



## **Os Reality Shows sob o olhar das materialidades da comunicação.<sup>1</sup>**

Silvia Cristina Jardim\*  
UNESP/ Rio Claro

### **Resumo**

Este trabalho propõe olhar para os reality shows sob o viés das materialidades da comunicação, buscando entendê-los enquanto formatos de programas derivados do acoplamento do sistema nervoso central humano às tecnologias eletrônicas de comunicação, configurando objetos audiovisuais compatíveis com o padrão tecnológico e com a cultura contemporânea. Ele parte da suposição de que as percepções derivadas destes acoplamentos estão se misturando, assim como os meios estão convergindo.

Palavras-chave: materialidades, convergência dos meios, televisão, videogames.

### **Introdução**

Os primeiros reality shows apareceram nos anos 40 nos EUA e no final da década de 60 nas TVs públicas européias sem chamar muito a atenção do público ou da crítica, a tecnologia da televisão estava apenas começando sua jornada. Na década de 70, a televisão norte-americana realizou experiências com a chamada telerealidade, das quais surgiram programas como *An American Family*, transmitido em 1973. Este programa mostrou durante sete meses o dia a dia de uma família tradicional americana de classe média, a família Loud. Não havia um roteiro pré-elaborado, mas as imagens eram editadas e acompanhadas por trilha sonora. Bem mais tarde em 1992, a MTV produziu o *The Real World*, onde a vida cotidiana de sete jovens que moravam juntos foi

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao VIII NP-Intercom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação/ NP-TI = Tecnologias da Informação e da Comunicação.

\* Mestre em Comunicação pela Universidade Paulista –UNIP; Especialista em Marketing pela ESPM; Economista formada pela Unicamp, atualmente docente de economia na UNESP - Rio Claro e Uniararas.



retratada através de câmeras ocultas por seis meses. Na casa as únicas portas eram as do banheiro, o que permitia que estes jovens fossem filmados praticamente 24 horas por dia (CASTRO, 2006, 49-50).

No entanto, o Big Brother produzido na virada do século XXI pela holandesa Endemol, representou um marco na disseminação deste gênero dentro da televisão. Segundo John de Mol, proprietário da empresa, este programa foi inspirado numa experiência real: o projeto científico Biosfera 2 desenvolvido no Arizona (EUA) em 1991. Neste projeto a proposta era construir uma miniatura do planeta dentro de uma esfera de cristal de 12 mil metros quadrados. Durante dois anos, oito pesquisadores viveram confinados até que o projeto fracassou, com os pesquisadores brigando entre si (CASTRO, 2006; 50).

No Brasil os primeiros programas do gênero foram No Limite apresentado pela rede Globo e A Casa dos Artistas no SBT, mas o sucesso se consolidou com a chegada do Big Brother Brasil em 2002, quatro anos depois de sua estréia na TV holandesa (CASTRO, 2006; 28).

Se estes programas não são uma completa novidade na programação da TV, por que a partir da virada do século passaram a ter uma aceitação tão grande pelo público? Depois do Big Brother, muitos outros programas foram criados com diferentes temas e apesar dos críticos inicialmente tentarem enquadrar os reality shows como programas de categoria inferior, assistidos somente por pessoas com problemas econômicos, culturais ou educativos, a realidade é que eles seduzem e envolvem todos os tipos de telespectadores em todo mundo, independente de renda, educação ou idade.

Este trabalho propõe pensar este formato dentro de um contexto complexo, sem se preocupar com julgamentos de qualidade ou valor. Partindo da teoria das materialidades da comunicação, serão considerados aspectos tecnológicos, históricos e culturais que juntos podem promover uma experiência de comunicação na qual são produzidos sentidos múltiplos. Através da análise do funcionamento das tecnologias eletrônicas de comunicação e sua acoplagem ao corpo humano, buscaremos entender as maneiras como os telespectadores assimilam hoje as mensagens e como suas percepções foram sendo modificadas através dos anos enquanto consequência desta interação homem-máquina.

