



A Nova (Des)Ordem da Cibercultura Normas de Uso, Restrição e Censura no YouTube¹

Paulo Henrique Souto Maior Serrano²

Cláudio Cardoso Paiva³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O site YouTube oferece gratuitamente para qualquer um de seus usuários cadastrados o serviço de publicação de vídeos, o único requerimento é a utilização de acordo com os termos de uso e diretrizes da comunidade. Alguns conteúdos não são aceitos, mesmo assim usuários tentam burlar a segurança e acrescentar vídeos proibidos. O presente artigo busca definir os métodos de restrição e censura encontrados pelo site, assim como os mecanismos de apropriação utilizados pelos usuários para burlar a segurança.

PALAVRAS-CHAVE: cibercultura; direitos autorais; youtube; controle midiático.

INTRODUÇÃO

Fundado em fevereiro de 2005, por Chad Hurley e Steve Chen e comprado em novembro de 2006 pela Google Inc. por 1,65 bilhões de dólares, o YouTube é hoje o site de compartilhamento de vídeos mais visto na internet. O site já está traduzido para o Inglês (EUA e Reino Unido), japonês, coreano, italiano, francês, espanhol, holandês, polonês, português, chinês (tradicional), alemão, russo.

O sucesso do YouTube com relação aos outros sites de publicação de vídeos encontra-se em dois aspectos:

1) O pioneirismo no processo de digitalização dos conteúdos audiovisuais. O YouTube foi o primeiro site a utilizar a compressão dos vídeos para o formato FLV, ou Flash Vídeo. Esse formato aumenta a compressão e reduz o tamanho do arquivo, potencializando a velocidade de transmissão de dados.

2) A interatividade. Além da simples recepção do vídeo, os mecanismos de resposta propostos pelo site permitem a submissão de comentários, inscrições, receber notificações de novos acréscimos de determinado usuário e a resposta aos vídeos já

¹ Trabalho apresentado na Sessão Cibercultura e tecnologias da comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 7º semestre do Curso de Jornalismo do Decom-UFPB, email: paulohsms@gmail.com

³ Orientador do trabalho, Professor do Curso de Jornalismo do Decom-UFPB, email: claudiocpaiva@yahoo.com.br



publicados. Essa comunicação entre os usuários do site incentiva troca de informações e estimula a alteridade com o objetivo de desenvolver o sentimento de comunidade.

De acordo com Howard Rheingold em seu livro *Virtual Communities*, “...whenever CMC technology becomes available to people anywhere, they inevitably build virtual communities with it, just as microorganisms inevitably create colonies.”⁴ (RHEINGOLD, 2003 p.5)

O suporte de armazenamento físico das mídias publicadas é o ciberespaço. Podemos entender a designação do ciberespaço como todos os locais de alocação de conteúdos ou servidores não definidos geograficamente, porém conectados e acessíveis. Ante o volume de dados enviados e recebidos pelo site, não há a possibilidade de armazenamento físico em apenas um local.

A pesquisa de tráfego e estatísticas do próprio site afirma que 60% de todos os vídeos assistidos na internet são originários do YouTube. Isso resulta na exibição diária de centenas de milhões de vídeos e o envio de centenas de milhares de vídeos também a cada dia. A cada minuto, dez horas de vídeo são enviados e publicados. (fonte: YouTube Fact Sheet)

Esse “dilúvio informacional” (LEVY, 1998) condiciona a impossibilidade prática de análise e filtragem do conteúdo publicado. A princípio não existe uma censura rígida da informação, caracterizando um espaço de completa liberdade de expressão e autonomia para a emissão de mensagem por parte dos usuários.

Os vídeos digitalizados publicados no site são considerados “material do usuário”, portanto o YouTube fica isento de toda a responsabilidade de sua publicação, devendo apenas remover o conteúdo do site, caso não esteja de acordo com as diretrizes da comunidade ou com os termos de uso.

O YouTube não endossa qualquer Material do Usuário ou opinião, recomendação ou conselho ali expresso, e renuncia expressamente a qualquer responsabilidade ligada ao Material do Usuário. O YouTube não permite atividades que violem os direitos autorais nem os direitos de propriedade intelectual em seu Website, e removerá todo o Conteúdo e Material do Usuário quando devidamente notificado de que tal Conteúdo ou Material do Usuário infringe os direitos de propriedade intelectual de qualquer outra pessoa. O YouTube se reserva o direito de remover o Conteúdo ou o Material do Usuário sem prévio aviso. (Termos de Uso do YouTube)

⁴ “...sempre que a tecnologia CMC (Comunicação Mediada por Computador) se torna disponível para as pessoas em qualquer lugar, elas inevitavelmente constroem comunidades virtuais, da mesma forma que microorganismos inevitavelmente criam colônias.”



