



CIBERCULTURA E A IMAGEM TELEVISIVA NO SÉCULO XXI: UMA NOVA ESTÉTICA PARA A TV DIGITAL?¹

Kamil GIGLIO²

Augusto Fornari VEIRAS³

Maria José BALDESSAR⁴

Fernando José SPANHOL⁵

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.

Resumo

Este trabalho tem por intuito abordar as mudanças na linguagem estética televisiva, utilizando como base “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, de Walter Benjamin (1936). Destarte, busca-se apresentar através de pesquisa bibliográfica, aspectos socioeconômicos e tecnológicos que influenciaram na democratização da produção visual, através do acesso a dispositivos digitais que transformaram a cultura, estabelecendo novos hábitos e crenças entre a população. Como resultado, busca-se contribuir nos debates e no processo de transformações culturais mediadas pelo televisivo, assim como apontar possíveis alterações na linguagem estética vigente nos meios tradicionais midiáticos.

Palavras-chave

Vídeo; WebTV; Cultura; Linguagem; Estética.

Introdução

O sistema de produção vigente vem passando, desde 1970, por transformações na sua esfera econômica, social e conseqüentemente, política (DANTAS, 1999). Neste sentido, cabe destacar que muitas destas transformações são decorrentes do incremento tecnológico das

1 Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Publicitário. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Eng. e Gestão do Conhecimento/UFSC. Pesquisador TV Digital EGC/UFSC e bolsista CAPES (kamilgiglio@hotmail.com).

3 Designer Gráfico. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Eng. e Gestão do Conhecimento/UFSC. Pesquisador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para Convergência Digital (INCoD) – Projeto Cyclops (augusto.veiras@gmail.com).

4 Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em design e Expressão Gráfica/UFSC. Pesquisadora no núcleo de Televisão Digital Interativa/UFSC (mbaldessar@hotmail.com).

5 Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Eng. e Gestão do Conhecimento/UFSC. Diretor da Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED), pesquisador TV Digital EGC/UFSC e Gerente Executivo do LED/UFSC (spanhol@led.ufsc.br).



últimas décadas. Em outras palavras, nota-se que este processo de mudanças é fortemente influenciado pelo avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs), que permitiram o armazenamento, processamento e distribuição de grandes volumes de dados, tornando estas estruturas fundamentais para manutenção do sistema de produção vigente, conforme análise de Harvey (1989).

Neste contexto, percebe-se que o desenvolvimento das TICs e o estabelecimento de redes interconectadas, influenciaram no processo e geraram mudanças que tornaram a mercadoria repleta e implícita de ideais, promovendo e influenciando anseios simbólicos (representações de *status*, identidade de grupos, etc.) entre toda a população. Conseqüentemente, a expansão das tecnologias eletrônicas alterou a vida cotidiana, exigindo novas formas de percepção e maior interação por parte dos indivíduos (RIFKIN, 2001).

Neste sentido, os sistemas de difusão de comunicação (rádio, TV, cinema, Web) desempenham um papel fundamental na produção e promoção de hábitos de consumo (BAUDRILLARD, 1972; HARVEY, 1989; ECO, 1997; RIFKIN, 2001) influenciando diretamente na comercialização da cultura, marcada predominantemente, por padrões estéticos visuais.

Destarte, o presente artigo tem como ponto de partida uma das mais reconhecidas obras de Walter Benjamin: “A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica” (1936). Nesta são observadas as mudanças ocorridas na sociedade em função do surgimento de modernas técnicas de reprodução de obras artísticas. Segundo o autor, a reprodução mecânica – desde os primeiros experimentos com a xilogravura, passando pela litografia, pela tipografia e chegando à fotografia – permitiu que a sociedade repensasse a arte e a si mesma.

A reprodução técnica atingiu tal padrão de qualidade que ela não somente podia transformar em seus objetos a totalidade das obras de arte tradicionais, submetendo-as a transformações profundas, como conquistar para si um lugar próprio entre os procedimentos artísticos (BENJAMIN, 1994, p. 167).

