

O SHOW DE TRUMAN: **Espetáculo midiático de manipulação humana**

Maria Giselda da Costa Vilaça
Universidade Católica de Pernambuco
giseldavilaca@gmail.com

RESUMO:

Através da estética do Reality Show ou do espetáculo humano exibido para milhares de telespectadores no mundo inteiro, o filme *O Show de Truman*, de Peter Weir, problematiza aspectos decisivos da vida moderna, como a mecanização das relações, a manipulação das vontades e a invasão da privacidade pela tecnologia. A partir de considerações sobre esse enredo, busca-se discutir neste ensaio o status da realidade no mundo contemporâneo, e até que ponto o convívio com o simulacro afeta a vida cotidiana das pessoas e de suas representações. Investiga-se, ainda, a importância da publicidade na promoção e na propagação dos espetáculos midiáticos, e o tipo de leitor que tem como característica perceptivo-cognitiva a leitura de imagens em movimento.

Palavras-chave: Mecanização e manipulação humana. Invasão de privacidade, *Reality Show*, Publicidade, Espetáculo midiático

ABSTRACT:

Through the aesthetics of the Reality Show or the human spectacle showed to thousands of viewers worldwide, the film *Truman's Show* from Peter Weir, renders problematic about decisive aspects of modern life, such as the mechanization of relationship, manipulation of wills and the invasion of privacy by technology. From considerations on this plot, one pursues to discuss in this essay the status of reality in the contemporary world, and to what extent the interaction with the simulation affects the daily lives of people and their representations. It is also researched the importance of advertising in the promotion and spread of media spectacles, and the kind of reader who has as a perceptual-cognitive characteristic the reading of moving images.

Keywords: Human mechanization and manipulation, Invasion of privacy, Reality show, Advertising, Mediatic show

Introdução

Truman Burbank foi um bebê abandonado pelos pais e adotado por uma rede de televisão que o criou num mundo irreal. Foi montado um cenário de uma imensa cidade, no qual todos com quem convive – amigos, pais, esposa, vizinhos – são atores contratados para com ele viverem uma farsa. Entretanto, a sua falsa vida é filmada e transmitida pela TV, acompanhada por milhares de telespectadores 24h por dia desde o seu nascimento. Ele é o único que não sabe que é a estrela desse reality show. Nessa cidade, chamada de Seahaven, ele é um pacato vendedor de seguros que segue naturalmente a sua vida. Tudo corre bem até o momento em que ele é despertado por uma garota para o fato de ser o protagonista do show. A partir daí ele começa a desconfiar de certos acontecimentos, tem a sensação de estar sendo observado e uma série de situações estranhas aguça a sua desconfiança até que ele descobre a verdade. Ao perceber que está aprisionado, ele decide que seu único objetivo é escapar da cidade.

(Release do filme)

O filme *O Show de Truman*, dirigido por Peter Weir e com roteiro de Andrew Niccol, foi criado para radicalizar a encenação especular e espetacular dos reality shows que viraram uma febre mundial nos canais de TV nos últimos anos. Neste programa, a emissora do diretor Christof “adota” uma criança enjeitada e passa a criá-la como um animal de laboratório, num ambiente que reproduz utopicamente o cenário de uma sociedade perfeita e feliz. A família, os habitantes da cidade, os acontecimentos e a história de Truman, a criança enjeitada, são falsos e controlados pelo diretor, mas a espontaneidade do protagonista, que ignora a sua realidade desde o nascimento, funciona como um grande atrativo para milhões de espectadores no mundo inteiro.

Truman não tem conhecimento de ser a estrela do show. A sua ilha, que para ele é um território real, aparece como um monumental simulacro para os telespectadores, uma das mais eficientes e inovadoras vitrines ou canais de venda de que já se teve notícia, uma vez que o programa é transmitido sem interrupções, dia e noite, durante os trinta anos de sua vida, anunciando absolutamente todas as mercadorias que fazem parte do dia-a-dia do personagem: casas, carros, móveis, eletrodomésticos, roupas, alimentos, utensílios, etc. Transformado numa marionete do consumo ou num garoto-propaganda em caráter permanente, Truman tem a sua vida privada tornada pública sem o saber, tem roubado o seu direito a uma existência autônoma, aos afetos verdadeiros e à vivência de uma história pessoal.

