



Significação: revista de cultura
audiovisual

E-ISSN: 2316-7114

significacao@usp.br

Universidade de São Paulo
Brasil

Becker, Beatriz; Mateus, Lara
TV 1.9: a experiência das webTVs universitárias
Significação: revista de cultura audiovisual, vol. 38, núm. 36, julio-diciembre, 2011, pp.
153-171
Universidade de São Paulo
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609766002008>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto



TV 1.9: a experiência das *webTVs* universitárias

Beatriz Becker¹ e Lara Mateus²

1. Pós-doutora em comunicação e semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro e coordenadora do laboratório de ensino e do site TJUFRJ. E-mail: beatrizbecker@uol.com.br

2. Mestranda do Programa em Comunicação e Semiótica da PUC-SP e jornalista formada pela ECO-UFRJ.
E-mail: iara_mateus@yahoo.com.br



Resumo

A experiência da cultura da imagem e da era da convergência produz efeitos em todos os campos da vida social, reconfigura os meios e suas mediações e provoca inovações estéticas e de conteúdos. As *webTVs* nascem como ambientes singulares, caracterizadas por uma nova forma de ver e fazer televisão. Este trabalho aponta possibilidades de uso das *webTVs* universitárias como ambientes relevantes para formação profissional, por constituírem-se, potencialmente, tanto em espaços de experimentação da linguagem audiovisual e de recursos multimídia quanto de socialização. Neste artigo, são apresentados resultados de um estudo sobre quatro *webTVs* universitárias da cidade do Rio Janeiro.

Palavras-chave

convergência, televisão, *webTVs* universitárias, narrativas jornalísticas audiovisuais, mídia, educação

Abstract

The experience of image culture and convergence era effects on every field of social life, reconfigures the means and its mediations and provokes aesthetics and contents innovations. The webTVs are born as singular environments, characterized by a new way to see and make television. This work points possibilities of use of universities' webTVs as relevant environments to the vocational training, once they are constituted, potentially, by spaces of experimentation of audiovisual language and multimedia resources and socialization. This article presents results of a study about four universities' webTVs from Rio de Janeiro city.

Key-words

convergence, television, webTVs, journalistic audiovisual narratives, media and education

WebTV: uma nova forma de televisão

Notebooks, celulares, *smartphones*, *tablets*, *iPods* e televisores portáteis permitem acessar imagens e conteúdos a qualquer hora e em qualquer lugar. Os usos dessas ferramentas digitais e a produção de formatos audiovisuais são cada vez cada vez mais intensos.

É certo que muitas vezes não temos como aferir os critérios usados em muitas análises de mídia de grandes empresas disponibilizadas na *web*, mas estudos recentes indicam que o número de brasileiros que acessa a internet a partir de dispositivos móveis e em ambientes públicos como *lan houses* é bem maior que a média global. O Brasil ocupa a 7ª posição no ranking dos países com maior crescimento de internautas, à frente de países como Reino Unido e França, e lidera o número de usuários na América Latina. Dos 1,4 bilhão de usuários de internet no mundo, que acessam a rede de casa ou do trabalho, via computador ou *notebook*, 44 milhões são brasileiros. A internet é o meio que mais cresce no país, e os investimentos na rede já respondem por quase 5% do bolo publicitário. Além disso, segundo o relatório do IAB (Interactive Advertising Bureau) Brasil, a população brasileira é a que mais assiste a vídeos na internet, inclusive conteúdos produzidos por usuários. Mais de 35 milhões de internautas viam cerca de 3 bilhões de vídeos em março de 2011.³

Essa contínua e imediata conexão com uma imensidão de imagens e palavras na contemporaneidade, viabilizada pela *web* e pelos dispositivos móveis, correspondem, segundo Kellner (2001), à “cultura da imagem”, na qual a exploração da visão é potencializada. Para

3. Dados disponíveis em: <http://www.comscore.com/por/Press_Events/Press_Releases/2011/5/Mexico_Leads_Latin_America_in_Online_Video_Penetration_and_Engagement>; <http://www.clickweb.com.br/noticias.asp?cod=4780>; http://www.iabbrasil.org.br/indicadores/IAB_indicadores_SET_2011.pdf>.

