



**Circulação da mídia audiovisual nas lógicas dos
hiperlinks**
**Circulation of the audiovisual media in the hyperlinks
logics**

Dinis Ferreira Cortes

Resumo: O artigo apresentado traz em sua concepção uma reflexão sobre os processos midiáticos evocados pela circulação da mídia audiovisual em tempos de serviços de streaming de vídeo. A dinâmica da World Wide Web e do streaming de vídeo traz complexas relações entre plataformas e usuários interagentes. O Netflix é uma das plataformas que representa os fatores de adaptação do processo de produção, circulação e consumo de obras audiovisuais como séries e filmes. Os algoritmos e hiperlinks são dentro do processo de circulação elementos determinantes do que é ou não consumido pelo público das plataformas de streaming. O presente texto busca refletir sobre as linhas limites entre o que é do algoritmo e do interagente.

Palavras-chave: Audiovisual; Hiperlinks; Algoritmos; Circulação; Netflix.

Abstract: The article presented brings in its conception a reflection on the media processes evoked by the circulation of audiovisual media in times of streaming video services. The dynamics of the World Wide Web and video streaming brings complex relationships between platforms and interacting users. Netflix is one of the platforms that represents the adaptation factors of the process of production, circulation and consumption of audiovisual works such as series and films. Algorithms and hyperlinks are within the circulation process determining elements of what is or is not consumed by the public of streaming platforms. The present text seeks to reflect on the boundary lines between the algorithm and the interactant.

Keywords: Audiovisual; Hyperlinks; Algorithms; Circulation; Netflix.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

1. Nota introdutória

O presente texto busca refletir sobre o processo de circulação midiática presente na interação através de hiperlinks entre interagentes e a plataforma de streaming Netflix. O audiovisual na sua historicidade arqueológica absorveu durante o desenvolvimento e a segmentação tecnológica diferentes características técnicas que o modelam como formato, tendo hoje inúmeras formas e modelos do que podemos entender como audiovisual.

A partir das plataformas de streaming presenciamos diversas mutações nas formas como as mídias audiovisuais circulam. É um complexo processo de reconstrução que passa pelas lógicas de algoritmos, hiperlinks e adentra características de personalização dos usuários além de aspectos prioritariamente comerciais. Uma nova forma de midiatizar é postulada por eventuais interferências no lado oculto entre o que é do controle do usuário (interagente) e o que faz parte das ações das instituições que coordenam o funcionamento dos sistemas midiáticos.

2. A mídia audiovisual e os hiperlinks

Observar o que é audiovisual no contexto da World Wide Web é um processo complexo, demanda um olhar sobre as camadas que os cercam e atualizam o mesmo remodelando frente aos desafios das mutações. Buscando um diálogo sobre a problemática, Kilpp (2016, p. 1) estabelece as referências fundantes das audiovisualidades nas mídias, entre elas elencamos uma fundamental para a compreensão dos processos de atualização do audiovisual:



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Como virtualidade, o audiovisual só age diferenciando-se, atualizando-se. Ele é o modo “daquilo que é”. Ele não tem de existir, mas de atualizar-se, que é o modo pelo qual ele passa a agir. Nessa diferenciação (criação) ele guarda sempre algo de sua origem. Em nossa pesquisa precisamos estar muito atentos ao movimento de atualização do audiovisual para compreendê-lo.

Considerando o pensar de Krapp (2018), as pesquisas na área tangem angulações metodológicas e teóricas que contextualizam os objetos a serem investigados considerando três focos vinculantes centrais: o foco social, o foco técnico e o foco cultural. O foco social abrange a teoria das redes de atores, o construtivismo, a análise do discurso, a teoria de gênero, a teoria crítica, política e leis. Numa contextualização com o foco técnico temos os estudos cibernéticos, a arqueologia da mídia e a teoria das redes. Como foco cultural as pesquisas permeiam os estudos culturais, a etnografia, a filosofia da mídia e a psicanálise.