O diretor Christof detém o poder sobre Truman através da mídia eletrônica e todos os aparatos tecnológicos que o permitem monitorar os seus passos e induzi-lo a agir de acordo com os seus interesses. Porém, quando no filme o diretor é indagado sobre a sua própria vida, ele nada revela. É considerado “um homem reservado”. Truman é tratado como um animal enjaulado, controlado, mas é humano. Ao contrário dos robôs que são máquinas que buscam a perfeição humana, como em *O homem bicentenário* (Asimov, 2001), ele é um humano que tem a sua vida mecanizada em favor de um programa de TV que busca manter a sua audiência. É uma vítima que tem a privacidade invadida por meio da revolução eletrônica, uma produção artificial que nos faz refletir até onde vai a capacidade humana de manipulação, pois “as relações do homem com o mundo não são mais as mesmas depois da revolução da informática e das comunicações” (Domingues, 1997:17).

A vida de Truman é arbitrariamente convertida no suporte de uma forma degenerada de “arte”, criada para o entretenimento e o consumo das massas. Mas Truman não é um autômato. Dentro das limitações que lhe são impostas, pensa ter liberdade de ir e vir no espaço que lhe foi destinado. As suas tentativas de rebeldia são coibidas por mecanismos psicológicos de sujeição pelo medo e punição, exercitados desde a infância, com a perda traumática do pai num naufrágio, para que desenvolvesse o pânico do mar e não se aventurasse fora da ilha. Somente aos trinta anos é que Truman vai realmente despertar para a sua condição, encontrando forças para desafiar o comodismo e coragem para enfrentar seus terrores, partindo em busca de si mesmo e da verdade.

A era Big Brother

O Show de Truman é uma metáfora da vida atual, pois estamos caminhando para a perda de privacidade total, possibilitada pela tecnologia vigente e cada vez mais aperfeiçoada. Estamos vivendo a era *Big Brother*. É um caminho sem volta. A privacidade torna-se cada vez mais difícil de ser mantida. Onde quer que estejamos somos vigiados: nos bancos, ônibus, escolas, lojas, restaurantes e até nas ruas. *Sorria. Você está sendo filmado.* Várias são as câmeras, escondidas ou expostas, como as dos celulares que nos fotografam, gravam e filmam muitas vezes sem que tenhamos conhecimento disto. É um jogo perigoso. Em nome da necessidade de segurança, estamos sendo vigiados e perseguidos em todos os lugares. É inevitável não recordar a atmosfera opressora do romance que George Orwell publicou em 1948: *1984*.

Embora tenha sido escrito há mais de meio século, o enredo de Orwell (*1984*) é extremamente atual. Fala de um mundo dominado, inspirado pelo socialismo stalinista, onde o Estado domina e nada é de ninguém, mas tudo é de todos. Tudo o que resta de privado é o pequeno espaço do cérebro. É uma batalha que se desenvolve entre o indivíduo e o Estado, pela tentativa de controlar um bem maior que os bens de consumo: a mente e a vontade dos cidadãos. A opressão está por todo o lado, a mentira é a verdade imposta, e qualquer opinião contrária à do Partido significa a morte certa. O Estado é onipotente e controlado pelo “grande irmão” – o *Big Brother*. São instaladas telecâmeras em todas as residências, as pessoas têm as suas vidas monitoradas pela polícia política e são punidas “exemplarmente” se forem desviadas do comportamento considerado “normal” pelo sistema.