O trecho acima transcrito dos Termos de Uso do YouTube evidencia que a remoção do conteúdo que viola os direitos autorais e direitos de propriedade só será realizada após a devida notificação. Esse procedimento está coberto pela Lei Millenium de Autoria Digital (Digital Millennium Copyright Act - "DMCA").

O prazo de remoção do conteúdo depende da sua evidência de violação, da disponibilidade de revisão e julgamento dos operadores do sistema e da forma como a violação é alegada no momento que o vídeo é sinalizado como impróprio.

Quando um filme é sinalizado como impróprio, revisamos o vídeo para determinar se ele viola nossos Terms of Use; os vídeos sinalizados não são retirados automaticamente do sistema. Se removermos o seu vídeo após revisá-lo, você pode ter certeza de que foi removido de propósito, e você deve levar a nossa notificação a sério. (Diretrizes da Comunidade do YouTube)

O presente artigo se propõe a analisar os mecanismos de controle utilizados pelo YouTube para remover o conteúdo irregular. Mas também, os métodos de “apropriação cotidiana da técnica” (LEMOS, 2002) praticados por usuários que buscam desviar dos mecanismos de controle.

2) MÍDIAS ANTECEDENTES

Até o surgimento da cultura digital a única referência de difusão audiovisual estava identificada na televisão, onde os telespectadores passivos na possibilidade de interferir na programação formam uma massa homogênea que recebe a informação. A cultura de massa identificada nesse contexto social, não dispõe de canais suficientes para atender a heterogeneidade social, étnica, etária, sexual e psicológica, então como alternativa procura homogeneizar a cultura.

O produto dessa cultura está presente em nossa sociedade, veiculado por diversas emissoras de televisão, rádio e jornais impressos. Não é uma cultura extinta que deixou de existir devido ao surgimento de outras mídias, sendo possível atualmente encontrar a exportação dessas informações para outros meios buscando sempre o público interessado e não mais o público alvo.

O canal <http://www.youtube.com/malhacao> é um exemplo dessa exportação. A rede Globo de televisão criou uma parceria com o YouTube para a criação de um canal oficial da novela, exibindo diariamente pela internet edições compactas de até 10 minutos com os acontecimentos mais marcantes do programa.



A diferença essencial entre estes dois suportes (televisão e computador) de uma mesma mensagem para o telespectador da novela está na forma de recepção; na internet não é mais a mensagem que vem até o receptor, mas o receptor que vai até a mensagem. Por isso a idéia de que não é um público alvo, é uma mensagem alvo.

A autora Lúcia Santaella em seu livro “Culturas e Artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura”, identifica um momento após a cultura de massa que condicionou a formação da cultura digital.

A cultura digital não brotou diretamente da cultura de massas, mas foi sendo semeada por processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais a que chamo de ‘cultura das mídias’. Esses processos são distintos da lógica massiva e vieram fertilizando gradativamente o terreno sociocultural para o surgimento da cultura digital ora em curso. (SANTAELLA, 2004 p.13)

Os processos de produção, distribuição e consumo - que compõem a cultura das mídias - surgiram a partir dos anos 80 através das “tecnologias do disponível e do descartável” (SANTAELLA, 2004), constituídas pelos videogames, a indústria do CD, TV a cabo, videocliques, videocassetes e locadoras de filmes, copiadoras, controle remoto. A hibridização dos meios de comunicação também estaria relacionada a essa definição da cultura.

Todos os processos de produção, distribuição e consumo acima citados necessitam em maior ou menor nível da iniciativa do receptor aproximando-se mais do ideal da cultura digital. Da mesma forma a hibridização e a complementaridade dos meios de comunicação iniciaram-se na cultura das mídias. Jogos e livros adaptados para o cinema, shows televisionados e jornais que diariamente informam os resumos das telenovelas são exemplos triviais da composição de mídias que possuem uma função específica, mas que se interligam como redes.

Em um artigo intitulado *Crítérios de categorização para os vídeos do YouTube* propomos a categorização dos vídeos do YouTube baseados no seu processo de produção, de acordo com a mídia a que foi destinado em sua concepção, dividindo em categorias os vídeos adaptados e o que são produzidos diretamente para o YouTube. Isso já deixa claro a confluência de mídias possíveis de serem identificadas no site.