Nesse sentido, observamos que para termos uma visão sistêmica do audiovisual tendemos a recorrer a uma dinâmica de investigação que nos coloca muitas vezes a par do que é o cultural, ou o social, descartando o técnico, ou vice versa. Ao observar uma plataforma que está imersa aos processos de consumo como é o caso do Netflix, temos uma visão sobre o que ocorre quando uma arte, técnica-estética é utilizada com novos artifícios de usos e apropriações, ou de atualização como refere Killp (2016).

Para Krapp (2011, p. 2), “nas novas mídias a arte não se apresenta mais como narrativa; suas formas não têm começo ou final, nenhuma sequência predeterminada”. O autor reforça as diferentes formas como a narrativa pode ser afetada e transformada no processo, a narrativa é posta como uma organização facilmente manipulada de acordo com as necessidades estruturais da plataforma técnica que a veicula, considerando diferentes perspectivas e graus de interesse. É o caso da plataforma de streaming Netflix, que cria conteúdos e os distribui aos usuários através de um banco de dados projetando na sua organização episódios seriados sequências de temporadas que levam o usuário a acompanhar oito episódios de uma série audiovisual sem



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

interrupções. A narrativa é sobreposta por uma estratégia e modeladora de construção da atenção do público, mais que isso é tecnicamente articulada por meios centralizadores de informações em bancos de dados criados de acordo com o interacional com os hiperlinks expostos.

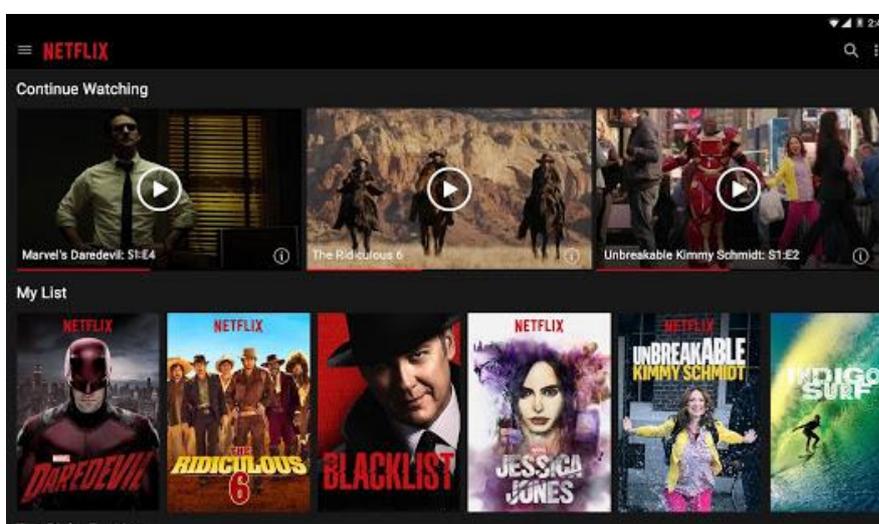


Imagem 1 - Netflix dispõe de um mosaico de hiperlinks oriundos das ações interacionais dos usuários.

No primeiro parâmetro do foco social e cultural temos as referências emanadas pelos seus usuários que configuram e reconfiguram as relações de distribuição do conteúdo a partir dos processos interacionais com a plataforma. Nesse movimento de identificação e organização de referências interacionais, o interagente é imerso aos processos técnicos pré-determinados pelo algoritmo que o leva adiante no processo de consumo dos produtos audiovisuais ali ofertados (Imagem 1). Não temos, portanto, uma matriz difusa de conteúdos, ou seja, descentralizada, mas sim um processo centralizado de disposição de hiperlinks que levam o interagente a novas e mais imersivas experiências pré-configuradas.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Indo de encontro com a ideia proposta por Ted Nelson no livro manifesto “Computer Lib” republicado em 1987, o certo é que se não tivéssemos a instituição do código HTML na internet haveria maior liberdade, tal linguagem originária da World Wide Web traz um controle sobre o movimento de operações dos hiperlinks disponíveis aos usuários. Nelson (1987), defende o não controle dos rastros de acesso a conteúdo.