Com a concretização de práticas como a fotografia, o fonograma e o cinema, até então vistos apenas como técnicas de reprodução⁶, estas práticas começaram a ganhar o *status* de arte. Em sentido mais amplo, elas acabaram revolucionando, direta e indiretamente, o próprio mundo das artes. Com a chegada da fotografia, por exemplo, a pintura deixou de servir como uma mera representação da realidade. Gombrich (1999, p.525) sustenta que “*por causa disso, os*

⁶ Um fonograma, mesmo que usado para registrar um concerto, jamais substituiria a Música e, portanto, não poderia ser considerado como Arte.



artistas viram-se cada vez mais compelidos a explorar regiões onde a máquina não podia substituí-los”.

Em suma, Benjamin (1936) considera que o avanço tecnológico permitiu que a arte e a cultura extrapolassem seus limites físicos tradicionais, dinamizando seus processos produtivos e, com isso, permitiu o acesso a bens culturais a toda população. Nesse sentido, apesar da contribuição dos meios de comunicação (tradicionais e modernos) e dos benefícios que o acesso à informação e ao conhecimento pode proporcionar, Rüdiger (2004) ressalta para o fato paralelo do acúmulo vertiginoso de informação. Dentro desta concepção as pessoas sempre tomam mais conhecimento sobre o que acontece à sua volta, tornando-se realistas pela disponibilidade de informação e acreditando cada vez menos nas idéias. Desse modo,

As alegações de que a nossa cultura ocidental sofre um viés visual – em que “ver é crer”, e uma testemunha ocular deve ser considerada, enquanto o “ouvi dizer” é inadmissível – encontram sustentação no fato de os primeiros esforços ocidentais terem sido dirigidos para a reprodução do visível. Tais esforços, ocorridos cerca de quatrocentos anos antes da invenção da fotografia, pertencem à remota pré-história dos meios, mas possuem um interesse duradouro. (ARMES, 1999, p.25)

Essas observações revelam a importância da imagem – inerente à televisão – na construção da nossa realidade social; seja pelos programas informativos – a notícia como fonte de informação – seja através da ficção e do entretenimento. O fato é que a televisão está repleta de imagens pulsantes e elas definitivamente contribuem para a nossa percepção de realidade (VILCHES, 1996), e faz parte, portanto, da produção e promoção de hábitos de consumo (BAUDRILLARD, 1972; HARVEY, 1989; ECO, 1997; RIFKIN, 2001) que culminam na comercialização da cultura.

2. A Estética da Profusão = Proliferação das Câmeras + A Era do Acesso + WebTV.

O incremento tecnológico das últimas décadas, além de estar submetido a interesses geopolíticos e econômicos, permitiu a criação de diversos dispositivos digitais que, por sua vez, incorporaram serviços e componentes oriundos de meios tradicionais. Por conseguinte, este processo encontra-se concentrado em aparatos tecnológicos multifuncionais, convergentes e em muitos casos portáteis. Pode-se citar como exemplo, a propagação de rádios, tocadores de música e vídeo, câmeras, aparelhos de telefonia celular, entre outros. Neste contexto, a massificação destas tecnologias proporcionou o acesso de uma parte significativa da população a estes dispositivos e serviços.



Segundo Zuffo (2001, p.6) “a Internet foi um passo importante no acesso democrático, generalizado e universal à informação”. Corroborando com esta afirmação, nota-se que este meio também desempenha um papel fundamental na economia atual, pois além de propiciar transações financeiras por todo o mundo e otimizar a gestão, produção e disseminação, tornou-se também é um dos principais meios geradores de novas idéias, que culminam por sua vez, em novos produtos e serviços.