Esse enredo parece ser um prenúncio dos dias atuais, um prenúncio do “Show de Truman” em que as vidas humanas estão se convertendo. Atualmente, os nossos dados pessoais, profissionais e financeiros já constam em bancos de dados dos órgãos do governo e de entidades financeiras que, embora sejam protegidas por um sistema de segurança *online*, não escapam das invasões dos *hackers*. Os nossos hábitos de consumo são diariamente rastreados através dos sites de busca da Internet, cartões de crédito, celulares e todo sistema online a que tivermos acesso.

Hoje, até mesmo os passos de cada um são passíveis de monitoramento, através dos rastreadores de veículos, aparelhos celulares com GPS (*Global Positioning System* – Sistema de Posicionamento Global) e até de chips inseridos embaixo da pele (Adler, 2004), que possibilitam saber o local exato onde a pessoa se encontra. Empresas de entretenimento já implantam chips nos seus clientes vips, que proporcionam fácil acesso e praticidade no atendimento. Eles não precisam mostrar documento de identidade na entrada, nem ter dinheiro para pagar a conta, pois tudo será debitado no seu cartão de crédito. Os seus dados são armazenados dentro do chip. Por enquanto tudo isso é absorvido como modismos inofensivos

e passageiros, mas são mudanças definitivas que rapidamente se incorporam ao cotidiano do cidadão, sem lhe dar tempo de refletir ou de esboçar uma crítica ou uma escolha.

Evidentemente, a cada inovação ou *upgrade* de uma máquina lançados no mercado, há todo um discurso construído para assegurar a sua necessidade no melhoramento da qualidade de vida. As razões oscilam entre vantagens ligadas à saúde, ao conforto, à segurança, mas quase sempre se ancoram numa justificativa ligada ao status social. Num mundo mercadológico, as pessoas se confundem com o que possuem, e portanto constroem suas personalidades e seu amor próprio em função do seu poder aquisitivo e de sua capacidade de utilização dos últimos lançamentos das indústrias, que por isso precisam ser constantemente renovados.

Nos Estados Unidos da América já existe um projeto chamado Conhecimento Total de Informações (TIA, *Total Information Awareness*), instalado no final de 2002, por ocasião do pânico gerado com os atentados terroristas do 11 de setembro, que faz um serviço de monitoramento dos cidadãos. Os movimentos dos moradores das cidades são acompanhados com o receio de novos atentados. As informações são fornecidas por empresas públicas e privadas, e são armazenadas em bancos de dados. A justificativa da segurança, por mais convincente que possa parecer, esbarra sempre na questão ética da invasão de privacidade, que gera a angústia crescente que se percebe na vida moderna.

Afinal, com quem seria seguro conversar abertamente? Onde e a quem poderíamos recorrer? Não se pode mais falar tranquilamente ao telefone, porque ele pode estar sendo vigiado. Embora seja um ato ilegal, é perfeitamente possível captar as ondas emitidas pelos aparelhos móveis ou mesmo grampear os telefones fixos, a exemplo dos casos policiais que vemos relatados na imprensa. Não se pode enviar e-mails sem o risco de que sejam interceptados ou de que o usuário possa ter seu aparelho invadido por *hackers*. Conversas confidenciais em público são perigosas porque não conhecemos a índole nem do nosso interlocutor, nem daqueles que nos cercam. Em ambientes fechados, públicos ou privados, há câmeras por toda parte monitorando os movimentos e até gravando as conversas. Nem mesmo em casa o cidadão pode sentir-se livre deste sentimento de perseguição.

Aliada à falta de privacidade, a vida urbana está sendo também mecanizada como nunca antes. Hoje somos reféns dos horários, de um ritmo temporal arbitrário e construído sobre as necessidades e os ritmos da produção e do consumo. Hora para levantar, tomar banho, comer e seguir para o trabalho; hora para levar e buscar os filhos na escola; hora para tudo. Não podemos atrasar, nem faltar aos compromissos. Temos que cumprir os rituais cotidianos para que possamos realizar tudo o que precisamos, dentro dos horários estabelecidos. Precisamos ser gentis, educados, cumprirmos as regras sociais impostas pela civilização. São regras e mais regras. Somos sim, seres mecanizados nas nossas atitudes, mas continuamos sendo seres humanos vítimas da vida moderna, que também inclui a tecnologia desenvolvida e cada vez mais presente em nossas vidas. Segundo Haraway, “as

realidades da vida moderna implicam uma relação tão íntima entre as pessoas e a tecnologia que não é mais possível dizer onde nós acabamos e onde as máquinas começam”.