Sodré (2008), essa valorização exacerbada da imagem na contemporaneidade confere a ela um caráter de mercadoria, amortecendo a reflexão crítica, pois, cada vez mais, as mensagens e os sentidos são mediados por valores, identidades e imagens elaborados e distribuídos pelos meios. No entanto, os processos de mediatização não são produzidos apenas pelas imagens mas também por palavras. E são justamente as diferentes combinações entre imagens e palavras, e as leituras possíveis desses textos, que podem homogeneizar os discursos e produzir a fabulação do mundo, ou promover mudanças e transformações não apenas nos modos de interpretar o que acontece nas telas da televisão e do computador (ou fora delas) mas também nas maneiras de construir mensagens midiáticas (BECKER, 2009; 2011). Os indivíduos sofrem, na contemporaneidade, um *bombardamento* ainda maior de imagens (antes originadas apenas na televisão e no cinema): vídeos, textos e fotos que circulam hoje na mídia advêm tanto de ambientes já institucionalizados de produção informativa e cultural quanto da produção de conteúdos e formatos criados por cidadãos anônimos, com acesso a computadores ou celulares, alçados à categoria de produtores (JENKINS, 2008).

A maior participação da audiência na produção da mídia é uma característica importante dos modos de gestão e produção de conteúdos na atualidade. “Esse novo tipo de consumidor/produtor exige experiências midiáticas com mobilidades mais fluidas e individualizadas, que permitam a cada um compor suas próprias grades de programas e decidir a sua maneira particular de como vai interagir com elas” (MACHADO, 2011, p. 88). E essas experiências possibilitam, além disso, a construção de outras narrativas sobre a vida social, capazes de gerar mediações inovadoras, porque olhares diferentes resultam em ângulos distintos de representações das realidades — menos desiguais, mais diversas e democráticas —, provocando transformações nos modos de compreensão do mundo. A convergência, aqui entendida como processo de diluição ou dissolvimento das fronteiras formais e materiais entre os suportes e as linguagens, que resulta em uma diferenciação pouco evidente entre os meios e em uma fusão não necessariamente harmoniosa das formas de cultura, também define transformações mercadológicas, culturais e sociais, dependendo da participação ativa dos consumidores (MACHADO, 2007; JENKINS, 2008). Além disso, modifica o jeito de ver e fazer televisão. A transição do modelo analógico de TV para o digital foi

marcada por aspirações a maior diversidade na oferta de conteúdos e estéticas antes não contempladas, mas a opção pela imagem em alta definição, embora anunciada como uma grande conquista do sistema brasileiro de televisão digital adotado no Brasil, esvaziou a possibilidade da multiprogramação. De qualquer modo, experiências inovadoras que emergem dos diálogos possíveis entre a televisão e a internet não deixam de impor aos pesquisadores o desafio de investigá-las (FECHINE *et al.*, 2011).

De fato, os fatores tecnológicos e econômicos sempre foram determinantes para o desenvolvimento da indústria do audiovisual, e as transmissões ao vivo por satélite, a passagem da TV preto e branco para a colorida e o surgimento do videocassete produziram impactos mais significativos do que a implantação da TV digital no país (MACHADO, 2009, p. 223). Porém, os investimentos tecnológicos e financeiros nunca garantiram a adesão das audiências a um determinado programa televisivo ou a uma campanha publicitária, porque seus movimentos não são absolutamente previsíveis ou, pelo menos, passíveis de pleno controle. E, hoje, as fronteiras entre produção e recepção se tornam mais tênues, suas relações se complexificam e se tornam menos assimétricas, porque as escolhas dos telespectadores-usuários são expressas de maneiras mais imediatas e visíveis através dos usos das ferramentas digitais, especialmente nas redes sociais, intervindo no desenvolvimento de narrativas e influenciando a criação, a transformação ou a extinção de programas televisivos e formatos transmidiáticos, os quais circulam e são acessados em diferentes suportes no ambiente midiático, não necessariamente semelhantes, mas complementares.