Krapp (2011, p. 6), resgata na visão de Lévi-Strauss o conceito sobre hipertexto presente na literatura. Para Strauss, o hipertexto ativa notas da memória, restaurando possibilidades de contingência. O hipertexto na tela não seria uma novidade mas sim uma atualização de algo primitivo já presente na disposição de sumários de livros, cartões de nota ou jogos de cartas. Manovich (2005, p.29) contextualiza na perspectiva da exibição de um audiovisual em um cinema, as diferentes interferências modeladoras que as linguagens, e os meta-textos tensionam na experiência do usuário com um peça audiovisual.

igual que los objetos de los nuevos medios contienen una jeraquía de niveles (interfaz-contenido, sistema operativo-aplicación, página web-código HTML, lenguaje informático de alto nivel-lenguaje ensamblador-lenguaje automatizado), la película de Vertov contiene al menos tres niveles Uno de ellos es la historia de un operador de cámara que rueda material para la película acabada en una sala de cine. Y el tercer nivel es la propia película, que consta de metraje filmado em Moscú, Kiev y Riga, organizado em función de la progresión de un solo día: el desperta-el trabajo-las actividades de ocio. Si este tercer nivel es um texto, cabe pensar em los otros dos como sus metatextos. Si una película de vanguardia <<normal>> propone um lenguaje coherente que es distinto del cine mayoritario, es decir, um pequeño conjunto de técnicas que se repiten, El hombre de la cámara nunca llega a nada que se parezca a um lenguaje definido (2005, p. 29).

Ao relacionar o que diz Manovich com o que é praticado pelo Netflix, podemos observar que há diferentes níveis de interceptações dos conteúdos que podem



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

redirecionar o que encontramos como experiencial com os múltiplos hipertextos que tensionam e redirecionam as narrativas audiovisuais algorítmicas atualizadas.

Midiatização e o emergente semio-técnico-social

A midiatização é um processo em constante evolução na sociedade, a Internet e os inúmeros dispositivos conectados trazem consigo complexas relações entre a produção e os seus receptores. As esferas lineares de consumo dos meios de comunicação de massa dão vazão aos mais complexos sistemas com camadas interacionais e controles tentativos estratégicos, tais pontos de circulação entre o contato humano e do que é midiático constroem espaços de profunda articulação em vários níveis de contatos.

Nesse sentido, Fausto Neto (2010, p. 11) diz que no processo de circulação, “não podendo enfrentar a indeterminação, desenvolve-se estratégias que possam manter produtores/receptores em possíveis “zonas de contatos” ou, de “pontos de articulação”. No espaço da circulação midiática (Ferreira, 2013) a midiatização passa por mutações que ressignificam contextos. Os hiperlinks trazem esse operacional proveniente de bancos de dados e algoritmos, mas no fundo carrega também signos para aqueles que interagem com determinada plataforma, no caso, o Netflix e os filmes ali disponibilizados.

Verón (2014, p. 14-15) trabalha com a concepção de midiatização a partir dos fundamentos da semiose socio-cultural. Ou seja, historicamente a midiatização surge com a formação da semiose do homem frente a associação de processos sócio-técnicos e culturais. São, portanto, como chamado pelo autor de os fenômenos midiáticos que exteriorizam a semiose da mente do ser humano. Um dos exemplos seria portanto a constituição de uma ferramenta de pedra elaborada para caçar e como midiatização



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

expressa semanticamente aspectos culturais e sociais expressos na sua constituição técnica.

Quando observamos na lógica dos hiperlinks do Netflix, essa ordem sistêmica exteriorizada opera como um dispositivo refletido de ações de absorções de informações pela plataforma com o usuário através de opções de escolhas, sejam elas por ordenação cultural, social e também muitas vezes comercial da própria instituição que os fornece como opção para determinado interagente individualizando o mesmo por suas características de acesso.