Sem desconsiderar interesses econômicos das emissoras em produzir estes formatos que possuem baixo custo e alta rentabilidade, iremos nos apegar ao fato de que sua característica principal é a participação da audiência, seja “dentro” da tela, ou “fora”



dela através das várias possibilidades interativas das tecnologias eletrônicas de comunicação<sup>2</sup>. O Big Brother foi o primeiro programa a ser transmitido simultaneamente pela TV aberta ao vivo e editado; pela TV por assinatura durante 24 horas sem cortes e pela internet. A convergência dos meios permitiu ainda que a audiência participasse através do uso de telefones fixos, e celulares (através de MSN e do download de ringtones), chats, e-mails e com a construção de páginas oficiais e não oficiais na rede.

A própria formatação dos reality shows surge da mistura de outros gêneros bem conhecidos do público como as telenovelas e suas narrativas diárias, talk shows, programas de auditório, de concursos, jornalismo e programas de confessionário, nos quais as pessoas vêm para contar suas vidas privadas (CASTRO, 2006; 28); o que nos leva a pensar que esta convergência e simultaneidade de gêneros conhecidos pelo grande público pode ser considerada uma das características que fazem com que eles sejam tão populares e retratem a cultura do nosso tempo.

Frente a estas questões, parece certo buscar traçar uma relação entre a crescente convergência dos meios, as modificações culturais trazidas por ela e a disseminação deste formato na cultura contemporânea. Não existe a pretensão de esgotar o assunto, partiremos da idéia de que a presença destas tecnologias na sociedade desenvolveu nossos sentidos de maneira particular, influenciando em nossa capacidade cognitiva e resultando numa forma diferente de ver e interagir com o mundo exterior.

### **O viés das Materialidades da Comunicação**

Como nos coloca Felinto (2006; 35-65), a teoria das materialidades da comunicação é um *work in progress* que não busca sugerir uma epistemologia absolutamente nova, mas sim propõe encarar de maneira renovada uma noção bastante tradicional. Este viés considera o processo de comunicação como algo complexo que vai além de questões como materialidades, significantes ou meios, considerando também fatores históricos e culturais. Seu principal articulador é o alemão Hans Ulrich Gumbrecht que hoje desenvolve seus trabalhos em Stanford, ao lado de um grupo de

---

<sup>2</sup> As tecnologias eletrônicas de comunicação, inclusive a televisão, promovem a construção de ambientes onde os telespectadores têm a sensação de fluir por espaços tridimensionais conforme descreveremos mais adiante.



pensadores europeus e norte-americanos como Jeffrey Schnapp, Nicklas Luhman, Friedrich Kittler e David Wellbery entre outros.

O pensamento de Gumbrecht tem como base o apogeu dos estudos literários ligados à estética da recepção, que passaram a considerar todo um universo de preocupações extra-literárias no arsenal teórico da crítica. Tais estudos buscavam extrapolar o texto como instância última de determinação do sentido, considerando fatores histórico-culturais como capazes de permitir a reconstrução das experiências de leitura particulares, ou seja, como estes textos eram recebidos por diferentes leitores em diferentes situações históricas.

A questão principal levantada naquele momento pela estética da recepção era a negação definitiva de uma idéia de "verdade" e da possibilidade de uma interpretação autêntica e única do texto. Frente a esta questão, alguns teóricos como Hans Robert Jauss defenderam uma história descritiva que deveria abandonar qualquer pretensão da busca pelo sentido dos textos, contentando-se simplesmente em descrever as condições históricas e materiais dentro das quais os textos se originavam. Seguindo por outro caminho, a teoria sistêmica de Luhman buscava estimular a investigação das condições de possibilidades de constituição do sentido ao invés de privilegiar a decodificação de um sentido já dado.

Gumbrecht parte da teoria sistêmica de Luhman para delinear o viés das materialidades, considerando que o sentido emerge das relações da obra com seus receptores, das condições históricas e materiais destes receptores e da própria materialidade do objeto. Sua formação inicial em "literatura" medieval leva ainda à inclusão do corpo enquanto materialidade neste processo comunicacional. No medievo não existia a figura do leitor, mas sim de ouvintes que eram envolvidos em narrativas que incluíam a gestualidade do narrador em palcos com cenários e a formação cultural do público receptor. Segundo Pfeiffer, na teoria das materialidades a comunicação se coloca menos como uma troca de significados e idéias sobre algo e mais como uma performance colocada em movimento através de vários significantes materializados (PFEIFFER *apud* FELINTO, 2006; 40).