Sem dúvida, a mistura cada vez maior de gêneros informativos e ficcionais, o processamento do mundo real em *reality shows* e a transmidialidade caracterizam uma nova fase da televisão, ainda marcada por muitas indefinições (VILCHES, 2009). Porém, outra grande novidade na digitalização da televisão e dos meios, ainda pouco debatida, é a aparição de pequenos produtores de conteúdo para canais de televisão, para a internet e para as mídias móveis. Segundo Scolari (2009, p. 181), o sistema dos meios e suas interfaces formam uma rede sociotécnica muito parecida com o hipertexto. Em determinados momentos, alguns nós da rede são ativados, surgem interações que dão origem a novas configurações, modificam a ecologia do conjunto e geram experiências híbridas

Em investigação anterior (BECKER & TEIXEIRA, 2008), foi possível identificar três etapas de desenvolvimento do *webjornalismo* audiovisual e verificar que os sites da terceira fase, aqueles que produzem conteúdos exclusivos para o meio digital (PAVLIK, 2001; NOGUEIRA, 2005)⁴, correspondem às *webTVs*. Nas experiências de produção de conteúdos e formatos audiovisuais para a *web* dessa fase, a convergência passaria a ser utilizada com maior frequência,

158 | signiicação | nº36 | 2011

aprimorando, aprofundando e contextualizando as notícias, possibilitando uma interação mais efetiva com os usuários e proporcionando maior imediatismo. Nesse contexto, as *webTVs* universitárias são caracterizadas pelo seu “aspecto informativo”, “reunindo características das emissoras públicas e educativas” (BACCO, 2010, p. 45). Mas esse conceito ainda é impreciso, e observamos a necessidade de definições mais claras referentes às suas linguagens e apropriações.

Se as *webTVs* universitárias ainda carecem de uma gramática própria, pode-se afirmar, no entanto, que elas são um ambiente criativo para a educação e para a formação de futuros profissionais de qualidade, principalmente, nos processos de aprendizagem do jornalismo audiovisual (BECKER, 2011a), através das atividades práticas e teóricas desenvolvidas. Participar de uma equipe de *webTV* universitária consiste em uma experiência relevante para conhecer os códigos audiovisuais, as técnicas de gravação e edição e os modos de construção de sentidos das narrativas jornalísticas audiovisuais. Investigar como são construídos os novos modos de contar histórias do cotidiano na atualidade — que incorporam a linguagem audiovisual e os recursos multimídia — constitui-se em uma perspectiva relevante para os estudos da comunicação, mesmo que o jornalismo participativo ainda seja muito dependente das grandes organizações de mídia e das ofertas de participação sugeridas pelos monopólios da comunicação (BECKER & MATEUS, 2011) e que a maioria dos conteúdos e dos formatos disponibilizados funcionem apenas como registros de acontecimentos, carecendo de contextualizações e de cuidados técnicos e estéticos inerentes a uma prática jornalística de qualidade (BECKER, 2009). Mas a tendência de participação das audiências é cada vez mais expressiva, e já é possível observar que as atividades de ver TV e acessar a internet estão, cada vez mais, provocando reconfigurações nas práticas jornalísticas, e em suas mediações, e mudanças na construção das narrativas jornalísticas audiovisuais⁵ (BECKER, 2009).

Os modos de apropriação desses dispositivos técnicos pelos cidadãos anônimos e as transformações nas rotinas produtivas do jornalismo são fenômenos políticos e culturais que ainda demandam estudos mais específicos (BECKER, 2011). Além disso, a sociedade em rede na qual vivemos exige novas maneiras de estudar, ensinar, aprender e pensar, com instrumentos e métodos diferenciados e capazes de viabilizar sua maior compreensão, escapando de um

5. As narrativas jornalísticas audiovisuais, tanto na TV quanto na internet, são aqui nomeadas práticas de jornalismo audiovisual porque, ao identificar transformações nas narrativas dos telejornais e apontar características discursivas do *webjornalismo* audiovisual, observa-se que essas distintas narrativas têm sofrido influências mútuas e passam por um processo de hibridização, mediadas pelas tecnologias digitais (BECKER, 2009).