A *Columbia Broadcasting System* CBS, uma das maiores redes de televisão e rádio dos Estados Unidos, também possui um canal no YouTube com mais de sete mil vídeos adicionados. O acordo de parceria permite à CBS adicionar legalmente pequenos clipes dos seus melhores programas de entretenimento, notícias e esportes no canal



<http://www.youtube.com/cbs> em troca de recursos publicitários; a principal motivação para esse tipo de parceria é tentar acabar ou pelo menos reduzir a proliferação de vídeos não autorizados. Os recursos tecnológicos cada vez mais acessíveis permitem a qualquer usuário do site adicionar para toda a comunidade informações veiculadas por qualquer outro meio de comunicação, infringindo as leis de direitos autorais. Em muitos casos é mais conveniente para as grandes redes de comunicação simplesmente montar seu próprio canal.

Em 2007 a grande corporação de entretenimento Viacom que detém a MTV, VH1, Paramount, Dreamworks, Comedy Central, Nickelodeon, entre outras empresas de entretenimento deu início a um processo contra a Google e o YouTube pedindo uma indenização de US\$ 1 bilhão devido a exibição não-autorizada de 160 mil vídeos protegidos por direitos autorais mais de 1,5 bilhões de vezes e a remoção de todos os vídeos que são pertencentes ao grupo.

A Google anunciou nos jornais que o processo da Viacom pode ameaçar a liberdade na internet. A Viacom se defende afirmando que a Google não respeita a Lei Millenium de Autoria Digital (Digital Millennium Copyright Act - "DMCA"). O resultado do processo ainda não foi decidido até a data de finalização deste artigo.

A insatisfação com a publicação de conteúdos protegidos por direitos autorais não é exclusiva da Viacom, sempre existirão indivíduos ou corporações interessadas na remoção de seu produto do site. O problema está no controle e na fiscalização do conteúdo e o fato é que todos os dias conteúdos protegidos por direitos autorais serão publicados e removidos.

Enquanto o YouTube disponibiliza vídeos, músicas, videoclipes, programas de televisão e vídeos originais, ele também cria um ambiente com forma idêntica a uma rede social, os indivíduos se reúnem em volta do conteúdo disponibilizado não para simplesmente assistir horas de televisão e vídeo, mas para ver e ser visto por outras pessoas, para fazer parte desse ambiente comunitário. O YouTube procura promover muito mais esse aspecto do seu serviço para manter elevada a circulação de informações e visitantes, que possivelmente poderiam interromper a sua utilização em razão da concorrência dos sites autorizados a veicular os conteúdos exclusivos, e das brigas judiciais de *copyright*. (DIAZ, 2004)

3) RESTRIÇÃO DE CONTEÚDO



O sistema de exibição de vídeos escolhido pela maioria dos usuários da internet de todo o mundo foi o YouTube. Os motivos para essa preferência são diversos, sendo os mais recentes: o pioneirismo; a preocupação com a construção de um ambiente de rede social; a possibilidade, para qualquer indivíduo, de envio gratuito e com poucas restrições.

As regras de utilização do serviço advertidas pelas diretrizes da comunidade proíbem a disponibilização de vídeos contendo: 1) conteúdo sexualmente explícito; 2) abuso de animais; 3) abuso de drogas; 4) fabricação de bombas; 5) violência explícita ou gratuita; 6) sensacionalismo de acidentes e cadáveres; 7) informação protegida por propriedade intelectual; 8) apologia à intolerância étnica, religiosa, etc; 9) comportamento predatório, ameaças, assédio; 10) invasão de privacidade.

Em caso de violação das regras, além da remoção do vídeo, o usuário pode ser advertido ou ter a conta permanentemente encerrada. No caso de encerramento de conta o e-mail utilizado para o cadastro não será aceito novamente, nem o nome de usuário.

Durante a pesquisa fizemos a monitoração de um vídeo que violava as regras de utilização do YouTube por conter informação protegida por propriedade intelectual. Tratava-se de um trecho do desenho Bob Esponja, produzido pela rede de televisão Nickelodeon, que é vinculada ao grupo Viacom. O vídeo foi postado no dia 6 de março de 2008 e estava disponível para visualização até o dia 22 de março do mesmo ano, quando foi removido e a seguinte frase acrescentada: “Este vídeo não está mais disponível devido à reclamação de Viacom International Inc. contra a violação de direitos autorais.” O usuário que publicou o conteúdo inadequado foi advertido e será expulso da comunidade caso volte a enviar vídeos que violam as regras de uso.

