

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado
da Faculdade Cásper Líbero
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)
ISSN: 2176-4476**

Texto original como enviado pelo/a autor/a

O TEMPO DA IMAGEM

O caso do *sticker* e sua busca por visibilidade

Diogo Andrade Bornhausen¹

Resumo

A variação do tempo de exposição das imagens e a forma como esta condição influi em suas comunicabilidades será pensada através da análise do *sticker* que encontra condições que fragilizam sua projeção quando presente no espaço urbano, e que busca estender sua visibilidade ao recorrer ao ambiente virtual, onde existem fatores que também podem diminuir seu tempo de propagação. Para isso, se observou o tempo expositivo dessa imagem no meio urbano e no virtual, pautando-se nas contribuições feitas pelas teorias da mídia e da imagem, a fim de compreender as modificações que ocorrem nesta imagem quando seu principal objetivo passa a ser a busca por visibilidade.

Palavras-chave: Imagem; Tempo; Visibilidade; Espaço Urbano; Ciberespaço.

Introdução

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUCSP. Mestrando no Programa de Estudos Pós Graduatedos em Comunicação e Semiótica. E-mail do autor: diogobornhausen@gmail.com .

As imagens, na atualidade, têm tido uma ostensiva presença nos diversos meios de comunicação, o que vem caracterizando o modo como são lidas e a maneira como se projetam. Marcadas por uma vertiginosa exposição, seguem o ritmo acelerado de renovação constante, impulsionado pela demanda de outras imagens que também querem se fazer visíveis. A confrontação ininterrupta destas imagens, ao buscarem suas visibilidades, alteram significativamente suas comunicabilidades, pois têm sua duração comprometida em função de outras imagens que intentam ocupar seu espaço. Desse modo, a temporalidade das imagens têm sido um fator determinante no modo como se comunicam.

Indissociáveis, ao se abordar o tempo das imagens revela-se necessário versar sobre o espaço em que estas imagens se situam, para assim, compreender suas relevâncias comunicacionais, já que estes dois fatores, tempo e espaço, “também determinam os processos sociais da comunicação” (Romano, 1998).

Nos meios tecnológicos a rarefação temporal das imagens faz parte do próprio meio em que se situam, principalmente em decorrência da necessidade de atualização contínua do que é vinculado, o próprio espaço, grau máximo na escala da abstração (Flusser, 2008) proporciona a impermanência do que é exposto. Já em outros espaços, como o espaço urbano, essa relação se estabelece em diferentes graus pois se relaciona com o tempo proporcionado pelo ritmo da cidade e o tempo da imagem em si, ou seja, a duração de sua exposição.

Diversificadas em apelos e intencionalidades, as imagens urbanas se inserem dentro de uma espacialidade específica e recorrem aos seus estímulos visuais afim de chamar a atenção em meio a tantas outras imagens. Dentre as variadas imagens presentes nestes locais, existem aquelas que ao invés de pretender anunciar um produto de consumo, procuram intervir na visualidade das metrópoles ao buscar outro tipo de relação comunicacional com a espacialidade.

Estas imagens – categoricamente intituladas como “arte urbana” - se dividem principalmente entre o graffiti, o lambe-lambe, o stêncil e o *sticker*. Esta última, além de ser a mais recente dentre as citadas, guarda consigo particularidades expositivas criadas a partir de uma alta reprodutibilidade, o que faz com que se mantenha em confronto constante com

outras imagens que tentam a mesma visibilidade, que ao não ser concretizada, faz com que busque em outros suportes a perenidade de sua exposição.

Propondo ler essa imagem em suas especificidades, a partir da análise do tempo de veiculação e de sua transferência para os outros meios na busca pela visibilidade, este trabalho intenta aprofundar a reflexão sobre as imagens e suas variações comunicacionais quando a busca pela visibilidade passa a ser o principal objetivo.

O *sticker* e sua contextualização urbana

O termo *sticker*, derivado da língua inglesa, é geralmente empregado, nos países com este idioma, para designar os adesivos autocolantes utilizados para fins como ornamentação, divulgação publicitária, entre outros, fixados em locais públicos e privados. O sentido da terminologia aqui trabalhada extrapola os significados regionais e considera o *sticker* como é de fato atualmente conhecido, uma manifestação urbana que se difunde através de adesivos fixados em diversos locais das cidades. Adequação esta que se deve a forma como esta imagem se constituiu e a maneira como iniciou sua propagação.