Apesar de ter suas origens na literatura, a teoria das materialidades da comunicação não pretende fechar-se em um objeto de estudo específico. Ao contrário, como dito acima, sua proposta é a busca de um modo renovado de encarar os objetos



culturais. Ela se coloca dentro do que Gumbrecht<sup>3</sup> chamou de campo não-hermenêutico de pensamento, onde a principal preocupação não é mais a busca pela interpretação do sentido – visão hermenêutica - mas sim a problematização do ato interpretativo, considerando a participação ativa dos objetos.

Gumbrecht (1998; 149) ainda utiliza em sua metodologia o conceito de acoplagens da teoria dos sistemas biológicos<sup>4</sup> para buscar entender como a materialidade dos objetos, associados às possibilidades do corpo humano, podem ser combinados de maneira a resultar em diferentes formas previamente desconhecidas. Como descreve Felinto (2006; 40-41), a teoria das materialidades vai se inspirar na brilhante intuição de McLuhan sobre os meios de comunicação como “extensões do homem”, alimentando a pretensão de considerar a interação entre os sujeitos humanos e as tecnologias que desenvolvem como paradigma de pesquisa normalizado.

Desta forma, este trabalho busca refletir sobre os reality shows considerando as materialidades do meio pelo qual eles se propagam. Buscaremos entender a acoplagem entre o corpo humano e tecnologia eletrônica da televisão, tentando demonstrar que as percepções adquiridas pelo uso das diversas tecnologias eletrônicas estão se aprimorando e se misturando assim como os meios estão convergindo.

### **Os reality shows e o ambiente televisivo.**

A televisão surgiu na segunda metade do século XX, e a partir de então os meios eletrônicos de comunicação foram tomando cada vez mais espaço na sociedade contemporânea. Foi Marshall McLuhan (1971) quem chamou a atenção para os efeitos trazidos para a sociedade por esta tecnologia. Para ele a televisão representou, acima de tudo, aquilo que chamou de fim da “Galáxia de Gutenberg”.

A invenção do alfabeto, por volta do ano 700 ac. na Grécia, e o desenvolvimento da tecnologia da escrita tornaram possível o aparecimento de um discurso racional e conceitual que resultou no desenvolvimento da filosofia ocidental e da ciência como a

---

<sup>3</sup> Gumbrecht descreve o campo não-hermenêutico de pesquisa no livro “Corpo e Forma; ensaios para uma crítica não hermenêutica”. Rio de Janeiro: UERJ, 1998 – capítulo V.

<sup>4</sup> Esta teoria foi desenvolvida por Humberto Maturana e Francisco Varela e pressupõe sempre a presença de dois sistemas em processo de interação ou acoplagem na qual as substâncias se combinam resultando em outras formas. Numa acoplagem de primeiro nível os resultados são previsíveis e finitos, numa acoplagem de segundo nível as possibilidades de combinação são infinitas e imprevisíveis, constantemente criando formas diferentes e inesperadas. É sobre o conceito de acoplagens de segundo nível que Gumbrecht vai se apoiar para estruturar o viés das materialidades.



conhecemos hoje. A conseqüência disso foi a formatação de uma infra-estrutura mental para a comunicação na sociedade ocidental baseada no conhecimento e na reflexão.

Este ambiente social configurado pela Galáxia de Gutenberg separou o sistema de comunicação escrito do sistema de comunicação audiovisual, estabelecendo uma hierarquia social entre uma cultura alfabetizada e elitizada e uma cultura mais visual e intuitiva, muitas vezes considerada primitiva. Como conseqüência, o mundo dos sons e das imagens acabou sendo banido, ficando restrito aos bastidores das artes ou ao mundo público das liturgias, que passaram a lidar com o domínio privado das emoções (CASTELLS, 1999, 413). Segundo McLuhan, o surgimento da tecnologia da televisão traria de volta à tona este ambiente audiovisual e perceptivo banido da sociedade ocidental por tantos séculos.

Partindo destas colocações de McLuhan, parece certo dizer que a característica fundamental da televisão - enquanto meio audiovisual de comunicação - não é a reflexão como a conhecemos com a escrita, mas sim a comunicação sinestésica, parecida com a das sociedades orais e cujas características podem ser identificadas em reality shows como o Big Brother Brasil apresentado pela TV Globo. Neste programa cada telespectador faz sua própria leitura sinestésica das imagens, analisa a performance materializada dos participantes num cenário determinado, considerando sua linguagem corporal, falas e atitudes. Todo este processo comunicativo pressupõe uma cultura tecnológica visual e intuitiva.