O principal objetivo deste artigo, portanto, é apontar possibilidades de uso das *webTVs* universitárias como ambientes relevantes para a formação profissional por constituírem-se, potencialmente, tanto em espaços de experimentação da linguagem audiovisual e de recursos multimídia quanto de socialização. São apresentados resultados de um estudo de experiências realizadas em universidades da cidade do Rio de Janeiro (RJ), observando se e como colaboram para qualificar o ensino de jornalismo. Assume-se como hipótese que a compreensão das dinâmicas, das combinações e das associações entre imagens, sons, palavras, gestos, gráficos e outros elementos do discurso audiovisual na construção dos sentidos das notícias e os usos das ferramentas digitais de maneira crítica e criativa podem contribuir para o exercício da cidadania e para o aperfeiçoamento da prática jornalística na atualidade. Essa perspectiva é amparada por referências teóricas estabelecidas nos diálogos possíveis das pesquisas do próprio campo do jornalismo com as contribuições de *media literacy*, análise televisual, estudos culturais e análise do discurso, assim como pelos resultados de pesquisas anteriores referentes ao desenvolvimento de uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais; e também pela experiência do projeto TJUFRJ (www.tj.ufrj.br), da ECO-UFRJ (Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro) (BECKER, 2011a).

WebTVs universitárias: um estudo de experiências do Rio de Janeiro

160 | significação | nº36 | 2011

leccionamos quatro casos do Estado do Rio de Janeiro com características diferentes: a TV Uerj (<http://www.tvuerj.uerj.br/>), da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, a primeira *webTV* universitária lançada no país; o laboratório e o site TJUFRJ, já citado, um projeto que busca contribuir para a formação dos alunos integrando atividades práticas e teóricas e tem resultado em uma construção dinâmica da memória audiovisual da Escola de Comunicação da UFRJ; o portal PUC-Rio Digital (<http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/>), da Pontifícia Universidade Católica, o primeiro site universitário a assumir a experimentação da convergência na publicação de conteúdos como a principal meta dos realizadores; a TV UVA (<http://www.uva.br/tvuva/>), da Universidade Veiga de Almeida, que funciona como uma plataforma de apoio às aulas dos diversos cursos da universidade, através da disponibilização de vídeos didáticos. As narrativas das quatro *webTVs* universitárias escolhidas estão associadas a produções mais segmentadas, implicam uma maior participação da audiência e a exploração da interatividade, da hipertextualidade e da multimidialidade⁶. E suas características são aqui também analisadas porque oferecem pistas para a compreensão de novos modos de usos da linguagem audiovisual e de recursos multimídia no ambiente virtual, na construção de relatos jornalísticos. As imagens abaixo representam as páginas principais de cada uma das quatro *webTVs* selecionadas neste estudo⁷.

A metodologia adotada foi formada por sete etapas distintas: 1) revisão bibliográfica; 2) mapeamento das *webTVs* localizadas no Estado do Rio de Janeiro, realizado entre 2008 e 2009 no laboratório TJUFRJ⁸; 3) análises quantitativa e qualitativa, realizadas em 2010 e 2011, baseadas na aplicação de seis categorias sistematizadas por Becker (2011a), a saber: estrutura do texto, temática, enunciadores, visualidade, som e edição; 4) visitas às quatro *webTVs*, realizadas em 2011, para observação *in loco* dessas diferentes experiências; 5) aplicação de um questionário para verificar se e como esses ambientes e as atividades neles realizadas contribuem para o ensino do jornalismo audiovisual, dirigido aos alunos, funcionários e professores vinculados aos trabalhos desenvolvidos por cada uma das *webTVs* e respondido por aqueles que estavam presentes nos dias em que foram realizadas as visitas⁹; 6) gravação de uma reportagem sobre as *webTVs* estudadas; e 7) sistematização dos resultados¹⁰.