Neste sentido, destaca-se a presença e mediação cada vez maior, de meios digitais no cotidiano da população. Os dados da pesquisa nacional por amostra de domicílios (PNAD) de 2008, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), confirmam referida afirmação, demonstrando que o acesso da população aos microcomputadores tem crescido de maneira exponencial desde 2005. A pesquisa demonstra que em 2005, 18,6% da população possuía microcomputadores em seus lares, e 13,7% dispunha do aparelho com acesso à internet. Já em 2008, os números demonstram que 31,2% dos lares possuíam microcomputadores, e deste total, 13,7 milhões de lares do país (23,8%) dispunham de acesso a Internet.

Apesar de não haver estatísticas relacionadas ao número de câmeras (foto/vídeo), é notável o crescimento no número de vídeos e fotos armazenados e publicados na web. A afirmação pode ser constatada pelos avanços de qualidade na produção, números de visualizações e usuários alcançados pela mais conhecida WebTV atualmente, o *YouTube*, que, em cinco anos de existência, alcançou a marca de dois bilhões de vídeos assistidos por dia em seu site (Disponível em: <<http://youtube-global.blogspot.com/2010/05/at-five-years-two-billionviews-per-day.html>> Acesso: 05 Jun. 2010).

Acredita-se que no caso do Brasil, a estatística do aumento no acesso de câmeras (fotos/vídeos) deve-se a crescente alcançada pelos aparelhos celulares nos últimos anos. Apesar de muitos dos dispositivos não contar com esta opção (câmera), a constatação é relevante e pode ser confirmada pelos dados retirados da pesquisa nacional por amostra de domicílios (PNAD) de 2008, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), onde é demonstrado que 53,8% da população brasileira possui telefone celular. Estes números representam 86 milhões de pessoas, 30 milhões há mais do que na mesma pesquisa realizada em 2005. Na pesquisa de 2008, destaca-se também o crescimento significativo do serviço entre as pessoas com rendimentos entre $\frac{1}{4}$ e 2 salários mínimos.

Assim, dentro do contexto da propagação de imagens na web, destaca-se o sistema de *WebTV*, que pode ser compreendido sucintamente, como uma forma de transmissão televisiva



pela *web*, onde o sinal é captado e digitalizado por *softwares* que transmitem para um servidor de *streaming* (fluxo contínuo) e posteriormente para uma página hospedada na Internet. Por conseguinte, não se faz necessário o uso de um *set-top box* (receptor), como nos sistemas digitais de televisão como a IPTV e TVD (terrestre, satélite ou cabo) por exemplo. Este sistema utiliza a estrutura de *hardware* e *software* do computador, que conectado à Internet, tem acesso à programação, que pode ser, por sua vez, linear (ao vivo por *streaming*) ou sob-demanda (própria), através de *download* (GIGLIO, 2010).

Apesar de não haver garantia de qualidade de entrega e tampouco sobre a qualidade da resolução de imagem – que pode variar de acordo com o canal – um aspecto interessante deste modelo é que qualquer pessoa com a infra-estrutura mínima exigida pode produzir conteúdo e disseminá-lo através do sistema. Conseqüentemente, devido à facilidade de criação e quase ausência de custos, este padrão têm se propagado rápida e exponencialmente, como ilustra o trabalho apresentado por Giglio (2010).

Ressalta-se que muitos dos conteúdos disponíveis são produções próprias que fogem a padrões e enquadramentos tradicionais e pré-estabelecidos pela indústria audiovisual, o que imprime uma linguagem mais pessoal e realística em alguns casos. Adicionalmente, alguns modelos de WebTV estão totalmente integrados às novas ferramentas de comunicação, permitindo que o usuário assista ao conteúdo (ao vivo ou gravado), envie o próprio e ao mesmo tempo, comente sobre eles em redes de relacionamento, como *Blogs*, *Twitter*, *Facebook* ou *Orkut*, por exemplo.

Deste modo, pode-se afirmar que a WebTV está adquirindo cada vez mais espaço, principalmente entre os jovens, tornando-se uma importante plataforma de disseminação e compartilhamento de conhecimento, caracterizando-se por ser um lugar democrático e livre para a exposição das pequenas e médias produções, assim como as produções amadoras (GIGLIO, 2010).

