

Gretchen e Você: Protagonismo de Migrantes Digitais nos vlog's do *Youtube*¹

Luan Correia Cunha SANTOS²
Vângela Maria Isidoro de MORAIS³
Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

Resumo

Este artigo busca apresentar as formas de comunicação, representação e protagonismo de migrantes digitais dentro do site de cultura colaborativa, o *Youtube*, estudando o formato vlog a partir do exemplo do canal “Gretchen e você” da celebridade brasileira Gretchen. O objetivo é identificar as formas como esses sujeitos interagem com os chamados nativos digitais (TAPSCOTT, 2010) e como esses têm construído suas relações mediadas pela tecnologia a fim de aprimorar seus processos de comunicações. A partir de estudos bibliográficos que abordam os temas relacionados à cibercultura, web 2.0, gerações e seus consumos midiáticos e observação do objeto, (o canal de Gretchen) procura-se investigar a questão: Como é possível criar um canal de comunicação e representação direta para um público migrante digital que não possui, de maneira efetiva, domínio das técnicas que compõem o ciberespaço?

Palavras-chave: Migrantes Digitais; Cibercultura; Youtube; Protagonismo; Gretchen.

Introdução

Esse vai ser um canal para que vocês possam ter um contato direto comigo, aqui da França. A gente vai falar de tudo que vocês imaginarem. Desmistificar essa coisa de ‘Gretchen mito’, mostrar para vocês como eu sou no dia-a-dia, como mãe, esposa... vida normal! E, se vocês quiserem também, alguns conselhos [...] Eu estou aqui para a gente fazer um canal direto agora (Gretchen Miranda).

Neste artigo trabalharemos de forma a pensar no protagonismo de migrantes digitais em sites de cultura colaborativa dentro do ciberespaço, a partir do *vlog* no *Youtube* da celebridade brasileira Gretchen Miranda. Tomando a partir de seu exemplo algumas características fundamentais para se compreender as novas formas de participação, representação e comunicação de migrantes digitais nesse novo ambiente vocacionalmente dominado pela geração de nativos digitais.

A ascensão do ciberespaço e a utilização das novas tecnologias de comunicação (NTC) está modificando a forma de nos relacionarmos e interpretarmos o mundo a

¹ Trabalho apresentado no II 5 – Comunicação Multimídia do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 24 a 26 de maio de 2017.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFRR, email: luanjack@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRR, email: vangela.morais@ufrr.br.

nossa volta (FERRARI, 2013), fazendo com que as discussões que tangenciem a cibercultura tornem-se cada vez mais necessárias e presentes na modernidade. Podemos denominar como cibercultura as experiências transformadoras que provocam inovações culturais a partir do uso da técnica. A ela se é atribuído às práticas e atitudes, pensamentos e valores que daremos dentro desse ambiente. O próprio crescimento do ciberespaço é um resultado de uma exploração de jovens que buscam coletivamente novas formas de comunicação diferentes das propostas pelas mídias clássicas (LÉVY, 1999). Permitindo uma comunicação descentralizada, onde todos podem se comunicar com todos, sem que haja um grande emissor e uma massa passiva de receptores.

Embora tenha em seu principal público explorador, os jovens, segundo a última atualização da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad, 2011), divulgada pelo Instituto brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de pessoas acima de 50 anos que utilizavam a internet aumentou mais de 200% entre 2005 e 2011, conforme o site Uai⁴. Assim como na última pesquisa divulgada também pelo IBGE em 2014, mais de 50% da população brasileira já possui acesso à internet no país⁵. Tais dados consolidam a importância das NTC em um cenário onde são cada vez mais presentes na sociedade, deixando de configurar um papel coadjuvante nos processos de comunicação, assumindo um espaço de centralidade.

Se faz necessário refletir que a utilização de novas tecnologias não é algo a parte do ser humano, logo, não pode se separar do homem. A humanidade, seus desejos e necessidades antecedem a técnica, sendo essa formulada a partir de tais fatores (LÉVY, 1999). Logo, se hoje estamos aderindo às novas tecnologias para aperfeiçoar processos de comunicação, é porque trata-se de necessidade humana a utilização dessa técnica.

Os sites de cultura colaborativa demonstram a necessidade humana de modificação na forma massiva e hierárquica de consumo midiático. Segundo Jenkins “ as audiências [...] estão exigindo o direito de participar no âmbito da cultura (JENKINS, 2006, p24). Um conceito que abre portas para a comunicação de nichos e a novas

⁴ Disponível em: <http://www.uai.com.br/app/noticia/saude/2013/09/20/noticias-saude.193813/em-seis-anos-o-numero-de-idosos-que-usam-a-internet-aumentou-mais-de.shtml> acessado dia 25 de mar de 2017.

⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/internet-chega-pela-1-vez-mais-de-50-das-casas-no-brasil-mostra-ibge.html> acessado em 28 de mar de 2017.

possibilidades, tanto de dizer coisas diferentes, como também fazer isso de forma inovadora. Além de caminhar para uma nova organização coletiva, onde a audiência torna-se colaboradora do conteúdo, podendo ressignificá-lo, adaptá-lo e criá-lo a partir dele.

Entre as redes sociais mais populares do mundo, encontra-se o *Youtube*, um site de compartilhamento de vídeos, que permite a seus usuários não apenas encontrar quase todo o tipo de conteúdo audiovisual produzido, mas também interagir com ele, mostrar aos amigos, conversar de maneira direta com o produtor e, inclusive, tornar-se o próprio protagonista de conteúdo. Dentro do *Youtube*, destaca-se ainda o fenômeno vlog, uma adaptação audiovisual dos blogs.

Tecnologias digitais mais acessíveis e uma plataforma para compartilhar o conteúdo pelo usuário permitem que potencialmente todas as pessoas possam se representar e ‘responder’. Vlogs são razoavelmente baratos e tecnologicamente fáceis para usar e produzir, geralmente requerendo nada mais do que uma *webcam* e habilidades básicas de edição (RAUN, 2010. p81).

Tal característica citada por Tobias Raun, nos leva a refletir que essa facilidade de produção e potencialidade de alcance faz surgir uma diversidade de público produtor de conteúdo, assim como uma crescente nos nichos de audiência. Acrescentando ainda a abrangência exponencial do ciberespaço somado a necessidade de uma comunicação, facilitada pelas novas tecnologias. Dentro deste contexto encontram-se os migrantes digitais.

Gerações Digitais

Quando se adota uma abordagem geracional dentro do ciberespaço é necessário se compreender que, diante das novas tecnologias, um cenário inédito é formulado. Ao passo que os nativos digitais, geração que cresceu com a internet se consolidando no mundo moderno, tornam-se autoridades dentro de um espaço onde os mais velhos ainda não dominam por completo todas as ferramentas e necessitam dos auxílios dos nativos para fazer a sua migração para o mundo digital (TAPSCOTT, 2010).

Seguindo a linha de pensamento de Don Tapscott, podemos dividir as gerações mais importantes para o estudo de consumo de mídia da seguinte forma: “*Baby boom*”, “X”, “Y” e “Z”

“*Baby boom*⁶” é considerada a geração pós-término da II Guerra Mundial, onde a televisão estava em grande ascensão em todo o planeta. A relação que essa geração teve com a ascensão da televisão é comparada com a mesma facilidade de adaptação a incorporação que as novas gerações têm com a internet.

A geração seguinte, chamada de “X”, é o que podemos chamar de migrantes digitais. Embora ainda se assemelhem aos “*baby boomers*” esta geração tem facilidade maior para entender as novas tecnologias como dispositivos para armazenar informação.

Pertencentes à época em que as tecnologias digitais começam a surgir nos ambientes de trabalho; são chamados “Migrantes Digitais”. Para eles o rádio, a televisão, o cinema, a internet são meios comuns de comunicação[...] (SOUZA, 2015, p. 3).

Os nascidos entre 1977 e 1997 são chamados por Tapscott de Geração “Y”, ou geração internet. Que são justamente as pessoas que cresceram junto com essas novas tecnologias, e que a partir destas pode-se observar seus comportamentos (TAPSCOTT, 2010). Ainda sim, leva-se em consideração que os pertencentes a esse grupo tiveram acesso de forma diferenciada ao ciberespaço, devido a delimitações sociais e geográficas. No geral, assimilam muito melhor as novas formas de comunicação, ajudando a “criar culturas digitais, valorizando a internet e mergulhando nas redes sociais” (SOUZA, 2015).

A última geração, compreendida a partir de 1998, é denominada de Geração Z. São esses os verdadeiros nativos digitais, pois consideram o mundo online como uma extensão do mundo material e encaram com naturalidade que as relações pessoais sejam cada vez mais mediadas a partir da tecnologia (TAPSCOTT, 2010).