Mesmo não havendo um consenso pleno entre seus produtores, considera-se que o *sticker* tenha surgido no início de década de 90, pois é quando começou a ganhar mais adeptos e projeção. Foi nos Estados Unidos, na referida época, que a produção de *sticker* ganhou evidência, em razão do então estudante de design gráfico Shepard Fairey (Fairey,

2009), na cidade de Providence, que influenciado pelos adesivos de divulgação de bandas de punk rock elaborou um adesivo inspirado no campeão de luta livre norte-americano Andre Roussimoff, em que constava a imagem deste esportista seguido da palavra “Obey”.

Inicialmente, Fairey aleatoriamente colava estes adesivos em inúmeros locais da cidade, o que causou certo estranhamento por parte dos habitantes, levando a mídia impressa a questionar



quem era o autor de tais imagens. Fairey ao perceber a repercussão de sua obra, a enviou para conhecidos de New York e Boston, o que fez com que em poucos dias a imagem estivesse disseminada nas ruas destas cidades. Este evento ficou conhecido como “Obey campaign” e é assim considerado pelos produtores de *sticker* como o marco inicial desta técnica.

A facilidade na produção e a agilidade na divulgação fez com que diversos designers e artistas plásticos começassem a produzir *stickers*, ao verem neste tipo de imagem um caminho para suas produções que não eram aceitas em galerias de arte e encontravam na rua o espaço propício para a divulgação das obras (Hundertmark, 2005).

Imagem fotografada em 03 junho de 2009

na Rua Augusta, na cidade de São Paulo.

Ao utilizar o espaço urbano como suporte para sua difusão, o *sticker* participa como mais uma dentre as imagens que formam as diversas ambientações das cidades, incorporando-se nos diversos conjuntos de intenções que ali se fazem presentes e que continuamente as constroem e lhe dão sentidos. Essas intencionalidades, muitas vezes díspares, ao mesmo tempo em que configuram as espacialidades urbanas, lidam com as influências hegemônicas que procuram moldar o espaço urbano, principalmente por suas funcionalidades.

No caso das imagens que procuram reconfigurar visualmente o espaço urbano, existem aquelas, tais como o graffiti, que se colocam como narrativas que irrompem com a visualidade padronizada dos espaços ao criar ambientes singulares e aquelas, como o *sticker*, que se apropriam justamente desses locais para se expor. Ao ser fixado nas placas de sinalização e semáforos, o *sticker* explora os locais que fazem com a homogeneidade urbana se caracterize, ou seja, nos conjuntos de sinais que formatam os “não-lugares” (Augé, 1994).

Ao se direcionar dessa forma, o *sticker* participa da modificação da estrutura material do espaço, com seus usos e costumes estabelecidos, ao delineá-lo e impregná-lo de cultura. Segundo Lucrécia D’Alessio Ferrara (2008), é essa transformação que caracteriza a

transição do espaço à espacialidade, em que, particularizada através das visualidades e comunicabilidades presentes, permite que o espaço seja visto cognitivamente através dos estímulos visuais que o caracterizam, ao mesmo tempo em que o torna perceptível como espaço social. Evidencia-se assim, no suporte inerte do espaço, “as dobras de múltiplos sentidos presentes” (Ferrara, 2007:30).

Essas práticas se evidenciam quando o *sticker* propõe uma nova visualidade ao interferir nos direcionamentos padrões e elaborar uma espécie de jogo visual. Não o jogo relacionado às tensões competitivas que já marcam o capitalismo, mas sim o jogo lúdico, similar ao elaborado pela Internacional Situacionista, um “jogo como forma de se obter um ambiente imaginário, que está aí para substituir o ambiente insuficiente, pouco satisfatório” (Jacques, 2003:28) urbano, ou seja, promover uma sucessão de acontecimentos e de situações que revelem ao habitante da cidade outras possibilidades visuais e comunicativas presentes no espaço. Esta combinação, segundo seus elaboradores, colocaria o leitor em uma “deriva” capaz de o possibilitar novas apreensões do ambiente em que vive, não mais seguindo caminhos pré-estabelecidos, mas sim outras possibilidades imagéticas.