Jenkins (2008) corrobora afirmando que esta cultura participativa cria novas “regras” para o mercado e incita a participação da audiência na construção do conteúdo. Assim, para o autor, o consumo sob esta ótica, tornou-se um processo coletivo, onde há trocas mútuas e uma participação ativa de comunidades de conhecimento (inteligência coletiva – agregando informação e conhecimento adicionais ao conteúdo original). Por conseguinte, o público está se habituando a uma nova estética de profusão, cuja linguagem começa a influenciar os meios tradicionais.



3. Televisão: a invasão da linguagem amadora.

A televisão exerce um papel histórico fundamental na construção e disseminação de valores e comportamento na sociedade em geral (MCLUHAN, 1974). Contudo, com o surgimento da web e a explosão da cultura imediatista, surge um modelo de comunicação mais rápido e com atrativos como a interatividade e portabilidade, por exemplo. Neste contexto, “*o computador incorporou recursos multimídia e passou a ocupar um espaço de entretenimento e de informação que, outrora, era exclusivo às organizações tradicionais do meio televisivo*” (BALDESSAR; GIGLIO, 2010, p.48).

Destarte, percebe-se que, para uma parcela cada vez maior da população, o cotidiano já é mediado por meios digitais, confirmando a previsão que muitos autores defendem (HARVEY, 1989. RIFKIN, 2001. CASTELLS, 1999), que o foco da “nova economia” prioriza a abordagem de relacionamentos. Portanto, o mundo, assim como os mercados, está em transição para um modelo baseado em rede, onde tudo está interconectado, dando atualidade ao pensamento de McLuhan:

Os meios eletrônicos de comunicação contraem o mundo, reduzindo-o às proporções de uma aldeia ou tribo onde tudo acontece a toda gente ao mesmo tempo: todos estão a par de tudo o que acontece e, portanto, no momento mesmo do acontecimento (MCLUHAN, 1966, p.47).

Assim, a TV e o ciberespaço se tornaram os lugares onde as pessoas passam muito de seu tempo e onde criam muitas de suas histórias de vida individuais e coletivas. Conseqüentemente, é possível notar a expansão em ritmo acelerado da economia sobre a web⁷, com o aumento do comércio eletrônico, da oferta de novos serviços, etc. Em suma, a geração de hoje pode comparar o mundo “real” e os eventos que ocorrem nele a algo que viram ou vivenciaram na televisão (RIFKIN 2001, p.162).

Neste sentido, assim como ocorreu no cinema, a televisão desenvolveu ao longo de sua história uma linguagem própria; um padrão de imagem, som e narrativa. Esse padrão – de enquadramento, iluminação, movimentos de câmera, edição, etc. – instituiu-se de tal forma que as emissoras passaram a estabelecer “fundamentos” para produção de imagens televisivas, como revelam alguns trechos extraídos do curso de produção de filme e vídeo, da emissora BBC.

Confira onde o sol estará quando você retornar para a gravação ou filmagem. Isso é importante. Um sol baixo no horizonte, à tardinha, pode tornar impossível filmar algumas das cenas. Um

⁷ Importante distinção entre Internet e web: a Internet é a infra-estrutura de redes que conecta os computadores, já a *World Wide Web* ou simplesmente web, é o acesso à informação por meio da Internet.



sol brilhante atrás de um edifício pode dar uma sombra tão escura na frente dele que nada produzirá uma imagem aceitável (WATTS, 1990, p.32).

Em relação aos enquadramentos, a emissora britânica recomenda evitar:

Queixos descansando no limite inferior da tela, cabeças batendo no limite superior, orelhas cortadas nos cantos do vídeo (lembre-se da margem de segurança) – são coisas óbvias a se evitar. Imagens chapadas nos cenários de fundo (talvez um ramo florido ou um poste) saindo do alto da cabeça da pessoa, linhas nítidas horizontais saindo de cada ouvido – estas são coisas ridículas e também devem ser evitadas (WATTS, 1990, p.226).