A partir das mudanças culturais protagonizadas a priori pelas gerações nativas digitais, podemos observar alguns fenômenos culturais que vem se consolidando no mundo moderno, tais como a ascensão das redes sociais, aumento no número de sites amadores, explosão de acesso e confecção de vídeos caseiros e o fenômeno dos memes.

O Meme Gretchen

⁶ A expressão refere-se também as crianças nascidas na chamada “Explosão Demográfica”, no período pós-segunda Guerra Mundial nos Estados Unidos, entre 1943 a 1960.

Cunhado pioneiramente por Richard Dawkins, o termo meme refere-se a palavra grega “mimeme” (algo que é imitado). Tão presente na cultura desde o surgimento da humanidade, são informações replicantes que adentram o pensamento humano sendo capazes de provocar alterações comportamentais, propagando-se de indivíduo a indivíduo, formatando e reformatando a nossa cultura. O meme por sua vez não pode ser considerado um viral, uma vez que tem sua capacidade de readaptação e atualização, enquanto o viral, ao se propagar, se faz sem que haja alteração. Toda unidade que possa ser transmitida é considerada um meme, desde signos religiosos, até gírias e roupas (GABRIEL, 2012).

Por sua capacidade de ressignificação, os memes ganharam um grande apreço dentro do ciberespaço, pois além de conseguir transmitir uma mensagem, conseguem fazer isso a partir de uma linguagem acessível, e sintetizam a necessidade da sociedade em participar de maneira efetiva no processo de construção da cultura. A cibercultura está sendo consolidada a partir da participação de seus usuários e através de suas interações, sendo um ambiente inacabado e com infinitas possibilidades de criação.

Dentro dos memes digitais, ganhou muita força no cenário brasileiro a apropriação da imagem da cantora e dançarina Gretchen (Maria Odete Brito de Miranda Marques), que se lançou ao estrelato em 1978, com o auge da carreira nos anos de 1980, já tendo vendido desde então mais de 12 milhões de discos. Os memes relacionados a cantora sempre existiram e ainda fazem parte da cultura brasileira contemporânea. Não é incomum que, mesmo aos 57 anos, a dançarina ainda seja considerada e lembrada por muitos como a “rainha do bumbum”, como ficou conhecida no início de sua carreira.

Porém, para as novas gerações, o corpo de Gretchen não é mais o atrativo, ou seja, o que a faz ter público e o renovar até os dias de hoje. A cantora ganhou muito mais visibilidade a partir da ascensão das redes sociais e da facilidade de criar memes digitais que as novas tecnologias possibilitaram, a partir de suas atitudes e sua personalidade. Após sua participação nos reality shows “A Fazenda” e “*Power Couple Brasil*”, ambos transmitidos pela rede Record, sua popularidade entre as novas gerações, especialmente os nativos digitais, cresceu, fazendo com que muitos memes digitais fossem criados a partir sua imagem.

Gretchen e Você

[...] Tentando entender esse negócio de canal do Youtube. Sabe por que? Todo mundo me fez querer ter esse canal [...] Estou eu aqui igual uma palhaça tentando aprender tudo (Gretchen Miranda).

O canal do *Youtube* “Gretchen e você” foi criado no dia 17 de outubro de 2016, como um lugar de contato direto entre a cantora, seus fãs e o público em geral. Em quatro meses já possui mais de 118 mil inscritos e mais de 200 vídeos, tendo milhões de visualizações⁷.

Segundo relatos da autora em diversos vídeos de seu canal, a cantora teve uma grande pressão externa para criar o vlog. A explosão de seus memes em outras redes sociais, também foi um fator que contribuiu para a criação do que a mesma chama de “canal direto para desmistificar essa coisa de ‘Gretchen mito’”, para mostrar ao seu público que ela é uma pessoa comum. Uma dona de casa de 57 anos, que em alguns momentos se presta a fazer o papel de uma personagem midiática de grande aclamação no Brasil.

Essa necessidade de uma representação mais fiel de sua imagem aliada a possibilidade de reinventar-se a partir das novas tecnologias de comunicação não é exclusividade de figuras públicas. Segundo GAMA, para Moscovici representações sociais referem-se à consciência subjetiva que constrói percepções por parte dos indivíduos, nos espaços sociais, passando por um processo de formulação, compreendido como uma ligação de fenômenos interativos, baseados nos processos sociais cotidianos do mundo moderno (GAMA, 2010). Considerando que, a partir das mudanças possibilitadas pelas novas tecnologias de comunicação, o ciberespaço passou a ser uma extensão dos espaços sociais físicos, tendo as relações humanas mediadas pela tecnologia como uma extensão do homem moderno, as redes sociais passam a ter um papel de centralidade no processo de representação de indivíduos.