7. As imagens das páginas principais das *webTVs* analisadas foram captadas em abril de 2012

8. Os resultados dessa primeira etapa da pesquisa sobre o potencial das *webTVs* universitárias para o aprimoramento do ensino do jornalismo audiovisual foram sistematizados no trabalho de Becker; B.; Pádua, C.; Teixeira, J.; Mateus, L.; Queiroz, L.; apresentado no XII Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, em 2009, com o título “Usos e apropriações da linguagem audiovisual no ciberespaço: as experiências das *webTVs* universitárias”.

9. Foram aplicados e respondidos 37 questionários: oito pelas equipes do Portal da PUC-RJ e da TVUVA, nove pelos integrantes do projeto TJUFRJ e seis pelos alunos que participam da TV Uerj.

10. Nesse processo, a colaboração das atuais bolsistas do projeto TJUFRJ, Alyne Bittencourt, Amanda Duarte e Patrícia Valle, foram relevantes para os resultados alcançados.



Figura 1. www.tjufrj.br



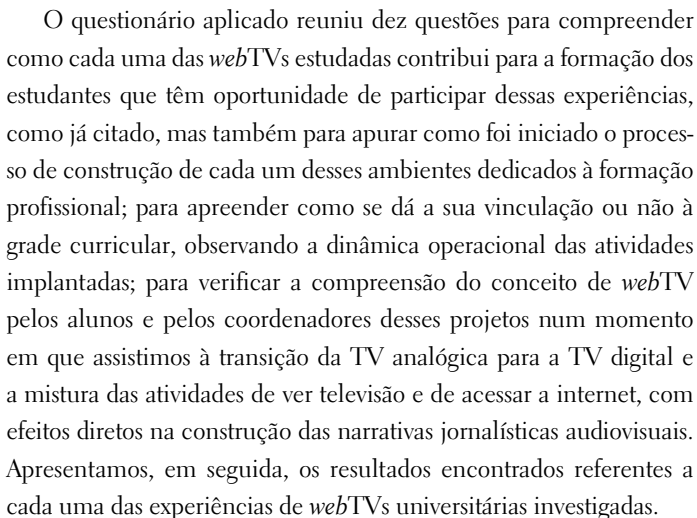
Figura 2. <http://www.tvuerj.uerj.br/>



Figura 3. <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/>



Figura 4. <http://www.uva.br/tvuva/>



A TV Uerj Online estreou em 14 de maio de 2001, com a primeira edição do TJ Uerj Online, para mostrar que novas formas de fazer telejornalismo eram possíveis (BRASIL *apud* BACCO, 2010). Foi a primeira experiência de *webTV* universitária do país e nunca foi interrompida, apesar das dificuldades enfrentadas nesse período, como afirmou o primeiro coordenador do projeto, o professor Antonio Brasil: “Estamos tentando usar a internet para mexer um pouquinho na linguagem, apesar da falta de recursos” (BRASIL *apud* BACCO, 2010, p. 57). Hoje, a TV Uerj Online possui quatro programas no ar: *TJ Uerj Online*, *TV Uerj Esportes*, *Penúltimas e Etc!*, embora a página principal não permita identificar de imediato a diversidade dessa produção, por ser estática. Os alunos dispõem de equipamentos e recursos básicos para manter uma *webTV* “no ar”. Apesar de não estar inserida na grade curricular do curso de jornalismo, a *TV Uerj Online* é reconhecida como um espaço singular de contato com a prática profissional. Nos questionários aplicados, foi possível verificar a importância desse ambiente na vida dos estudantes do curso de jornalismo da Uerj. A equipe é formada por nove pessoas, quatro estagiários e cinco voluntários, que recebem o apoio do atual coordenador, professor Ricardo de Hollanda, e de técnicos da universidade. Na TV Uerj, os participantes também se revezam

nas funções de câmera, repórter, editor de imagem e editor. Ainda que não tenham como foco a pesquisa em jornalismo, percebe-se que os estudantes têm uma consciência crítica sobre o trabalho por eles desenvolvido e sobre o fazer jornalístico. Mas essas reflexões poderiam ser potencializadas mediante a implantação de atividades associadas à pesquisa no processo de formação dos alunos participantes da *webTV*.