Naturalmente, esse tipo de relação estabelecida proporciona ao jogo entre espacialidade-imagem-observador outro modo de perceber o ambiente comunicativo, evidenciando outras temporalidades, que são geradas a partir da própria oferta de imagens e das resignificações que causam ao espaço quando utilizado como suporte.

Impedimentos temporais

Do mesmo modo com que o *sticker* procura causar uma modificação visual no espaço, ele se vê igualmente moldado pelas interferências que a espacialidade, e todo seu conjunto de apelos, lhe impõe. Entre os elementos que mais se destacam e que podem melhor elucidar as condições que o *sticker* enfrenta ao se expor nesses locais, destacam-se as temporalidades criadas nesses ambientes, que podem ser diferenciadas de três principais formas, por serem semelhantemente importantes, a saber: o tempo da cidade, o tempo de leitura da imagem e o próprio tempo da imagem.

Formadas a partir da aglomeração de pessoas, as cidades foram impulsionadas por um grande crescimento estrutural e econômico em favor da produtividade e do consumo. Assim, suas características principais são privilegiar os ritmos que melhor favoreçam o desenvolvimento progressivo do capital econômico, fazendo com que o tempo regulamentado seja otimizado em favor desses interesses. Qualquer estímulo que nelas se presentifique, tais como as imagens, necessita acompanhar este veloz fluxo de constante renovação e máxima instantaneidade.

Consequentemente, frente a estas condições, as visualidades formadas acabam por atender a rapidez comunicacional exigida, revelando ao cidadão-leitor a necessidade de se adaptar às fugazes interposições das imagens, que proporcionam às suas próprias mensagens apreensões superficiais, já que estas não podem exigir um tempo de leitura demasiado longo, com o risco de serem ignoradas e não cumprirem o apelo a que se propõem. Como esclarece Maurício Silva (2002):

“Na grande cidade, necessitamos avidamente de tempo. Na ânsia de consegui-lo ou economizá-lo, progressivamente deixamos de ser *flâneures* para tornarmo-nos motoristas. Não temos tempo para a observação. Interessamo-nos pelos fatos. Assim a profundidade do espaço urbano gradativamente foi substituída pela superfície dos edifícios, da publicidade, das telas de alta definição. Na cidade vagamos buscando a sublimação do corpo através do aumento da velocidade. Queremos o 'tempo real'” (Silva, 2002, s/p).

Assim, a procura pela otimização do tempo somada à variedade de informações propagadas de modo simultâneo no meio urbano corrompem a ideia de qualquer linearidade narrativa, já não há tempo para observar com atenção qualquer estímulo visual. Nessa perspectiva, o *sticker* lança-se nessa inconstante configuração urbana ao recorrer à não-ortogonalidade visual, pois se compõe a partir de diversos fatores – interação com outros elementos urbanos, apelos visuais destoantes, cores e formas inusuais –, fazendo com se vigore a maleabilidade visual desta imagem, inserindo-a no que Lucrecia D’Alessio Ferrara (1986) denominou como “texto não-verbal”.

Este tipo de texto, característico de ambientes como o espaço urbano, não se abre para uma ordem preestabelecida de compreensão do local onde está inserido, ao contrário,

possibilita a construção de um sentido espaço-ambiental que, junto com os outros textos participantes, permite a interação total com o meio que os envolve, ele “existe no espaço, mas sua revelação depende da produção da sua leitura” (Ferrara, 1986:24). A condição de leitura parte, segundo a autora, de duas complexas operações, a atenção e a sensação, na primeira se caracteriza como um ato indutivo de percepção, na segunda se lida com a subjetividade do leitor, que recorre ao seu próprio repertório e o conjuga com o que está sendo lido. Dessa forma, o *sticker* se dispõe a partir da leitura de quem o vê, é este que dará ou não sentido à sua exposição ao combinar as muitas imagens do espaço urbano e perceber a ligação de suas estruturas.

Como citado, a condição de que o leitor irá ter tempo para atentar e fazer as correlações necessárias para ler o texto não-verbal vai de encontro a disponibilidade de tempo que têm para ter tais observações, pois não é a premissa do espaço urbano oferecer esse tipo de situação.

A dialética montada por estas temporalidades, que respondem ao ritmo estabelecido no espaço urbano como também à atenção necessária para ler essas imagens, evidentemente não se faz sem choques e, no caso de imagens como o *sticker* isso se potencializa pela própria forma com que se difunde, pois, feito de frágeis materiais como o papel e o vinil, está constantemente exposto às intempéries climáticas e aos serviços de limpeza pública, que fazem com que se reduza bastante seu tempo de permanência nos espaços. Isto acarreta à sua exposição modificações pontuais nas formas como se mostra e nas maneiras como é lido.