A partir dos efeitos da Web 2.0, que tem como principal característica o protagonismo dos usuários no processo de publicação, compartilhamento, organização e interação (PRIMO, 2007), os usuários passam a ter um papel mais ativo na construção de uma imagem de si e de divulgá-las na rede, abrindo uma infinidade de possibilidades

⁷ O canal pode ser acessado a partir do link: <https://www.youtube.com/channel/UCELMHHfUtxRjW3vIOTr78Xg>

que eram impensáveis, “tanto para a invenção de si, criação fictícia do eu, quanto para os contatos e as relações de trocas sociais de interação” (SILVA, 2014, p. 2).

Essa nova forma de se representar também apresenta um direito de resposta e liberdade de conteúdo que, até pouco atrás, apenas os grandes veículos de comunicação detinham. Em um dos vídeos de seu canal, Gretchen fala um pouco sobre seu cotidiano, e diz que está procurando um emprego em Mônaco, na França, onde mora com as duas filhas mais novas e marido. No dia seguinte, vários veículos de comunicação deram como manchete que a cantora estaria precisando de emprego, subentendendo dificuldades financeiras. Horas depois, Gretchen fez outro vídeo explicando que não estava precisando de emprego e sim que estava procurando um para se ocupar. Esse tipo de resposta, quase que imediata, de uma interpretação errônea feita por grandes veículos de comunicação, fazem com que os novos meios presentes no ciberespaço se tornem ainda mais atrativos. O direito de resposta é imediato e espontâneo, o que garante ainda mais a autonomia de quem está sendo representado.

Sob esta perspectiva, outro fenômeno de migração vem ocorrendo na modernidade. Muitas figuras públicas, antes sempre presentes em grandes veículos passam a considerar as práticas e técnicas das NTC, como um espaço de autonomia, liberdade e alternativa financeira, uma vez que o *Youtube* repassa seus lucros para os criadores de conteúdo do site, de acordo com seu número de visualizações.

Outro fator importante que tem dominado as narrativas dentro dos vlog’s é a exposição da intimidade:

Uma das principais implicações das tecnologias digitais na constituição do sujeito que as utilizam diz respeito à contínua exposição de aspectos concernentes à vida íntima que outrora estavam restritos à esfera privada. Nesse sentido, esses sujeitos põem em relevo nas telas digitais uma espécie de (ex)intimidade⁸, tendo em vista a relação umbilical que eles estabelecem com a visibilidade (SILVA, 2014, p. 3).

Essa relação íntima acaba aproximando produtor e consumidor, a partir do momento em que do outro lado da tela, existem uma série de elementos pessoais que os une enquanto seres humanos, pertencentes a uma determinada classe social, que tem

⁸ Trocadilho proposto por Paula Sibila onde a autora empreende um jogo semântico com o prefixo *ex* (*para fora*), no intuito de explicar o fenômeno da exibição da intimidade na mídia (SIBILA, 2008).

hábitos parecidos ou alguma outra característica em comum. Ao abrir seu espaço íntimo para outros usuários, os vlogueiros permitem que haja uma aproximação afetiva dentro do ciberespaço, aumento na circulação de conhecimento, e potencialização do trabalho coletivo, características que fundamentam as redes sociais como um site de cultura colaborativa (PRIMO, 2007).

Em um de seus vídeos, Gretchen mostra um dia de domingo típico de sua família, desde a preparação do almoço até as brincadeiras entre o genro e suas filhas. A celebridade abre sua casa mostrando como se alimenta, como é sua cozinha, a forma que faz exercícios em casa, sua rotina doméstica, o que gosta, o que faz quando está triste. Dando todos esses elementos, ainda que de forma inconsciente, ajudando a criar laços de pertencimento de quem assiste. Aos poucos ela deixa de ser a “rainha do bumbum” e passa a ser uma amiga, uma mãe, uma avó.

É necessário interagir com o outro e criar laços afetivos. Segundo Alex Primo, a partir da segunda geração de sites na web (2.0) foi-se adotado uma arquitetura da participação, que possibilita que os usuários fiquem ainda mais conectados (PRIMO, 2007). São os campos para comentários, a ligação entre diversas redes sociais que permitem o compartilhamento direto e o modelo RSS⁹ que permite os usuários seguirem determinado canal ou perfil, sendo notificado toda vez que este lançar conteúdo novo.