TJUFRJ

O projeto TJUFRJ surgiu em 2001 como uma iniciativa dos alunos de entrar em contato com as tecnologias digitais e foi incorporada na grade curricular pela coordenação do curso de jornalismo em 2004. A atual gestão foi iniciada em 2006, quando a professora Beatriz Becker assumiu a coordenação do projeto. Hoje, o TJUFRJ, o telejornal online da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), reúne um site e um laboratório. O site é caracterizado pelas possibilidades de acessar reportagens em vídeo sobre os principais eventos da instituição e de realizar transmissões ao vivo de palestras, aulas e debates. Oferece em sua *home* links para páginas que contêm vídeos de natureza específica, pois, para além de matérias jornalísticas, são ofertadas palestras com pesquisadores de diferentes áreas, ainda que a atualização seja pouco dinâmica, acontecendo em média apenas uma vez por semana. Mas o projeto resultou em uma relevante memória audiovisual dos principais acontecimentos da Escola e funciona como acervo de trabalhos produzidos por professores e alunos da ECO.

Hoje, em acordo com sua principal diretriz, é um ambiente de ensino do jornalismo audiovisual consolidado, integrando atividades práticas e teóricas. A equipe é formada por nove bolsistas Pibiac (Programa Institucional de Iniciação Artística e Cultural) e uma bolsista Pibit (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Tecnológica). Os bolsistas produzem conteúdos para o site e se revezam nas funções de cinegrafistas, repórteres, editores e produtores. É também oferecido aos estudantes do ciclo básico um laboratório para aprendizado de técnicas de reportagem, gravação e edição. Quando os alunos que participam do projeto demonstram um domínio relativo da prática profissional, são estimulados a expe-

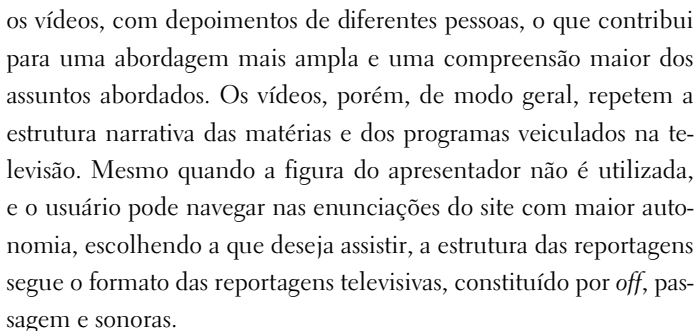
em três áreas de atuação: *webTV*, rádio e jornal; recebem um salário; possuem carteira assinada; e cumprem um horário de cinco horas por dia, em turnos compatíveis com o devido cumprimento das atividades acadêmicas na universidade. Percebe-se que os estagiários possuem um domínio técnico das ferramentas com as quais trabalham; no entanto, carecem de uma maior compreensão do jornalismo como fenômeno cultural e de uma capacidade de refletir criticamente sobre o próprio fazer jornalístico, como verificado na análise das respostas aos questionários aplicados.

TV UVA

A TV UVA também foi inaugurada em 2008. Produtos não didáticos, como o programa *UVA Music e Sexo, coisas e tal*, podem ser acessados, e os usuários podem acompanhar algumas transmissões ao vivo do campus nessa *webTV*. Mas o principal objetivo da TV UVA é criar uma plataforma de apoio às produções acadêmicas. Disponibiliza vídeos que podem ser apresentados em sala de aula como complemento do conteúdo ministrado de forma presencial, em disciplinas diversas. Desse modo, proporciona aos alunos de comunicação, responsáveis pela produção dos conteúdos e dos formatos desses vídeos, um domínio relativo das técnicas de gravação e edição, assim como de questões de outras áreas de conhecimento que estimulam a reflexão e colaboram para a sua formação. Hoje, 15 alunos participam desse projeto, acompanhados de funcionários da universidade, e as atividades são coordenadas por Mônica Miranda. A TV UVA tem uma boa infraestrutura de equipamentos e instalações: câmera, microfones, três ilhas de edição e um estúdio.