Estamos vivendo um paradoxo, pois à medida que a tecnologia avança com o objetivo de facilitar a vida humana, torna-se cada vez mais difícil conviver com a velocidade com que as novidades aparecem. Não há como absorver tudo, e isso pode ser a causa da angústia de muita gente. Além disso, a tecnologia caminha para a tentativa de humanizar as máquinas, de fazê-las pensar e tomar decisões. Esse também é um caminho perigoso e um assunto que demanda mais discussão no âmbito da sociedade.

Ser biológico

No personagem Truman não há uma ligação do seu sistema biológico às redes nervosas de uma máquina, nem há uma relação homem-máquina, uma simbiose da sua mente humana com uma mente de silício de computador. Há um corpo biológico e uma mente pensante que é manipulada por outro ser biológico. A tecnologia é utilizada apenas para tornar possível a execução da idéia do diretor Christof, que é um homem governando máquinas para manipular outros homens. E, como afirma Santaella (2004:184), “os organismos respondem ao seu ambiente das maneiras que são determinadas por sua organização interna”.

Não há uma telecâmera num robô (Domingues, 1997:27), nem “nunca houve uma câmera na sua cabeça”, como afirma o próprio Truman na cena final do filme. É um humano virtualizado, vigiado por câmeras, que vive uma vida normal como todo ser humano. Há todo um conjunto de elementos que conduzem o seu comportamento, o seu mundo é controlado em sua complexidade, e os problemas são resolvidos intuitivamente e com rapidez não programada.

Havia dois mundos: o mundo conhecido por Truman, criado exclusivamente para ele, sob absoluto controle, com as coisas funcionando perfeitamente; e o mundo externo a esse mundo criado, que ele desconhecia, e que é o mundo dos telespectadores do grande show. O seu mundo faz parte do sistema sob observação, que incorporou o próprio observador. Truman é uma ficção para o observador, que sabe do que se trata – reality show – em contraponto à realidade social vivida por ele e a qual pensa ser única. É um ser individual, independente, dentro de limites e situações pré-estabelecidas.

Truman pode ser considerado um ser analógico. Ele é de carne e osso e não de carne e do silício usado nos computadores. Entende-se por *analógico* “o real, as impressões discretas captadas pelos sentidos e percebidas pelo humano” e como *digital* “a simplificação através da qual a máquina sente o mundo, o verdadeiro e o falso como as únicas possibilidades de interpretação da realidade” (Donato, 2007:7).

Espectáculo x Publicidade

Diana Domingues (1997:22) afirma que a palavra-chave para este milênio é *interatividade*. Entretanto, não há interatividade no *Show de Truman*. Há recepção das informações, mas não interação. O público é bombardeado pela publicidade inserida no show e torna-se consumidor da marca “Truman”, para a qual foi criado um catálogo com os produtos mostrados no show. Tudo lá está à venda, desde roupas e alimentos, até as casas onde moram. O *Show de Truman* é um espetáculo que se tornou um fenômeno midiático visto por milhares de telespectadores no mundo inteiro. Como todo espetáculo televisivo, é patrocinado por vários anunciantes que têm seus produtos inseridos através de *merchandising* e que são acintosamente exibidos pelos atores que contracenam com Truman. Sendo um espetáculo ininterrupto, foi uma forma encontrada de exibir suas publicidades, uma vez que não havia intervalos comerciais no programa.