Para uma imagem estável recomenda-se ainda o uso de tripé:

Ele é uma necessidade para a produção séria e profissional. Deve ser usado para todas as tomadas-de-cena, a menos que haja uma razão especial para fazê-la no ombro (filmando uma movimentação popular onde a rapidez é fundamental, fazendo uma tomada de acompanhamento e assim por diante). Alguns operadores de câmera insistirão dizendo que são mais firmes na mão que uma pedra. Não acredite: se é difícil com planos gerais, mais difícil com planos médios e impossível com close-ups, panorâmicas ou com movimentos de zoom; é completamente impossível se o objeto for imóvel, como uma pintura num museu ou um edifício (WATTS, 1990, p.66).

Esses são apenas alguns exemplos dos diversos fundamentos da imagem televisiva, os quais fazem parte de um conjunto de práticas ainda maior que Vilches (1996) denomina de “discurso televisivo”⁸, mas que por ora não é objeto desse estudo.

Contudo, cabe observar o número crescente de imagens televisivas que não contemplam, ou simplesmente abdicam desses fundamentos. Em diversos programas de televisão por assinatura – e até mesmo em alguns de TV aberta – é possível perceber o uso de imagens que, por vezes, beiram o amadorismo. É o caso de programas como “Vai pra onde?”, “Não conta lá em casa”, “Extremos”, “Sem Destino”, dentre outros, todos exibidos pelo canal *Multishow*. Voltados ao público jovem, os programas apostam numa linguagem que ficou conhecida no meio televisivo como “câmera na mão”, devido à renúncia ao tripé durante a captação das imagens.

No programa “Vai pra onde?” essa linguagem é levada ao extremo pelo apresentador que, em diversos momentos, registra a si mesmo com uma câmera compacta (figura 1) da mesma maneira que os inúmeros adolescentes que publicam suas fotos e vídeos na internet.

⁸ Ao analisar as “formas do discurso televisivo”, Vilches (1996, p.97-111) aborda uma série de conceitos – trazidos dos estudos culturais, da semiótica e das teorias da comunicação – para discutir como as informações, os pensamentos e as ideologias são transmitidos – através de imagens, textos, sons, narrativas, etc. – pelas emissoras de televisão.



Figura 1: Cenas do programa “Vai pra Onde?”, exibido no canal *Multishow*
Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=c41nAX0b7Vk>. Acesso: 05 Jun. 2010.

É interessante notar que, apesar da aparência “caseira”, a produção do programa é conduzida de forma profissional, com o apoio de cinegrafista e sonoplasta, regravando as cenas por diversas vezes até que atinjam um nível de qualidade satisfatório. (Cf. <http://www.youtube.com/watch?v=vMyrYp3HN88>. Acesso: 05. Jun. 2010.)

O programa “15 minutos” de Marcelo Adnet, no canal MTV Brasil é outro exemplo de programa que utiliza essa nova linguagem. Destinado ao público jovem, o formato e a duração do programa são aderentes aos anseios de uma parcela significativa dessa faixa etária. Apesar de algumas tomadas aparentarem amadorismo, o ambiente de gravação, a exemplo do anterior, é extremamente profissional, com controle de iluminação, maquiagem, cenário, entre outros.

Na televisão aberta, o quadro “Lata Velha” apresentado por Luciano Huck, também se apropria da linguagem amadora em situações onde o apresentador se disfarça para abordar uma “vítima” que terá o seu carro transformado. Utilizando câmeras escondidas, que por diversas vezes tremem durante as movimentações, o apresentador oferece ao espectador uma sensação mais realista e participativa do evento, dando a impressão de proximidade.