Considerações finais

A pesquisa realizada indica que as quatro *webTVs* universitárias analisadas funcionam com propostas semelhantes, mas têm modos distintos de operacionalizá-las. Todas disponibilizam conteúdos e formatos audiovisuais. Matérias sobre cultura e comportamento e atividades realizadas na universidade ocuparam lugar de destaque no período da análise. Uma polifonia é perceptível em quase todos



A TV UVA, a TV Uerj e o portal PUC-Rio Digital também são experiências muito interessantes, porém ainda não investem de maneira expressiva no potencial pedagógico das *webTVs* universitárias para a formação dos futuros profissionais. São operacionalizadas para valorizar mais as instituições de ensino em que estão inseridas do que a inovação e, desse modo, ficam restritas à oferta de uma formação profissional técnica e pouco reflexiva, sem proporcionar aos estudantes a oportunidade do exercício de expressão de um pensamento crítico sobre a convergência e uma compreensão mais consistente das características e do potencial dessa nova mídia.

De qualquer modo, as *webTVs* universitárias já revelam formas diferentes de fazer televisão, mesmo que ainda não tenham uma escritura definida e não guardem a radicalidade de movimentos de resistência cultural que surgiram na segunda metade do século XX associados aos meios, não chegando a aproveitar de maneira plena as ferramentas da *web* 2.0. Mas são celeiros para a construção de conhecimentos e para a experimentação; por isso, são aqui chamadas de TV 1.9. A boa formação dos futuros profissionais — a capacidade de saber pensar e fazer a notícia, de elaborar e cruzar conteúdos diversos, de saber construir e selecionar a informação —, talvez, nunca tenha sido tão essencial quanto na atualidade. E essa é, certamente, uma das principais funções das *webTVs* produzidas nos espaços acadêmicos.

Porém, se esses ambientes que nascem do casamento da televisão com o computador em baixa resolução, como os conteúdos disponibilizados no *YouTube*, são inovadores e não custam caro, demandam, como toda produção audiovisual, investimentos financeiros. Esse estudo expõe um problema-chave não só para o ensino do jornalismo audiovisual mas também para outras investigações que tomam o jornalismo, a televisão e a internet como objeto de estudo, com a ressalva de que este artigo não tem qualquer pretensão de dar conta de debate tão amplo: o expressivo hiato entre as condições de produção de conteúdos e formatos audiovisuais nas universidades e no mercado, ainda que estejamos mergulhados na cultura da imagem e na era da convergência. Tal processo reafirma uma espécie de resistência da academia em reconhecer e legitimar pensamentos críticos esboçados em formatos e suportes não convencionais, como essas pioneiras *webTVs* universitárias, sustentadas, basicamente, apenas pela dedicação e pela utopia de suas equipes, dipostas a contribuir para redesenhar processos de comunicação em direções mais inventivas e dialógicas.



- 170 | significação | nº36 | 2011

- KELLNER, D. *A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc, 2001.
- MACHADO, A. *Arte e mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- _____. “Fim da televisão?”. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 86-97, jan.-abr. 2011.
- _____. “O mito da alta definição”. In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Org.). *Televisão digital, desafios para a comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- NOGUEIRA, L. *O web jornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TVUERJ on-line*. Dissertação (mestrado). Universidade Federal da Bahia, 2005.
- PALACIOS, M. (Org.). *O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade*. Salvador: Edufba, 2007.
- PAVLIK, J. V. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- SALAVERRÍA, R. *Hipertexto periodístico: mito y realidad*, 2005. Disponível em: <http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/05/SALAVERRIA_Ramon.pdf>.
- SCOLARI, C. A. “Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y trasmedialidad en la televisión contemporánea”. In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Org.). *Televisão digital, desafios para a comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- VILCHES, L. “Televisión digital: entre la esperanza y el exceptismo”. In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Org.). *Televisão digital, desafios para a comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2009.