Novas práticas estabelecidas entre o ser humano e os fenômenos midiáticos. Adaptação, a rápida transição de aprendizagem do uso e da apropriação no convívio de inserção social.

Um olhar sobre o funcionamento do Netflix

O acesso a comunicação e informação através da Internet teve um salto grande quando o recurso de transmissão em tempo real passa a ser adotado em grande escala com o advento das linhas de fibras óticas e o sistema de banda larga de acesso a maiores dados em menor intervalo de tempo. Isso potencializou inicialmente a transmissão de áudio, rádio e músicas e posteriormente consolidou-se com canais de broadcast que passaram a receber transmissões via web. Mas a maior expansão do streaming em web teve notoriedade após a popularização de acesso ao streaming de vídeo por produtores e amadores através do site Youtube e do Google Videos em 2004.

Atualmente a Netflix é uma das maiores empresas de streaming de filmes e séries do mundo, em alcance é levado a todos os continentes mundiais. A empresa estadunidense que surge em 1997 com serviços de locação e entrega a domicilio de fitas de vídeo VHS de filmes e séries, em 2007 começa a sua maior jornada de expansão de negócios nos através de streaming. No ano de 2011 a empresa ingressa também no ramo



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

de produção de peças audiovisuais com a série *House of Cards*, a primeira de muitas séries e filmes que passam ao longo dos anos a serem distribuídos para os assinantes do serviço de streaming.

Durante esse período de trajetória em streaming o Netflix deixa de ser somente uma empresa de distribuição de conteúdo criado por produtoras de televisão e cinema para ser também uma criadora de conteúdo próprio aos assinantes.

Mesmo a plataforma sendo acessível em praticamente todos os países do mundo, as produções ali apresentadas para um assinante brasileiro são diferentes daquelas que são apresentadas para um canadiano ou alemão. A divisão de conteúdos se dá por dois parâmetros: o idioma e os contratos com produtoras de conteúdos que por vezes cedem conteúdo em um país de relação comercial mas não em outro. Sendo assim, é fato dizer que não podemos ter uma visão igualitária sobre o que é a plataforma Netflix entre os países uma vez que é percebida a discrepância de distribuição em relação aos contratos comerciais locais.

Mais do que o macro que delimita o que pode ser ou não ser acessado através do sistema de streaming na localização do assinante, existe também uma personalização do conteúdo a partir de parâmetros definidores seletivamente ao usuário. Com propósito de organização do catálogo através dos algoritmos e dos bancos de dados (produções disponíveis ao assinante), o hiperlinks recebem a primeira configuração no momento inicial em que o assinante tem contato com a plataforma escolhendo entre dezenas de obras três que possui preferência.

O movimento é somente o começo da personalização para visualizar pela primeira vez o catálogo. A cada acesso a hiperlinks que direcionam para os filmes e séries disponíveis o sistema vai coletando informações para o seu banco de dados e o algoritmo disponibiliza mais conteúdos relacionados com as escolhas do assinante.

O processo midiático é constituído em uma troca de relações entre a instituição fornecedora do conteúdo e o usuário, mediada fundamentalmente pelos algoritmos que



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

são pré-configurados pela instituição, no caso o Netflix, mas que recebem informações através de metadados. Os metadados não mais são do que os responsáveis pela circulação da peças audiovisuais, são eles que rotulados pela Netflix determinam que tipo de características o audiovisual possui em específico.

