madrid (Espanha, [www.museoprado.mcu.es](http://www.museoprado.mcu.es)) ou à Tate Gallery ([www.tate.org.uk](http://www.tate.org.uk)).

Ora, onde se quer chegar com esse discurso: ao ponto de que, diante de inúmeros recursos e fontes de conhecimento de fácil acesso, não é mais recomendado ao docente simplesmente pegar o mesmo material didático do ano anterior, espanar o pó e adentrar na sala carregando-o como se novo fosse.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do elenco de práticas e potencialidades nominadas acima, acredita-se firmemente que está o educador, qualquer que seja sua instância e área de ensino, diante daquilo que se costuma denominar *mudança de paradigmas*. Enquanto que as bibliotecas virtuais permitem ao futuro advogado gama de opções de livros impensáveis antes, sites de filmes para cinema demonstram o quanto professores de História, Economia, Política e Geografia podem tirar partido mesmo de películas que ainda necessitam de exibição nas telas grandes (os autores do presente relato, em workshops na Faculdade de Pato Branco/Fadep e na Universidade Tuiuti do Paraná/UTP, ambos em 2003, operaram com sites de cinema e da indústria fonográfica para demonstrar a convergência das mídias, para uma platéia formada por estudantes e professores de Comunicação e Letras).

No campo da Psicologia, ilustra-se, dezenas de homepages transbordam de conteúdos acerca da psicodinâmica das cores e sua incidência no ser humano – do portal brasileiro [www.mundocor.com.br](http://www.mundocor.com.br) ao americano [www.media.mit.edu](http://www.media.mit.edu). Na esfera da Língua Portuguesa, uma infinidade de dicionários on line está à disposição, enquanto que apreciadores (amadores ou profissionais) da fotografia digital ou documental fazem da Internet uma fonte imensa de materiais.

Há, contudo, de se considerar que os autores do presente relato não argumentam em favor somente do uso intenso das novas mídias como recursos didáticos, em detrimentos de aulas expositivas, leituras em grupo e outros modos de ensinar. O domínio do meio digital como instrumento pedagógico somente ocorre quando o docente determina com firmeza e antecipação os objetivos de determinada prática ou estudo em envolva as mídias.

Sem a formulação prévia de objetivos, as mensagens

disponíveis nos meios digitais perdem impacto, sejam elas visuais ou textuais. Esvaindo esse impacto, dilui-se também o interesse do aluno, esteja ele sentado ao fundo da sala ou na primeira fila, perdendo-se assim a relação cognitiva que sempre deve haver nos bancos escolares.

#### BIBLIOGRAFIA

- DIZARD JR, Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- FERNANDES, Márcio. **Infografia, un nuevo género periodístico**. <http://www.mariogarcia.com.ar> set. 2003.
- FODOR, Jerry. **The modularity of mind**. Cambridge: MIT Press, 1983.
- GRICE, Paul. Logic and conversation. **In.**: Logic and conversation, studies in the way of words. New York: Harvard University, 1991.
- \_\_\_\_\_. Meaning. **Philosophical Review**, New York, v. 67, 1957.
- HERMITAGE MUSEUM, [www.hermitagemuseum.org](http://www.hermitagemuseum.org)
- HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; VEIGA, Vera (orgs). **Teorias da comunicação – escolas, conceitos e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- JAKOBSON, Roman. **Lingüística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1981.
- LEMONS, André; PALÁCIOS, Marcos. **Janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Tecnologias da inteligência – o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 1997.
- LEVINSON, Stephen. **Pragmatics**. New York: Cambridge, 1983.
- LOUVRE MUSEUM, [www.louvre.fr](http://www.louvre.fr)
- MARTINS, Francisco; SILVA, Juremir Machado da (orgs). **Para navegar no século 21 – tecnologias do imaginário e da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1979.
- MEDIA LAB OF MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY, [www.media.mit.edu](http://www.media.mit.edu)
- MUNDO COR, [www.mundocor.com.br](http://www.mundocor.com.br)
- MUSEU NACIONAL DEL PRADO, [www.museoprado.mcu.es](http://www.museoprado.mcu.es)
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- SPERBER, Deirdre; WILSON, Dan. **Relevance: communication and cognition**. Cambridge: Harvard University, 1988.
- TATE GALLERY, [www.tate.org.uk](http://www.tate.org.uk)