O principal problema desse sistema de controle é o tempo para a identificação do conteúdo ilegal, nesse exemplo específico foram 16 dias. Por 16 dias o vídeo encontrava-se disponível no site, mesmo violando as regras de uso.

O YouTube alega que não pode bloquear de forma preventiva o conteúdo protegido pelas leis de *copyright*, pois não tem condições de identifica-los e se defende garantindo que a limitação da duração de todos os vídeos postados para no máximo 10 minutos, com exceção dos diretores que têm o direito de postar vídeos com mais tempo, é uma medida de segurança para impedir a exposição completa de séries, shows e outros conteúdos protegidos.

Michael Kwun, consultor sênior na área de disputas judiciais do Google, afirma que já estão sendo desenvolvidas ferramentas para identificação digital de impressões



digitais nos vídeos, dessa forma, seria possível impedir a publicação de determinados conteúdos. E deixa claro que todas as medidas para a localização dos vídeos por parte dos seus titulares são disponibilizadas da forma mais simples possível, sendo assim, os proprietários podem escolher fazer o que quiserem com o conteúdo exposto.

Em 2006 o vídeo que exibia o comportamento da modelo Daniela Cicarelli e o seu namorado em uma praia pública foi motivo de uma ação judicial. O Tribunal de Justiça de São Paulo determinou a retirada do ar de todos os vídeos que exibissem o casal. O YouTube atendeu prontamente a determinação da justiça e removeu todo o conteúdo, mas o vídeo continuava sendo encontrado no site, devido à publicação de outros usuários e a utilização de palavras-chave sem relação. O YouTube removeu o vídeo várias vezes até que a busca pelo nome de Cicarelli não retornava mais o vídeo polêmico. Por medida de segurança o Tribunal de Justiça de São Paulo aprovou uma liminar determinando que o YouTube saísse do ar em todo o país. O bloqueio durou um dia, mas a polêmica estendeu-se por semanas.

Como resultado as palavras-chave “Cicarelli na praia” foram incluídas em outros vídeos para conseguirem mais visibilidade e aumentar o número de exibições, a busca por outros meios de acesso, como blogs e e-mails, também aumentou, além da repercussão negativa para os envolvidos.

4) APROPRIAÇÃO DE RECURSOS

A desvirtuação da utilização comum de um sistema como o YouTube é uma prática comum na internet. Representa uma ruptura com os paradigmas da modernidade e se realiza através de movimentos de contra-cultura no ciberespaço, a exemplo dos ciberpunks.

O movimento Cyberpunk se propõe a compreender as possibilidades de um futuro não muito distante, em que o desenvolvimento da informática possibilitará ao homem viajar pelo universo digital facilmente. Cyberpunk foi um conceito utilizado pela primeira vez pelo escritor de ficção científica William Gibson em seu livro intitulado “Neuromancer” lançado nos E.U.A em 1984.

Neste livro, de ficção científica, é mostrado um futuro onde as pessoas poderão se conectar a um terminal de computadores chamado Matrix, através de uma interface eletrônica ligada diretamente aos seus cérebros. Essas pessoas poderão, então, vagar sem corpo no universo dos dados e dos bits. É nesse panorama um tanto insólito, que



surgem os Cyberpunks, indivíduos determinados a apropriar-se dos sistemas por diversão ou apenas por dinheiro; são os herdeiros da cultura punk traduzindo sua atitude revolucionária para a realidade virtual.

Os ciberpuks recusam a utopia tecnológica. Eles jogam com as regras impostas pelo sistema tecnocrático e procuram, pela subversão e prazer questionar o poder tecnológico moderno e popularizar a idéia de que computadores são ferramentas de, prazer e comunicação acessíveis a todos e não um privilégio da elite científica, ou militar industrial. (LEMOS, 2003)

O conceito literário aplicado à realidade define uma subcultura da era digital, a síntese social nascida da mistura de cultura tecnológica e ativismo underground (LEMOS 2003). No YouTube, os ciberpunks são os usuários que se apropriam do sistema e promovem a anarquia.

A apropriação indevida do sistema ocorre pelo emprego de recursos disponíveis no próprio site, de forma a beneficiar o usuário ou o vídeo que está sendo postado. As técnicas foram observadas empiricamente durante o processo de mapeamento de conteúdo da pesquisa. São utilizadas para: 1) aumentar a duração das publicações; 2) burlar a censura; 3) conseguir mais acessos aos vídeos publicados.