A TV digital, que acaba de ser instalada no Brasil, também se apropria desse recurso para compensar os espaços perdidos nos intervalos comerciais “evitados” pelos telespectadores. Entretanto, já é uma prática largamente usada pelas emissoras de TVs, tanto abertas e fechadas, pois os produtos são cada vez mais parecidos e o que os diferencia é a força das suas marcas. Num *merchandising* inserido na programação, no momento em que todos estão ligados, o produto e sua marca não deixam de ser vistos. Essa foi a alternativa encontrada pelas emissoras de TV para driblarem o *zapping* do controle remoto. Os comerciais dos intervalos são pouco vistos porque os telespectadores mudam de canal nesse momento e, como afirma Kellner (2006), o entretenimento, como também a seleção de produtos comercializáveis, é um setor importante na economia de um país.

Não se pode negar a importância da publicidade na propagação dos espetáculos midiáticos. Segundo Kellner (2006:125) “para vencer no mercado global ultracompetitivo, as corporações precisam fazer circular suas imagens e marca para que negócios e publicidade se combinem”. Na briga pela conquista do mercado, a publicidade anteriormente mostrava os atributos dos produtos em suas mensagens, comparando-os uns aos outros. Atualmente, ela ressalta os valores emocionais, ativa os sentidos das pessoas, ataca-os pelo lado afetivo. Algumas das inserções de *merchandising* mostradas no Show de Truman surgem em momentos de emoção do personagem. As corporações usam essa estratégia para tornar seus logotipos símbolos familiares e atrair os consumidores em potencial, influenciando-os na escolha do produto no momento da compra.

Leitores

Para que as corporações tenham sucesso no seu intento, é necessário que a leitura das suas mensagens seja adequada a cada contexto e a cada suporte midiático.

Lucia Santaella (2004: 18-19) classifica os principais leitores em três tipos:

- Contemplativo: o leitor da era do livro impresso e da imagem expositiva, fixa;
- Movente: leitor do mundo em movimento, dinâmico, que é filho da evolução industrial e do aparecimento dos grandes centros urbanos;
- Imersivo: o leitor que começa a surgir nos novos espaços da virtualidade.

Cada tipo de leitor revela características perceptivo-cognitivas próprias. O tipo de leitor que se adequa ao caso Truman é o movente, por ser um leitor de imagem em movimento, tendo como suporte, neste caso, a televisão. A leitura não se resume à decifração de textos; ela incorpora uma relação entre “palavra e imagem, desenho e tamanho de tipos gráficos, texto e diagramação” (SANTAELLA, 2004:17).

A relação de palavra/imagem é percebida com grande propriedade na publicidade. Os tipos de suportes de mídia que surgiram e que continuam a surgir são em grande número, graças à reprodutibilidade técnica de produção e impressão, de tal forma que nem nos damos conta da leitura automática que fazemos e da expansão de contextos e situações de leituras que temos.

Com o desenvolvimento dos grandes centros urbanos, o homem passou a se preocupar mais com o seu espaço, com a necessidade de se proteger das surpresas da metrópole, e teve que se adaptar às novidades impostas pelo mercado, entre elas o ato de consumir. Tudo foi transformado em mercadoria e, com a comunicação feita pela publicidade, o prazer de consumir foi estimulado, ressaltado pelas imagens e mensagens visuais sedutoras, com sinais para serem vistos e decodificados na velocidade que é peculiar ao ritmo de vida dos grandes centros. No mundo de Truman esse frêmito urbano existe de forma mais tranqüila e controlada, porém o estímulo ao consumo é feito apenas para os telespectadores do show de forma bem planejada.

O que vem por aí

O Show de Truman nos mostra por meio de metáfora e a exemplo de *1984*, obra de George Orwell, para onde o mundo caminha. Se já não temos privacidade com a tecnologia vigente, onde quem não tem telefone celular e cartão de crédito é considerado ultrapassado, poderá chegar o dia no qual quem não tiver um chip inserido embaixo da pele poderá ser considerado um ser fora do mundo.

Talvez haja alguém que diga que não há mais o que inventar. Engana-se quem pensar assim. A implantação do chip sob a pele e o monitoramento dos nossos passos poderão ser considerados pequenos diante das novidades que vêm surgindo, cujas conseqüências são imprevisíveis. Pela velocidade com que a tecnologia se desenvolve, podemos supor que estão bem próximas.