Essa caracterização é parte de uma complexa relação entre os algoritmos e o usuário da plataforma. Ferreira (2018, p. 361) lembra a partir de Veron (2014), que a midiatização, “é antes de tudo, a materialização em meios da experiência mental”. Para o autor, os meios materiais possuem sua origem na própria experiência mental, sendo vinculante do processo de circulação, o imaginário e o real observado. De acordo com Ferreira (2018, p. 362), a tecnologia vem portanto de um imaginário conjunto de possibilidades:

Sua materialização só ocorre com esse requisito. Sua realização em termos de uso depende das operações que a fundam e propiciam, e do compartilhamento de imaginários sociais que caracterizam a sua gênese. Aqui, o processo pode ser disruptivo, regulatório e adjunto a novas inteligibilidades sociais, acionado por matrizes que podem ser marcadas pelas relações entre a tecnologia, a semiose e o social.

É importante ressaltar que o algoritmo antes de ser um sistema de códigos por traz do que é visualizado no layout através de hiperlinks, é constituidor de uma ideia proposta pelos agenciadores da plataforma, os comandos com as suas características de relação que buscam filtrar o que é de interesse ao público são reflexo da manipulação indireta da instituição detentora do sistema que é apresentado em forma de hiperlinks.

Comparando com a Netflix, uma vez que o imaginário e as tecnologias nutrem o que podemos chamar de uma semiose social (Veron, 2014), os bancos de dados e informações dessa conjuntura de plataforma normatizam, regulam e agenciam mutações que “são antes de tudo práticas”. Conforme são apropriadas e definidoras propiciam a consolidação de dispositivos, constroem nessa intercessão uma nova simbólica deferida pela estabilidade do seus usos (Ferreira, 2018, p. 369).



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Para Ferreira (2018, p. 369),

A inferência quase descritiva é de que as novas matrizes – que integram a produção de conteúdos e agenciam a produção conforme os tempos e grades do consumo – já chegaram ao estágio dos dispositivos (na medida em que apropriadas, marcadas, e definidoras das práticas em tempos e espaços diferidos).

Na imagem 2 é possível perceber a fragmentação do catálogo da Netflix como consequência do que foi assistido anteriormente. Nesse sentido, é por causa do usuário ter assistido a série *Vikings* que outras obras relacionadas são escolhidas para serem expostas a plataforma. O agenciamento do conteúdo ganha refinamento também ao que está mais sendo assistido na plataforma e reforça com linhas do catálogo onde outras obras assistidas pelo usuário são levadas em consideração para a escolha de indicações de novos conteúdos.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