Os vídeos expostos no YouTube obedecem a uma limitação de tempo e de tamanho. Arquivos maiores que 100 megabytes ou os vídeos que possuam mais de 10 minutos de duração, não podem ser publicados. A forma encontrada por muitos usuários para esquivar-se dessa limitação é a postagem em partes dos conteúdos mais longos. Um programa de 40 minutos de duração pode ser postado integralmente em blocos de 10 minutos cada. O único problema seria encontrar os blocos, mas a semelhança de palavras-chave faz com que os vídeos estejam sempre próximos e visíveis aos usuários que o procuram, facilitando a exibição, mesmo que fracionada.

Para burlar a censura uma solução encontrada pelos usuários é a utilização de vários cadastros. O cadastro de usuários no YouTube é gratuito e requer apenas um endereço de e-mail válido, então o usuário cadastrado envia um vídeo que viola as leis e diretrizes da comunidade, espera até ser identificado e removido (dependendo do vídeo o prazo pode demorar alguns dias), faz outro cadastro com outro nome de usuário e volta a postar o mesmo vídeo; dessa forma ele mantém disponível o seu conteúdo.

Outra alternativa é o uso de palavras-chave sem relação e a incorporação em outro site. O usuário adiciona o vídeo ilegal com palavras-chave que não possuem relação com o seu conteúdo, dificultando a localização pelo sistema de busca do site.



Aliado a isso, utiliza o código de incorporação para divulgar o seu conteúdo através de outros suportes como blogs, sites pessoais, e-mail ou chat. Até o vídeo ser sinalizado como impróprio ele já pode ter sido visto por um número razoável de pessoas.

A produção de *spoofs* (paródias) de um vídeo original é um outro método para burlar a censura. A idéia ou informação a ser transmitida permanecerá inalterada e o usuário estará de acordo com as regras da comunidade, portanto é improvável que o vídeo venha a ser sinalizado e conseqüentemente removido.

Para aumentar a quantidade de visualizações dos vídeos, alguns usuários utilizam a substituição da imagem de exibição original. Cada vídeo no YouTube possui uma imagem de exibição com um *frame* estático do seu conteúdo, são usadas para tornar mais rápido o processo de procurar e reconhecer determinado conteúdo. Aproveitando-se disso, alguns usuários acrescentam *frames* eróticos em seus vídeos para usar a imagem estática como capa do vídeo. A eroticidade é utilizada apenas para chamar a atenção, o conteúdo do vídeo pode ter uma mensagem completamente diferente, mas que será vista por aqueles que foram em busca da capa, aumentando assim o número de visitas. Outra alternativa é a utilização de uma palavra-chave famosa. As palavras-chave são fundamentais para o sistema de pesquisa do site. Podem ser acrescentadas como o usuário preferir. O indivíduo que está à procura de um determinado vídeo digita a palavra-chave de seu interesse e aguarda a resposta do sistema de busca, os resultados apresentados correspondem às palavras-chave que foram digitadas pelo usuário que postou o vídeo. Dessa forma, um vídeo será mais visualizado se estiver nos mesmos resultados apresentados pelo sistema de pesquisa, na busca por um outro vídeo mais popular. A estratégia é gerar mais cliques através da confusão do sistema.

A inclusão de vídeos-resposta em um outro vídeo popular também é uma estratégia para conseguir mais visualização. O YouTube dispõe de um espaço específico para o envio de respostas aos vídeos já publicados, para que a comunidade interaja e transmita as mais diversas opiniões em formato de vídeo. Utilizando-se desse recurso alguns usuários podem aproveitar-se da popularidade de um conteúdo e respondê-lo com outro vídeo, mesmo sem haver relação com as informações transmitidas.

Em 2007, Doug Walker um designer americano, também conhecido como “That Guy with the Glasses” (aquele cara de óculos) postou no YouTube mais de 100 vídeos, com cinco segundos de duração, sintetizando de forma cômica a narrativa de grandes sucessos do cinema. Surgiu dessa idéia o projeto “5 Seconds Movies”, que vem sendo



assistido por milhões de pessoas em todo o mundo. Os vídeos contêm cenas retiradas dos filmes originais, os detentores do direito de imagem acabaram sinalizando os vídeos e o usuário foi expulso. Os outros vídeos postados acabaram removidos junto com o cadastro que foi apagado.