Ainda de acordo com McLuhan, o uso cotidiano de qualquer tecnologia acaba criando ambientes e isso não é diferente quando tratamos das tecnologias de comunicação. Ele diz que “a televisão é um meio de comunicação que envolve profundamente o público como ambiente, o público como ponto de fuga, o público como tela.” (2005, 122).

A partir disto, o autor nos convida a realizar um inventário de todas as mudanças que ocorreram no discurso, na política, nos hábitos da associação humana, hábitos de leitura, hábitos de vestir e comer, depois do surgimento da televisão. Parece óbvio que aconteceu uma espécie de padrão de mudança e que, quanto mais nosso pensamento estiver enraizado no padrão anterior, ligado à escrita, mais dificuldade teremos em reconhecê-lo. (McLUHAN, 2005; 128)

Assim como o automóvel mudou a estrutura física das cidades provocando o surgimento de ruas mais largas, avenidas, rodovias e toda uma série de regras de trânsito, a televisão criou um ambiente televisivo, onde os objetos e símbolos



convergem e interagem com ela, influenciando diretamente nos hábitos do cotidiano, desde as formas como dispomos e utilizamos os móveis e eletrodomésticos até os modos de vestir, agir e os temas de conversas.

Para Gumbrecht (1998; 266), a televisão passou a ocupar seu próprio espaço somente quando aconteceu uma inversão na percepção de sua imagem. Ao invés de ser vista como “uma janela para o mundo” do qual o telespectador não podia participar, ela passou a trazer o mundo para dentro da sala de estar deste telespectador, através das imagens que passavam pelo tubo iconográfico.

Analisando programas de auditório, Gumbrecht vai dizer que os programas que representam a essência da tecnologia da televisão são aqueles em que o apresentador “entra” na sala do telespectador como um convidado. Além disso, nestes programas os próprios telespectadores podem estar presentes na tela, também enquanto convidados, já que qualquer pessoa pode sair de sua casa e integrar a platéia destes encontros. Para este autor, estes movimentos perceptivos fazem com que a esfera privada da audiência e a situação do programa de televisão possam ser fundidas formando outra realidade; a realidade televisiva<sup>5</sup> (GUMBRECHT, 1998; 266-273).

E é esta percepção de realidade televisiva ou ambiente, como colocou McLuhan, que faz com que as imagens da televisão venham para dentro dos lares, façam parte das conversas familiares e tornem os artistas figuras íntimas. A disseminação da realidade televisiva no mundo contemporâneo fez com que os eventos sociais, políticos e culturais passassem a ser idealizados para serem transmitidos pela televisão, desde os programas esportivos e apresentações musicais até o aperto de mãos dos políticos. Desta forma, a televisão mistura realidade, ficção, tempos e espaços, inundando nosso cotidiano com milhares de imagens e informações diariamente.

Podemos dizer que a formatação dos reality shows segue as particularidades da percepção sinestésica das imagens da televisão acima descritas; acompanhamos os participantes, que atuam num cenário doméstico, falam de suas vidas privadas e mostram suas emoções como se fossem convidados, confundindo o espaço privado com o ambiente do programa.

No programa *Supernanny* apresentado pela GNT, a babá faz as vezes do apresentador que leva o telespectador para dentro da casa dos participantes mostrando

---

<sup>5</sup> Gumbrecht (1998, 265-266) coloca que a construção desta realidade televisiva acontece através da convergência de três instâncias: o acontecimento a ser transmitido ao vivo, as exigências técnicas do meio consideradas de maneira ampla e a privacidade de telespectador. Desta forma, assistir a um show musical, por exemplo, inclui o impulso de assistir uma apresentação ao vivo em toda a sua extensão cansativa.



sua intimidade - como pais e filhos se relacionam no dia a dia. Por uma hora os telespectadores mergulham em um ambiente que trás discussões, castigos e lágrimas em imagens editadas, além de lições de como educar os filhos. Qualquer um poderia estar do outro lado da tela, as imagens fluem configurando uma comunicação sinestésica e os ambientes se confundem.