Ian Pearson, futurólogo da empresa British Telecom, já previu a possibilidade de haver computadores conscientes até 2020 e download da mente até 2050 (MARINHO, 2008). Cientistas norte-americanos da Universidade de Berkeley, na Califórnia, desenvolveram um sistema computacional que permite a leitura da mente através de aparelhos de ressonância magnética. Esse avanço se por um lado é benéfico e pode ajudar em casos de solução de crimes lendo as mentes dos acusados, esbarra na questão ética de invasão de privacidade. Além disso, pode ser uma arma perigosa se cair nas mãos de criminosos que possam usar essa técnica em favor dos seus roubos e crimes.

Uma prévia do que pode estar por vir é o que vemos em alguns filmes de ficção científica como *Blade Runner*, *Matrix*, *Inteligência Artificial*, *O Homem Bicentenário*. Nesse sentido, o cinema cumpre a função de mostrar como funcionam os novos aparatos tecnológicos, suas possibilidades e conseqüências. De acordo com Kunzru (apud SILVA, 2000:21):

Esses febris sonhos de ficção científica têm origem em nossas mais profundas preocupações sobre ciência, tecnologia e sociedade. Com os avanços na medicina, na robótica e na pesquisa sobre Inteligência Artificial, eles estão se aproximando, inexoravelmente, da realidade.

Se fizermos uma retrospectiva, podemos perceber que alguns dos filmes de ficção científica mostraram ao mundo coisas que para nós pareciam pura fantasia e que jamais conseguiríamos alcançar. Um exemplo é o desenho dos *Jetsons*, onde as pessoas se comunicavam com as outras através de vídeo, situação tão comum para nós hoje através da internet e suas redes de computadores.

No filme *Matrix* as pessoas vivem num mundo virtual cuja energia mental vem de seus próprios corpos. Os personagens têm suas mentes liberadas para entrarem na *Matrix*, um mundo virtualizado onde eles têm poderes especiais. Os seus corpos ficam no mundo físico plugados em aparelhos que liberam suas mentes para circularem dentro da *Matrix*. Entretanto, morrer na *Matrix* significa morte no mundo real. Seria o *Second Life*, mundo virtual no qual as pessoas participam como si mesmos ou criando seus avatares, uma representação real da metafórica *Matrix*? Para Santaella “a realidade virtual quebra a barreira da tela, abrindo o espaço multidimensional à habitação cognitiva e sensorial do usuário” (2003:194). Nós entramos nesse espaço com um simulacro do nosso corpo, no qual interagimos em tempo real num mundo gerado matematicamente.

Algumas previsões feitas pelo futurólogo Ian Pearson, como o *download* da mente, por exemplo, são inimagináveis, mesmo conhecendo o avanço tecnológico atual. Somos cientes de que pode ir muito mais além, e não temos noção das conseqüências desses avanços. Podemos supor, diante do que hoje conhecemos, que ela poderá ser muito útil mas que poderá também chegar a situações de proporções incontroláveis, pois sendo a nanotecnologia capaz de produzir aparelhos cada vez menores, eles estarão instalados nas pessoas de formas

imperceptíveis. Como identificaremos quem tem ou não aparelhos instalados no seu cérebro ou outra parte do corpo? Que aparência eles terão? Quais serão as suas expressões faciais?

A digitalização da mente humana é para nós, por enquanto, uma hipótese longínqua. Isso é assustador, pois não sabemos as reais conseqüências dessa ação e como estaremos vulneráveis num mundo no qual não se pode confiar na integridade do caráter de muitas pessoas. Há muita gente que poderá usar esses recursos a favor do mal.