Abraham Moles (1974) consegue sintetizar esta dinâmica quando destaca que esta situação é comum ao cartaz, que aqui pode ser lido como o *sticker* por ambos se empenharem em semelhantes visualidades, ao diferenciar duas situações que juntas causam um enfraquecimento comunicacional: a materialidade e o olhar em relação ao objeto. Na primeira, pela forma como se constrói está sujeito ao desgaste físico em um curto prazo de tempo e na segunda, pressupondo uma percepção imediata em meio a outros inúmeros estímulos, têm seu tempo de veiculação também diminuído.

Visibilidade e iconofagia

Os diversos fatores que condicionam a exposição do *sticker* no espaço urbano, como visto no tempo da cidade, no tempo necessário de leitura da imagem e em sua durabilidade, faz com que o *sticker* tenha um tempo muito reduzido de visibilidade. Isso comprova-se em pesquisa prévia², onde nota-se que sua permanência em seus suportes tem em média uma semana, o que é bastante reduzido quando comparado às outras imagens urbanas. Tendo um tempo reduzido, somado ao fato de não se destacar frente à quantidade de apelos visuais, maiores e mais atrativos, passa por um processo de incomunicação (Baitello, 2005), onde, mesmo com suas particularidades visuais, rarefaz sua visibilidade.

Norval Baitello Jr. (2010) ao analisar as condições físicas e imagéticas das metrópoles, evidencia que diante da imensidão que caracteriza estes espaços, têm-se como efeito o encolhimento e miniaturização do individual e único. Ou seja, apesar de ter se formado como imagem urbana, o *sticker* diminui ainda mais seu já reduzido tamanho por justamente estar no terreno da metrópole. O mesmo autor complementa que uma das formas encontradas pelas imagens para evidenciarem-se nestas condições é usar a repetição, como num eco “que se repete à exaustão, até o desaparecimento total” (Baitello, 2010:97). Isto se reconhece, pois, por ter uma capacidade altamente reprodutível, o *sticker*, ao se fixar em seus suportes, reverbera a mesma imagem em uma quantidade sobrelevada. Uma mesma imagem pode ser encontrada diversas vezes em vários locais.

² Pesquisa em andamento feita pelo autor no período de janeiro à dezembro de 2010.



Imagem fotografada em 15 jun. 2010
na Rua Augusta em São Paulo, SP.

Válido seria supor que uma imagem como essa poderia, em sua expressividade urbana, querer evidenciar, ideologicamente, a efemeridade da visualidade, o vazio que marca as condições de vida nas metrópoles ou a crítica a uma alta reprodutibilidade. Mas o fato é que, como visto, ao jogar a sua significação aos olhos do leitor e este, ao estar inserido nas condições urbanas também já citadas, pode nem sequer percebê-la enquanto apelo visual, muito menos notá-la através de suas outras intenções.

O que evidencia-se quando observado no espaço urbano é que o *sticker*, seja por intenção ou por consequência, se divulga em grande quantidade, o que faz com que ao utilizar sempre o mesmo tipo de suporte, se aglomerem muitas imagens em um mesmo local. Este acúmulo gera, diferentemente da imagem quando está só, um outro tipo de comunicabilidade, pois modifica-se a própria dinâmica que a imagem usa para se fazer visível.

Altera-se a lógica do jogo citado, deixa de ser lúdico e externo para ser o jogo entre dois elementos que disputam o mesmo espaço, a proposta se internaliza. Essa inversão leva

a imagem além de enfrentar as temporalidades que reduzem seu tempo de emissão, a se deparar com outro impedimento temporal, aquele da durabilidade que pode ser tirada a qualquer momento por outra imagem.

Ambas situações, a competição da imagem que sobrepõe a outra pra ser visível e a consequente perda temporal, levam as imagens a entrarem em um processo iconofágico (Baitello, 2005) de devoração mútua em função da própria visibilidade. Perdem assim a característica que lhes era particular, de imagens que propunham específicas abordagens visuais e comunicativas no espaço urbano, para criar “uma esfera de imagens auto-suficientes e auto-referentes”(Baitello, 2005:92).