A afirmação anterior torna-se ainda mais nítida no exemplo apresentado nas figuras a seguir, que representam dois registros distintos para um mesmo evento. Trata-se da explosão de uma ambulância do SAMU em uma avenida de Florianópolis, SC. No primeiro vídeo (figura 2), veiculado na televisão local, é possível perceber o cumprimento dos padrões televisivos. Já no segundo registro (figura 3), veiculado apenas na internet, a linguagem amadora se faz evidente – com imagem trêmula e distante da ambulância, além da presença de várias pessoas no primeiro plano.



Figura 2: Explosão de ambulância registrada por cinegrafista amador e, em seguida, pela imprensa
Fonte: RBS Notícias. <<http://mediacenter.clicrbs.com.br/templates/player.aspx?uf=1&contentID=109649&channel=47>>. Acesso: 05 Jun. 2010.

É interessante observar que nos primeiros segundos da reportagem, a emissora exibe imagens de outro cinegrafista amador (figura 2A). Elas registram o início do incêndio, possivelmente antes da imprensa chegar ao local. Em seguida, as imagens tremidas do cinegrafista amador cedem espaço às imagens da emissora (figuras 2B a 2D) – menos tremidas e mais próximas da ambulância.



Figura 3: Explosão de ambulância registrada por cinegrafista amador
Fonte: Diário Catarinense. <<http://www.clicrbs.com.br/diariocatarinense/jsp/default.jsp?uf=2&local=18§ion=Geral&newsID=a2870018.xml>>. Acesso: 05 Jun. 2010.

Cabe notar que as imagens feitas pela imprensa são tão estáveis que mal tremem quando a ambulância explode (figura 2D). Por outro lado, as imagens feitas pelo cinegrafista amador (figura 3) chegam a perder o enquadramento no momento da explosão (figuras 3D a 3F), o que, apesar da distância, provoca uma sensação de proximidade maior do que as imagens da emissora.

Em suma, muitos outros exemplos podem ser citados e analisados, pois esta prática tem se tornado cada vez mais comum na televisão tradicional (Ex. briga de trânsito - http://www.youtube.com/watch?v=q6a_V2qUEDQ). Outro “fenômeno” que merece destaque é o formato jornalístico do “*iReport*”, da emissora CNN, já copiado por várias emissoras de todo o mundo, e um dos pioneiros ao incorporar esta linguagem estética e mais participativa no meio televisivo.

4. Considerações



Percebe-se que a centralidade da cultura nessa “nova economia” ressalta o papel da indústria cultural e midiática, uma vez que elas produzem experiências e sensações comercializáveis ricas em informação, criatividade, senso estético e aptidões comerciais, capazes de criar ativos intangíveis com elevados preços no mercado.

Condizente com algumas características da pós-modernidade, que segundo Harvey (1989) é um período que possui como tendência a mudança, a efemeridade e a fragmentação, a adesão em massa por parte da população é consequência de valores em comum compartilhados. Na cultura do visual, onde o “ver é crer” (Armes, 1999, p.25), o vídeo amador tornou-se um importante propulsor no processo de produção da indústria cultural e midiática, influenciando na linguagem televisiva e promovendo novos produtos e celebridades.

Destarte, este estudo buscou traçar paralelos entre fatos históricos – e outros mais recentes – relativos à reprodução de imagens. Espera-se que através dele seja possível vislumbrar prováveis panoramas sobre a produção e veiculação de imagens televisivas. É certo que sobre o futuro tudo o que se pode ter são apenas conjecturas, mas conhecer o passado pode nos apontar prováveis caminhos. Frente a isso, é possível fazer algumas afirmações em paralelo com as observações de Benjamin (1994):

1. da mesma forma com que a fotografia revolucionou o campo das artes, principalmente a pintura, é provável que o vídeo amador mude a estética da televisão, sobretudo do telejornalismo; não só pela inclusão de imagens caseiras nos noticiários, mas também pelo surgimento de imagens feitas por profissionais, porém com características amadoras – tremidas, pouco iluminadas, mal enquadradas, etc. – visando dar mais credibilidade à gravação;