### **A influência dos videogames e das narrativas seriadas.**

As tecnologias mecânicas advindas da imprensa e da Revolução Industrial nos fornecem uma percepção recortada e serializada. O meio de comunicação que caracteriza a sociedade mecanicista é a imprensa e o ato de leitura através da utilização do código da escrita requer o uso de apenas um dos sentidos para a sua compreensão: a visão. A sociedade contemporânea é representada pelas tecnologias eletrônicas como a televisão, computadores, videogames, celulares e todas funcionam através de circuitos que processam informações de forma simultânea e imediata. McLuhan (2005; 89-109) chama de “participação em profundidade” a capacidade exigida pela tecnologia da televisão de captarmos as informações de maneira sinestésica (com todos os sentidos) e juntar os dados para a re-configuração contínua da mensagem. Para acompanhar a narrativa seriada de uma novela, por exemplo, temos que assisti-la todos os dias armazenando dados, desta forma as informações dos capítulos posteriores vão se completando<sup>6</sup>.

As imagens produzidas pelas tecnologias eletrônicas de comunicação, são compostas a partir de pontos que estão acessos e apagados num bombardeio de elétrons, formando ambientes cognitivos que se misturam com o mundo real. O acoplamento do sistema nervoso central humano à estas tecnologias altera nossas percepções de maneira sutil, modificando nossa forma de ver e interagir com o mundo exterior. Podemos supor que as mudanças de percepções trazidas pelo uso dos videogames podem ser observadas na forma como interagimos com as imagens dos reality shows. Assim como a televisão, os videogames criam ambientes com os quais podemos interagir passando a sensação de

---

<sup>6</sup> Este autor explica este conceito e descreve as diferenças entre as percepções referentes às tecnologias mecânicas e eletrônicas em entrevista concedida a Frank Kermode, em 24 de janeiro de 1965, no programa “Monitor” da British Broadcasting Corporation. Esta entrevista faz parte do livro “McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas”, organizado em 2003 por Stephanie McLuhan e David Staines.



fluir através da tela.

Para Johnson (2005, 43-44), a experiência de jogar videogames faz com que o cérebro desenvolva uma habilidade que ele chama de “investigação telescópica”. Para este autor o foco principal de análise não são as narrativas, personagens ou valores transmitidos pelos jogos deste tipo, mas sim o que o jogador está pensando e como ele está pensando. Jogos desta natureza são muito difíceis para iniciantes, os jogadores precisam desenvolver várias habilidades que os permitam avançar dentro da própria estrutura do jogo. A investigação telescópica permite que o jogador entre no ambiente do jogo aprendendo a explorá-lo, dominar os comandos e solucionar problemas imediatos evoluindo através deles, sem perder de vista o objetivo maior.

Se colocarmos o mesmo foco de análise sobre os reality shows, sem nos preocuparmos com questões como conteúdo e valores, podemos observar que os participantes destes programas devem se utilizar desta mesma habilidade de investigação telescópica, desenvolvida através do uso dos videogames. Eles chegam ao programa como convidados, sem conhecer os outros participantes, devem explorar o ambiente e solucionar os problemas que surgem a cada dia, lutando para não serem eliminados. Além disso, devem com o tempo traçar uma estratégia que os permita alcançar o objetivo maior que é ganhar o prêmio.

No programa O Aprendiz, os participantes enfrentam desafios diferentes em todos os episódios. Roberto Justus coloca as regras e o objetivo imediato a ser alcançado. Em seguida os participantes têm que negociar entre si como alcançarão este objetivo, considerando as regras pré-estabelecidas e as estratégias individuais - cada um quer ganhar da sua maneira, a partir de sua própria percepção do ambiente. Ao final do episódio alguém é eliminado e os demais passam para a próxima fase do jogo.

Do outro lado da tela, os telespectadores têm que acompanhar todos os acontecimentos semana após semana para juntar as informações necessárias para o processo de entendimento (re-configuração) da mensagem. A partir daí, tais programas viram assunto nos círculos sociais onde estes telespectadores interagem. Eles exigem um elevado nível de entrosamento cognitivo gerando uma ânsia de análise pessoal; cada um deles parte de sua sabedoria para julgar atitudes, diálogos e estratégias e até mesmo simular sua própria jogada. Segundo Johnson (2005, 85) o telespectador “joga junto”.