Mas como toda lógica do natural, bem lembrada pelo citado autor, toda devoração implica a existência de algo que resta, um resultado excremental que no caso do *sticker*, transborda através de uma aparência amórfica visível através das manchas e borrões de imagens que já estiveram ali e que se misturam com novas imagens que se interpõem.

Nesta outra visualidade formada já não existem visibilidades, suas propostas mudaram. A singularidade se transforma em manifestação coletiva que manifesta o resultado da própria devoração, passando a serem enfim, percebidas, mas não mais fruídas. A intervenção urbana dessa forma acontece, não pelo imaginário que a imagem pode criar, mas como resíduo. Constroem-se camadas de imagens que, assim como os biombos denotados por Flusser (1985), criam suas visualidades a partir do encobrimento da visibilidade de outras imagens, no caso, as sinalizações.

Da visualidade à visibilidade

Concomitante ao fato do *sticker* construir uma visualidade a partir do acúmulo de outras imagens e assim restringir sua visibilidade como imagem una, é a ocorrência de, logo após terem sido afixados, serem fotografados e divulgados em *sites* de hospedagem de

fotos, de relacionamentos e *blogs*. Ao buscar as fotografias em um destes *sites*³, pode se averiguar o resultado de quinhentas mil imagens a partir da pesquisa do termo “sticker”.

A atitude de seus produtores de fotografá-los partem de duas principais possibilidades, a maior capacidade de divulgação que a imagem tem neste ambiente ou a tentativa de ultrapassar a efemeridade material, já citada, pelo potencial inerente da *web* de conservar a imagem. Ambas possibilidades dirigem-se ao aumento de sobrevivência da imagem, seja esta informativa ou constitutiva, já que ser visível (acessível) é fator primordial para a imagem continuar existindo dentro da lógica da visibilidade midiática (Baitello, 2005).

O que anteriormente se estabelecia como mídia secundária, tendo o *sticker* como suporte de uma mensagem que estendia seu tempo de emissão a múltiplos receptores sem a necessidade da presença física de quem o produziu, converte-se em mídia terciária⁴ (Pross, 1987), pois tanto o emissor quanto o receptor precisam de aparatos eletrônicos para codificar e decodificar as mensagens. Entretanto, ao deixar de estar fisicamente situado para estar virtualmente espacializado, o *sticker* reduz sua materialidade em fluxo contínuo regido pelo tempo de acesso, compondo um novo corpo tecnológico, “nulodimensional” (Flusser, 2008: 17), que simula a realidade.

³ Consulta feita em <<http://www.flickr.com>>, Acesso em: 19 abril 2010.

⁴ Harry Pross, na elaboração sobre a Teoria da Mídia, as diferencia em três qualidades: mídia primária, que não necessita de nenhum aparato que não o próprio corpo; a mídia secundária, que estende seu tempo de emissão, a partir de suportes, para múltiplos receptores; e a mídia terciária, em que tanto o emissor quanto o receptor necessitam de aparatos técnicos para efetivar a comunicação.



Imagem encontrada em <<http://www.flickr.com/photos/eduardonasi/2767272892/>>.

Acesso em: 01 maio de 2009, onde consta a informação de que este *sticker* está situado na rua Bela Cintra em São Paulo.

Ao ser fotografada, a imagem do *sticker* é privilegiada em sua unicidade, deslocada da realidade da qual fazia parte onde, muitas vezes, não há qualquer referência de seu contexto anterior. Não guarda mais a memória da espacialidade a qual fazia parte, passa a se expor de forma “transestética”, pois passam a ser “imagens em que não há nada para ser visto, imagens sem vestígios, sem sobre, sem consequência” (Baudrillard, 1990: 24), ou seja, imagens ofertadas em tempo real.