Considerações finais

Diante do exposto, é impossível não indagar quais serão os dilemas que a humanidade enfrentará no futuro. Serão dados poderes totais às máquinas? O humano desaparecerá na simbiose com o mecânico e o eletrônico? Até que ponto as previsões apocalípticas e os sonhos delirantes da ficção científica não serão mais do que pesadelos da nossa imaginação? A verdade é que não se pode conter os avanços científicos e tecnológicos. Mas é preciso estar atento para o fato de que a velocidade das transformações, hoje, ultrapassa em muito a capacidade geral de apreensão e de compreensão dos verdadeiros efeitos da modernização tecnológica em nossas vidas. Por isso, esperamos que o ser humano seja capaz de mobilizar esforços não apenas no sentido de promover ganhos e lucros desenfreados, mas de fazer valer a sua capacidade intelectual também num sentido moral e ético, a fim de que a idéia de “crescimento” ultrapasse a noção econômica e mercadológica, e atinja o ser em sua plenitude.

Referências

- ADLER, Werner. *Microchips embaixo da pele. Informativo New Economy*. Campinas, 30jun.2004.
Disponível em: <
http://www.cgi.unicamp.br/zope/database/divulgacao/BDEXPIRADOS/NUH_112/NUH_112.html?historico=1&voltar=1> Acesso em: 13jan.2008.
- ASIMOV, I. *O homem bicentenário*. Porto Alegre: L&PM, 2001.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica, in: *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- CHARTIER, Roger. A revolução das revoluções? In: *A aventura do livro do leitor ao navegador*. São Paulo: Unesp, 1999.
- DOMINGUES, Diana. A humanização das tecnologias pela arte. In: *A arte do século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Unesp, 1994.
- DONATO, Cida; PORTELLA, Ricardo. Na literatura de ficção a distância e a proximidade entre as linguagens do homem e da máquina. *Democratizar*. v.1. n.1. set/dez 2007. Instituto Superior de Educação da Zona Oeste/ Faetec /Setec. Rio de Janeiro. Disponível em:
<http://www.faedec.rj.gov.br/isezonaeste/publicacoes/democratizar/artigo_cida_ricardo.pdf> Acesso em: 12 jan.2008.

DUMAS, Gustavo. No reino do Super-Homem e da Mulher-Maravilha. *Cosmo On Line*. Campinas. N.49. 01set. 2003. Disponível em:

<<http://kplus.cosmo.com.br/materia.asp?co=183&rv=Literatura>> Acesso em: 08 jun.2008.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Denis de. (org). *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Ed. 34, 1996.

Medo faz com que paulistano implante até chip sob a pele. São Paulo, 10 fev.2005. Disponível em:

<http://www.mundogeo.com.br/noticias-diarias.php?id_noticia=4157> Acesso em: 13jan.2008.

MARINHO, Thiago. Para não forçar tanto a sua mente. *Diário de Pernambuco*, Recife, 19 mar. 1008. Informática, p. E1-E3.

ORWELL, George. *1984*. 18.ed. São Paulo: Nacional, 1984.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. Três tipos de leitores: o contemplativo, o movente e o imersivo. In: *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

SIBILIA, Paula. *O Interativo como imperativo: os corpos suavemente ansiosos da arte digital*. Intermídias 5 e 6. Disponível em <www.intermidias.com> Acesso em: 08 jun.2008.

_____. *Obsolescência do humano serve à economia e à tecnologia*. Disponível em:

<<http://www.comciencia.br/entrevistas/2005/10/entrevista1.htm>> Acesso em: 08jun .2008.

_____. Respostas para as condições humanas *IHU On-line*. Disponível em:

<

http://amaivos.uol.com.br/templates/amaivos/amaivos07/noticia/noticia.asp?cod_noticia=7536&cod_canal=41> Acesso em: 08jun.2008.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Antropologia do ciborgue - as vertigens do pós-humano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

WEIR, Peter. *O Show de Truman: o show da vida*. [DVD]. USA: Paramount Pictures, 1998.

<http://www.truman-show.com>

<http://www.wadorocinema.com.br/filmes/show-de-truman/show-de-truman.asp>

<http://www.webcine.com.br/filmessi/truman.htm>

<http://www.geocities.com/hollywood/5314/truman.htm>

pt.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_Porsionamento_Global-44k