2. assim como a pintura acabou revendo sua própria estética – e aqui interessa particularmente o movimento *Pop Art* e as obras de Andy Warhol, feitas com fotografias de celebridades e de outros ícones da cultura de massa (GOMBRICH, 1999) – é possível que a televisão também se reinvente, criando uma linguagem que incorpore o vídeo amador; provavelmente através de roteiros hipermidiáticos e interativos;

3. por fim, do mesmo modo que a fotografia – ao atingir o *status* de arte – acabou evoluindo e recriando sua própria linguagem, é de se esperar que o vídeo amador – ao ser admitido na televisão – também evolua ao ponto de rever sua própria estética.



Assim, podemos estar assistindo ao início de uma revolução da estética televisiva, sobretudo em tempos de TV digital. Não se pode dizer ao certo o que está por vir, mas é possível arriscar que uma mudança nos aguarda. Porém, cabe destacar que, como Jenkins (2008) afirma, acredita-se no cruzamento criativo entre as mídias tradicionais e as mais recentes (*cross-media*), ou seja, não haverá uma sobreposição de um meio sobre outro, mas adaptações a um contexto mais participativo.

Por fim, pode-se afirmar que existem apontamentos que indicam o surgimento de uma cultura da convergência, baseada na idéia de cibercultura, defendida Lévy (1996), onde, de fato, existe uma cultura ocidental globalizada, mas que ao mesmo tempo ressalta e se adapta ao local, ao regional.

Referências bibliográficas

ARMES, R. **On video: o significado do vídeo nos meios de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1999.

BALDESSAR, M.; GIGLIO, K. **O papel dos sistemas digitais de televisão na economia do conhecimento**. V.17, n.1. p. 46-53. Porto Alegre: Revista FAMECOS, 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/6878/5001>> Acesso em: 05 Jun. 2010.

BAUDRILLARD, J. **Para uma crítica da economia política do signo**. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1972.

BENJAMIN, W. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. v.1. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999.

DANTAS, M. **Capitalismo na era das redes: Trabalho, informação e valor no ciclo da comunicação produtiva**. In: Informação e Globalização na Era do Conhecimento. (org. LASTRES, H.; ALBAGLI, S.). Rio de Janeiro: Campus, 1999.

ECO, U. **O Signo**. 6 ed. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

GIGLIO, K. **Análise comparativa entre IPTV, WebTV e TVD com foco em Disseminação do Conhecimento**. 153 p. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2010.

GOMBRICH, E. H. **A História da Arte**. Trad. CABRAL, Á. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. Trad. GONÇALVES, M. S.; ADAIL, U. S. 4 ed. São Paulo: Edições Loyola, 1989.

IBGE. **Pnad 2008**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1517>. Acesso em: 05 Jun. 2010.



- JENKINS, J. **Cultura da Convergência**. Trad. ALEXANDRIA, S. São Paulo: Ed. Aleph, 2008.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. COSTA, C. I. São Paulo: Editora 34, 1996.
- MCLUHAN, M. CARPENTER, E. **Revolução na Comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1966.
- _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. PIGNATARI, D. 4 ed. São Paulo: Cultrix, 1974.
- RIFKIN, J. **A era do acesso**. Trad. ROSA, M. L. G. L. São Paulo: Makron books, 2001.
- RÜDIGER, F. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade**. 3 ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2004.
- VILCHES, L. **La televisión: los efectos del bien y del mal**. Barcelona: Paidós, 1996.
- ZUFFO, M. **A Convergência da Realidade Virtual e Internet Avançada em Novos Paradigmas de TV Digital Interativa**. 106 p. Tese de Livre Docência. Universidade de São Paulo, 2001.
- YOUTUBE. **Blog YouTube**. Disponível em: <<http://youtube-global.blogspot.com>> Acesso: 05 Jun. 2010.
- WATTS, H. **On camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC**. São Paulo: Summus, 1990.