Esta contextualização modifica em igual maneira a relação que a imagem tem com o seu leitor. Este lida com outro tipo de relação entre tempo e espaço, denominado como “fenômeno glocal” (Trivinho, 2007), onde não mais a relação se dá de modo localizado e nem globalizado, mas num misto que forma uma outra qualidade significativa de apreensão da realidade:

“...o fenômeno glocal sintetiza uma cadeia espetacular de anulações empíricas. Releiam-se os fatos: com ele, o espaço geográfico se reduz, em termos absolutos, ao lugar imediato de acesso, que se reduz à socioespacialização tecnoimagética, que se reduz ao tempo real, que não se põe numa ordem de sucessão passado-presente-futuro, mas como fluxo contínuo,

sem começo nem fim, “pleno”, se assim se pode dizer (quase como algo “dado”), imensurável, que por isso, se caracteriza como um tempo atemporal, acrônico, um tempo auto-revogatório, auto-supressivo, um “tempo sem tempo” (Virilio, 2002, p. 147), tanto mais assim reconfirmado quanto maior for o investimento imaginário do receptor nos fluxos imagético-informacionais.” (Trivinho, 2007:256).

Apesar da existência em tempo real trazer à imagem um tipo de particular de exposição em que esta estará disponível para o acesso em qualquer tempo e em qualquer local e assim garantir que ela não deixará de existir, a imagem passa a se inserir em um ambiente em que ela é mais uma dentre as infinitas possibilidades informativas ofertadas na web.

Como visto, quando é digitalizado, o *sticker* se insere entre outras quinhentas mil imagens com o mesmo propósito. Embora continue disponível para o acesso, a garantia de que será visto é reduzida perante a grande quantidade de imagens.

Em levantamento feito⁵, nota-se que uma imagem como esta, a partir do momento em que é colocada neste *site* é vista no prazo máximo de três semanas, depois disso outras imagens passam a ganhar a visibilidade, formando um ciclo de renovação constante de imagens.

Conclusão

Como visto, estando suscetível a diversos fatores, quando presente no espaço urbano o *sticker* não concretiza sua visibilidade, optando assim pela visualidade proporcionada pela junção de várias outras imagens com o mesmo propósito. Ao recorrer ao ciberespaço, como local que possivelmente estenderia sua exposição, encontra um ambiente em que uma grande quantidade de imagens também fazem-se presentes. Assim, o fato de estar disponível não garante que este seja visto, e ao se partir do pressuposto de que é a visibilidade que garante sua permanência, o *sticker* deixa de presenciar-se assim como ocorria no espaço urbano.

Referências Bibliográficas:

⁵ Pesquisa em andamento feita pelo autor no período de janeiro à dezembro de 2010.

AUGÉ, M. **Não-lugares**. Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Trad. Maria Lúcia Pereira. Campinas: Papirus, 1994.

BAITELLO JR., N. **A serpente, a maçã e o holograma**: esboços para uma teoria da mídia. - São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **A era da iconofagia**. Ensaios de Comunicação e Cultura. – São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BAITELLO JUNIOR, N., (Org.); CONTRERA, M.S, Org.; MENEZES, J.E., Org. **Os meios de comunicação**. – São Paulo: Annablume; CISC, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**: ensaio sobre os fenômenos extremos; trad. Estela dos Santos Abreu. – Campinas, SP: Papirus, 1990.

FAIREY, S. **Obey**: Supply et demand. Gingko Press. Berkeley, 2009.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Comunicação espaço cultura**. – São Paulo: Annablume, 2008.

_____. Org. **Espaços comunicantes**. – São Paulo: Annablume, Grupo ESPACC, 2007.

_____. **Os significados urbanos**. – São Paulo: EDUSP: FAPESP, 2000.

_____. **Leitura Sem Palavras**. São Paulo: Ed. Ática, 1986.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: Elogio da superficialidade. – São Paulo: Annablume, 2008.

_____. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. – São Paulo: Hucitec, 1985.

HUNDERTMARK, C. **Art of rebellion**: The world of street art. Berkeley: Gingko Press, 2005.

JACQUES, P. B., Org. **Apologia da deriva**: escritos situacionistas sobre a cidade. – Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

MOLES, A. A. **O cartaz**; Trad. Miriam Garcia Mendes. São Paulo: Perspectiva; Edusp, 1974.

PROSS, H. **Introducción a la ciencia de la comunicación**. – Barcelona: Anthropos, 1987.

ROMANO, Vicente. El tiempo y el espacio en la comunicación. La razón pervertida navarra – España: Argitalexte Hiru, 1998.

SILVA, Maurício Ribeiro da. **O corpo do nosso espaço versus o espírito do nosso tempo**. Revista Ghrebh nº 1, 2002. Disponível em: <<http://revista.cisc.org.br/ghrebh1/artigos/>>. Acesso em: 10 jun. 2010.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada.** – São Paulo: Paulus, 2007.