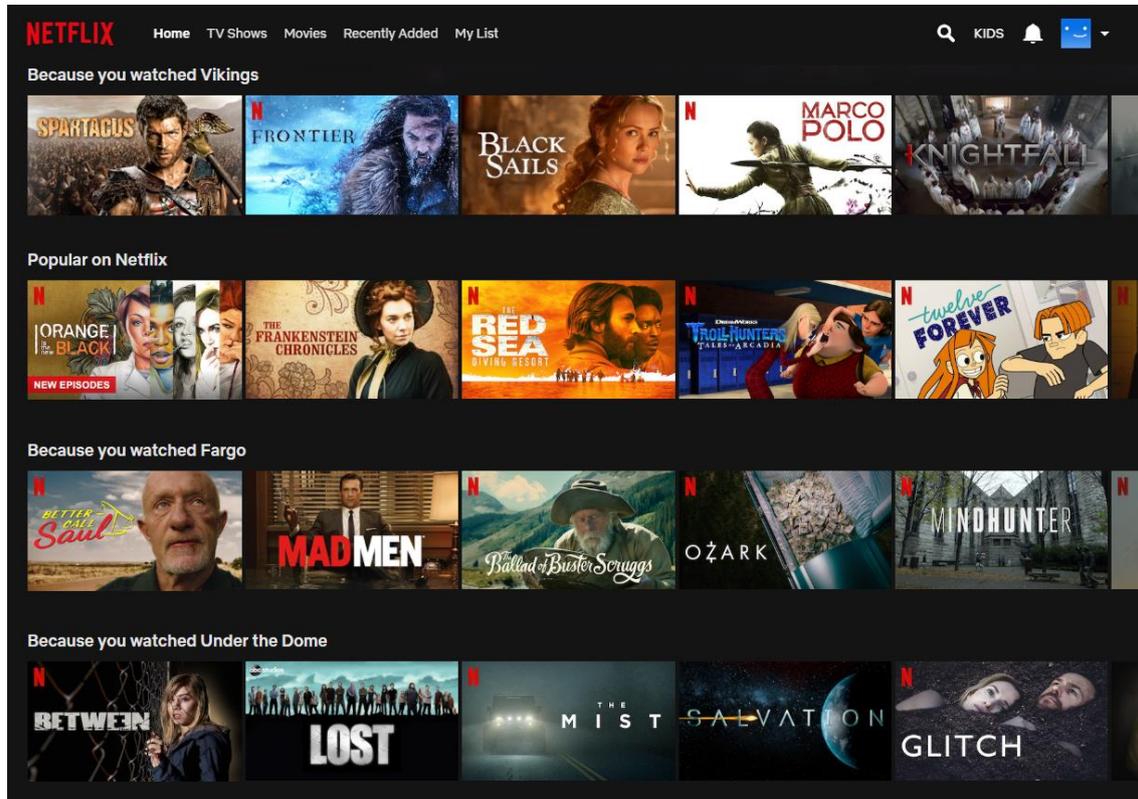


Imagem 2 – Captura da plataforma de Netflix visualizada no sistema Windows

Nesse sentido, o algoritmo é um elemento fundamental para a circulação ou não de determinado conteúdo dentro da plataforma. O streaming dentro do conceito da plataforma não é linear, mas sim resultado de um complexo cruzamento de informações e personalizações através da captura de ações dos assinantes como escolher um filme, por seu tipo de gênero, estilo cinematográfico e idioma.

Ao observar a imagem 2 também possível perceber a tendência por conteúdos próprios da Netflix, no caso todas as obras com o símbolo “N” de Netflix são produções originais da marca da plataforma. O agenciamento proporcionado pelos algoritmos em detrimento da instituição Netflix estabelece filtros que priorizam por tanto as suas próprias obras, podemos analisar isso do ponto de vista comercial como uma estratégia



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

comunicacional para consumir mais dos produtos da marca da plataforma, o que é de interesse capital do Netflix. Sendo assim, mesmo com uma gama de elementos que ajudam a construir a personalização dos conteúdos em detrimento do grau de interesse dos seus assinantes, a plataforma prioriza também dentro da sua sistematização acesso as obras que mais lhe beneficiam, construindo em lógicas suas prioridades comerciais a circulação do audiovisual.