A solução encontrada por Doug Walker foi criar um novo usuário para cada vídeo de 5 segundos, na tentativa de despistar as sinalizações e não perder todo o conteúdo.

5) A LIVRE (DES)ORDEM

A digitalização da informação condiciona a livre troca de seu conteúdo que antes era alocado em suportes analógicos de difícil reprodução. Com a introdução do sistema numérico é a própria natureza, o estatuto e a substância do conteúdo que se transformam radicalmente (MACHADO, 1988).

O desenvolvimento tecnológico permite aos sites como o YouTube armazenar e publicar quantidades extraordinárias de arquivos digitais e aos usuários permite a facilidade de captação de imagens, através de câmeras de celulares, webcams, câmeras de fotografia digital, entre outros. O processo de captação, tratamento e publicação das imagens é bastante simplificado.

As restrições impostas não representam uma limitação significativa e sempre existirão usuários dispostos a apropriar-se da nuvem de informação que se estabelece no sistema para burlar as restrições e censuras.

Information can take so many alternative routes when one of the nodes of the network is removed that the Net is almost immortally flexible. It is this flexibility that CMC telecom pioneer John Gilmore referred to when he said, 'The Net interprets censorship as damage and routes around it.'⁵ (RHEINGOLD, 2003)

Independente da informação a ser transmitida, os indivíduos sempre vão encontrar na internet uma forma de publicar o seu conteúdo. A incessante luta da justiça brasileira contra a pedofilia é um exemplo disso.

⁵ A informação pode pegar tantas rotas alternativas quando um dos nós da rede é removido que a Internet é quase imortalmente flexível. É a essa flexibilidade que o pioneiro em telecomunicações CMC John Gilmore se refere quando afirma, 'A Internet interpreta censura como um estrago e traça rotas em volta disso.'



É importante deixar claro que possibilitar a liberdade de expressão em sua forma mais eficiente não significa necessariamente a utilização criminosa ou desviante. O YouTube está cheio de exemplos de utilização que simplesmente atendem a uma necessidade da sociedade por direito a informação e democratização da informação, que nunca pôde ser satisfeita por outras mídias. A eleição de 2008 para presidente dos Estados Unidos, contou com um canal próprio no YouTube: <http://www.youtube.com/youchoose>. Nesse canal os usuários podiam enviar perguntas aos candidatos ou comentar as propostas e discutir com outros usuários, retornando ao ideal grego de democracia, em que as idéias eram discutidas nas ágoras por todos os cidadãos.

O YouTube possibilita essa democracia ao permitir o livre tráfego de informações, não sendo necessário burlar os Termos de Uso quando o usuário se dispõe à utilização correta do sistema.

REFERÊNCIAS

DIAZ, Sam. *For YouTube, This Is a Test*. The Washington Post. 23 Mar 2007

FELINTO, E. *Videotrash: O YouTube a Cultura do “Spoof” na Internet*. In: XVI COMPÓS: Curitiba/PR, 2007 GT – Comunicação e Cibercultura
http://www.compos.org.br/data/biblioteca_176.pdf acesso 29.10.2007

GALVÃO, F.S. *Não é TV, é uma nova mídia. O processo migratório do analógico para o digital*. In: Biblioteca on line de Ciências da Comunicação. BOCC. Covilhã, Portugal.
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/galvao-fabricio-nao-tv-uma-nova-midia.pdf> acesso 29.10.2007

LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre, Sulina, 2002

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999

MACHADO, A. *Arte e mídia: aproximações e distinções*. Revista eletrônica e-compós, nº 1, dez./2004 <http://www.compos.org.br/e-compos> acesso 29.10.2007

MACHADO, Arlindo (1988). *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense.



MARTINS, M. Francisco. *Cyberspace e os sujeitos da interatividade* Revista eletrônica Compôs, http://www.compos.org.br/files/17ecompos09_FranciscoMenezes.pdf acesso abril 2008

RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Communities*. 2003
<http://www.rheingold.com/vc/book/> acesso: abril 2008

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano; Da cultura das mídias à cibercultura*; São Paulo, 2ª Edição 2004

SANTAELLA, Lúcia. *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*.
Revista
FAMECOS, dez / 2003 <http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/22/a03v1n22.pdf>
acesso 10.11.2007

TURKHEIMER, Margot. *A YouTube Moment in Politics: An Analysis of the First Three Months of the 2008 Presidential Election*
<http://departments.oxy.edu/uepi/uep/studentwork/07comps/Turkheimer-Comps.pdf>
acesso 25.06.2008