Os realitys shows exigem ainda que utilizemos outra habilidade adquirida com o uso cotidiano das tecnologias eletrônicas de comunicação. Com o passar dos anos, as narrativas seriadas nos ensinaram a acompanhar múltiplas tramas com muitos



personagens exercitando nossa inteligência social, “nossa habilidade de monitorar e lembrar de muitos vetores distintos de interação na população ao nosso redor, lembrar que Pedro odeia Paulo, mas Paulo gosta de Pedro e ambos se dão bem com Maria.” (JOHNSON, 2005; 85).

Assim, quando acompanhamos uma versão do Big Brother Brasil, um dos focos de nossa atenção é a performance dos participantes. Um grande número de olhares, insinuações e diálogos que nos levam a entender que Natalia está namorando com Fernando, mas pode estar considerando isso como uma jogada, pois quando Fernando não está presente, ela se insinua para Rafinha<sup>7</sup>. E se Fernando descobrir? Por que Rafinha não reage às investidas da moça? A infidelidade na casa é um comportamento arriscado? São muitas as conexões que o cérebro precisa articular.

A tecnologia da escrita também exige habilidades cognitivas. Para ler um livro é necessário primeiro aprender o código da escrita, depois concentração, esforço e atenção para acompanhar o enredo e a partir disso criar mundos imaginários particulares em nossas mentes. No entanto, estas habilidades envolvem o funcionamento de apenas uma parte do cérebro. As imagens audiovisuais da televisão e dos videogames envolvem todos os nossos sentidos de maneira sinestésica nos transportando para espaços tridimensionais e estimulando uma variedade complexa de córtices sensoriais e motores.

Segundo McLuhan (2005, 103) um tipo de percepção não elimina o outro, ao contrário eles convivem e se complementam. O homem contemporâneo foi treinado pela escrita, pela fotografia e pelo cinema, antes da chegada da televisão e dos computadores. Os homens pré-letrados não usam seus sentidos da mesma maneira que os letrados aprenderam a usar os seus, portanto as imagens são “vistas” de diferentes formas dependendo de como treinamos nossas percepções. A sociedade contemporânea é a sociedade das percepções audiovisuais onde os jogos de videogames e reality shows se inserem num processo de articulações de sentidos múltiplos que emergem a partir do relacionamento da obra com seus receptores.

Podemos dizer que os reality shows são formatos que representam a essência da tecnologia eletrônica da televisão porque criam um ambiente que é compatível com as percepções sinestésicas por ela despertadas. Como nas sociedades orais, a comunicação é realizada através de performances em cenários construídos e onde o corpo é componente do processo de comunicação. Por outro lado, eles exigem um processo

---

<sup>7</sup> Triângulo amoroso criado na versão 2008 do BBB.



cognitivo complexo desenvolvido a partir do acoplamento do sistema nervoso central às tecnologias eletrônicas criadas pelo mundo contemporâneo.

### **Considerações Finais**

Como dito de início, este trabalho não tem a pretensão de esgotar o assunto sobre reality shows, mas simplesmente refletir sobre ele baseado no viés das materialidades, considerando fatores histórico-culturais e as acoplagens do corpo humano às tecnologias.

As imagens videográficas estão presentes no nosso cotidiano e interagimos com elas o tempo todo através da televisão, das telas dos computadores, dos jogos e celulares. Com o passar do tempo, estas tecnologias modificaram nossos sentidos de maneira sutil, mais do que isso, estas percepções evoluíram e se misturaram. Podemos dizer que os reality shows são o resultados destas transformações, são objetos culturais audiovisuais contemporâneos compatíveis com as tecnologias criadas pelo homem contemporâneo.

### **Bibliografia**

CASTELLS, Manuel. *A cultura da virtualidade Real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência em massa e o surgimento das redes interativas*. In Sociedade da Informação. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Cosette. *Por que os reality shows conquistam audiências*. São Paulo: Paulus, 2006.

FELINTO, Erick. *Passeando no labirinto: ensaios sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *O Campo Não-Hermenêutico ou a Materialidade da Comunicação*. In Corpo e Forma. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

\_\_\_\_\_. *Modernização dos Sentidos*. São Paulo. Ed.34, 1998.

JOHNSON, Steven. *Surpreendente!: a televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de Comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1971.

\_\_\_\_\_. *McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas*. (org) Stephanie McLuhan e David Staines. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