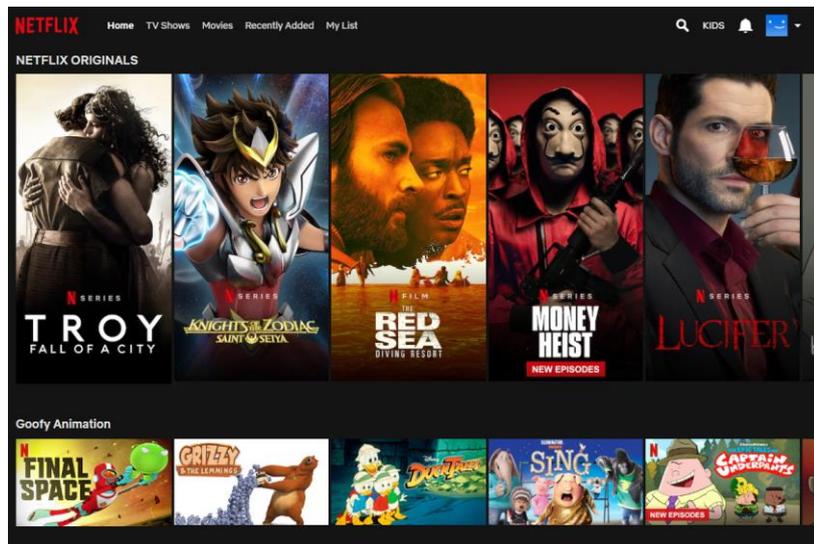


Imagem 3 - Captura da plataforma de Netflix visualizada no sistema Windows

Olhando para a disposição das obras no conceito Netflix e as suas narrativas, os algoritmos (e os hiperlinks) trazem aspectos de continuação infinita das séries e filmes uma vez que a disposição das peças audiovisuais são colocadas em uma sequência inacabável de conteúdos similares. Em parte existe uma semelhança nesse processo com o que é visto em um canal de televisão, exceto pelo fato de que o conteúdo é direcionado única e especificamente ao espectador individual, considerando suas características de consumo.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Uma série de televisão que era construída pensando espaços de comerciais no streaming pode ser exibida sem interrupção, um usuário pode escolher ver uma ou mais temporadas inteiras em sequência ou transitar por outros episódios sem uma sequência linear. A pseudo autonomia que a plataforma fornece aos usuários traz consigo novas fundamentações do que podemos ver como visual, uma evolução principalmente fundamentada pelas práticas e os usos dentro da plataforma. A perspectiva porém levantada necessitaria de um artigo para discutir somente o aspecto da alteração no formato de narrativas, a proposta apresentada no presente artigo possui como foco central a circulação da mídia audiovisual.

Hiperlinks e as fronteiras entre o que é algoritmo e o que é do interagente

Os hiperlinks são parte de um conjunto estrutural que forma a cadeia de funcionamento de uma plataforma digital conectada ou não a rede World Wide Web. O que o usuário de determinada plataforma observa em ao ver e clicar em um link de notícia em um portal de notícia, por exemplo, é algo que está na parte exposta em forma de layout para ser acessado. O que está sendo disponibilizado ali, portanto, é parte integrante de uma disposição de quem controla a plataforma, seu conteúdo, sua produção está atrelada ao desejo de agenciamentos configurados e conduzidos por escolhas de sua produção. No caso da notícia em si a tramitação é em ordem o que está exposto, os hiperlinks fazem nesse sentido um movimento de redirecionar os usuários a determinados conteúdos já pré-configurados pela plataforma. Quando olhamos redes complexas como o Youtube e o Netflix, percebe-se que todas as ações de escolhas movimentadas pelos usuários na plataforma ajudam a moldar quais serão os próximos conteúdos a serem exibidos como opção na tela, relacionando conteúdos com escolhas anteriores categorizando.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Se observamos no Netflix, esse processo avançado de comunicação é possível graças ao papel do algoritmo de mediação entre o que é categorizado pela plataforma e que fica organizado em seus bancos de dados como conteúdos correlacionados. É o que o usuário escolhe através de hiperlinks e que vai redefinindo constantemente o que os algoritmos buscam no armazenamento de dados para ser apresentado para o usuário.

Olhando através da sua funcionalidade, os espaços entre coleta de dados e a disponibilização de conteúdo é algo estruturalmente complexo e frenético. Afinal o usuário vai passando por diversos conteúdos que assiste ou deixa pela metade e que vão sendo gravados em bancos de dados como categorias de mais ou menos interesse. Essa resposta sistêmica com novos conteúdos em uma repaginação do que é exibido na tela nada mais é que um reflexo de conteúdos com graus de interesse. A circulação do audiovisual ali passa a ser delimitada em parte através da interação do usuário, mas primordialmente através do que também é de interesse da plataforma.

Nesse sentido, a inteligência artificial passa a ser fundante da premissa de direcionamento regulatório onde a mesma determina “o imaginário em linguagens em linguagens de sistemas e algoritmos” (Ferreira, 2018, p. 373-374). Olhando para o modelo de funcionamento do Netflix, podemos observar o que delimita o espaço de usuário e a plataforma. Existem ações sim em que o usuário define seus passos, mas é importante ressaltar que há espaços na grade de filmes e séries que privilegiam conteúdos produzidos pela própria Netflix. Sendo assim, mesmo existem um grande de refinamento no conteúdo através do usuário que acaba definindo seus graus de interesse em conteúdo através da sua interação com a plataforma, ela também impõe certas restrições a conteúdos que não são originais do serviço de streaming.

Nesse sentido, a definição de consumo dentro do espaço midiático acaba sendo determinante para o processo de circulação da mídia audiovisual dentro do ambiente. Bolin (2016, p. 40), afirma que é importante considerar as forças de consumo como parte do circuito de produção-consumo, um circuito que precisa de consumidores para



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ser totalmente livre para definir seu poder ou capacidade de consumir de acordo com as formas que são empregadas as formas do trabalho em si.

As lógicas de consumo são integrantes, elas não tecnicamente ditadas por sua produção, mas sim são agenciadas, negociadas através dos processos de comunicação. Podemos fazer uma analogia imaginando estar em uma loja para comprar um produto, ao olhar para a disposição nas prateleiras o produto da casa naturalmente ganhará um protagonismo. Na dinâmica de consumo proposta pela plataforma de streaming não é diferente, suas produções originais serão prioritariamente as mais exibidas como opções aos interagentes. Essa além de ser uma influência na lógica de consumo é um movimento buscando lucratividade comercial.

Considerações

O cruzamento alentado entre social, técnico e cultural emana alguns aspectos que ainda precisam de um olhar aprofundando se olharmos a conjuntura do que e como é selecionado como conteúdo para os usuários da plataforma. Nesse conceito geral podemos emergir a um paradigma que está preso a uma vertente fundamentalmente do código, sendo o usuário refém de uma programação pré-determinada pelas instituições comerciais (no caso o Netflix). Mas é importante evidenciar que as propriedades relevam questões prioritárias como o consumo de conteúdos próprios, mas também se submete como agenciadora de questões de personalização dos usuários como artifícios lapidantes da construção individualizada do catálogo exibido. Sendo assim, a circulação da mídia audiovisual em plataforma de streaming estão sujeitas a diversas qualidades que a colocam como produto frente ao destinatário.

Antes de um determinismo e uma lógica de produção prestadora de manipulações precisamos compreender que o agenciamento das obras audiovisuais ainda seguem certos ritos da origem genealógica do audiovisual tradicional, como



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

questões de distribuição e contratos legais de países. Entretanto como o propósito aqui é uma reflexão sobre os hiperlinks, os algoritmos e a circulação, deixamos as questões em aberto para um próximo texto.

Referências bibliográficas

BOLIN, Göran. Value and the Media: Cultural Production and Consumption in Digital Markets. New York: Routledge, 2016.

FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: _____ Mediatización, sociedad y sentido: diálogos Brasil y Argentina. Rosário: UNR, 2010.

FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In BRAGA, José Luiz; et al. Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2013.

FERREIRA, Jairo. Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização? Santa Maria, RS: Ed. FACOS-UFSM, 2018.

KILP, Suzana. Referências fundantes das audiovisualidades nas mídias - <http://blog.suzanakilpp.com.br/2016/01/20/referencias-fundantes-das-audiovisualidades-nas-midias/> Acessado em 01.07.2018;

KRAPP, Peter. Baseado no seminário intensivo Déjà vu: Aberrações da Memória Cultural, ministrado no programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. Brasil, Maio de 2018.

KRAPP, Peter. Electronic Mediations - Noise Channels: Glitch and error in digital culture. Londres, Inglaterra: University of Minnesota, volume 37, 2011.

MANOVICH, Lev. El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. Barcelona, Espanha: Ediciones Paidós Ibérica S.A, 2005.

NELSON, Ted. Computer Lib. Estados Unidos: Microsoft Press, 2ª Edição, 1987.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. Matrizes: São Paulo, 2014.