Quem mostrou esse recurso de RSS para Gretchen foi um fã, a partir de um comentário em sua própria página. Com a ajuda da filha mais velha que mora com ela, a cantora conseguiu entender como funciona o recurso e hoje vive pedindo para as pessoas “tocarem o sininho” (símbolo que sinaliza a ativação do recurso nos canais do site *Youtube*), quando não é lembrada pelas próprias filhas, que ficam nos bastidores das gravações. Os campos de comentários são repletos de interação, assim como discussões muitas vezes sobre os temas agendados pela protagonista.

Esse campo de interação entre quem produz e quem consome também possibilita a criação de um conteúdo sob demanda, a partir do que o público tem interesse. É comum a utilização dessas formas de interação para medir a recepção, se está ou não sendo positiva, mas também como um espaço para propor novos temas para vídeos,

⁹ Rich Site Summary, modelo utilizado normalmente em sites que possuem grande número de atualizações e que permite que os usuários da internet recebam notificações sempre que um conteúdo novo é lançado.

fazer perguntas a serem respondidas subsequentemente em outros materiais audiovisuais, além de ser um espaço para que o tema agendado a partir do vídeo seja discutido. Dessa maneira, o conteúdo postado nunca está finalizado e sim um processo constante de atualização, onde a participação da audiência é fundamental para seu sucesso e continuação.

Protagonismo e Representação de Migrantes

Por serem acessíveis, os vlog's abrem espaço de representação para os mais diversos temas, trabalhando o conceito de nichos¹⁰. As comunicações na web 2.0 possibilitam que vozes das margens sejam produtoras de conteúdos que, outrora, não tinham visibilidade em meios massivos (PRIMO, 2007).

No caso dos migrantes digitais, sendo as gerações “Baby boom” e “X, ainda que o ciberespaço possibilite uma comunicação e representação democrática, sua presença se faz em menor número e menos eficaz do que quando comparada as gerações nativas digitais. Porém, o avanço dos processos em que as relações sociais têm sido mediadas pelas novas tecnologias, cria uma corrente na sociedade, indicando a direção a se seguir. É neste momento que ocorre um efeito, que segundo Tapscott, é inédito nas relações humanas, onde gerações mais novas, tem ensinado gerações mais velhas a garantirem seu espaço (TAPSCOTT, 2010).

A própria arquitetura participativa dos sites permite essa comunicação geracional. No caso do canal “Gretchen e você”, a representação que a celebridade faz de si mesma, não é de uma pessoa famosa, vivendo com luxo, mas sim de uma dona de casa comum, que cuida de seus filhos e seu marido, que leva as crianças para escola, que faz almoço, que treina em casa. Personagem essa que demonstra vínculos afetivos com a audiência que pode enxergar ali uma mãe, avó, esposa. Para esse público, é muito provável que sejam essas novas representações propostas por Gretchen que eles associem toda vez que se remeterem a cantora, e não mais a “rainha do bumbum” como as gerações mais velhas fariam.

¹⁰ Segundo a teoria da cauda longa, não é mais necessário se produzir um grande hit para as massas, podendo aderir uma comunicação voltada para uma parcela da sociedade, atendo-lhe de forma direcionada.

A forma de construção do vlog também se dá de uma maneira com que os receptores, em sua maioria, nativos digitais, dominam mais a técnica e as linguagens do meio do que a própria protagonista do canal. É comum que esses indiquem, a partir dos comentários alguns passos ou dicas que a cantora pode seguir para aperfeiçoar essa comunicação.

Esse auxílio virtual cria uma relação dentro do ciberespaço parecida com as relações familiares, onde os mais novos ensinam os mais velhos a dominarem novas técnicas. Existe também uma relação afetiva materna entre o fã-clubes da cantora e ela.

O nome dado ao fã-clubes da cantora é, “Filhotchens”. Seus membros são seu público mais assíduo, que teve seu primeiro contato direto com a celebridade por meio dos memes e hoje acompanha seu canal, além de seguir seus outros perfis em redes sociais, e fazer uso rotineiro de mais memes. Muitas vezes a relação entre Gretchen e esse fã-clubes se assemelha a uma relação maternal, onde ela dá conselhos, broncas, faz brincadeiras e as vezes conta histórias de sua vida para ensinar-lhes.

Por último, o vlog também serve como zona de conversa online, a partir de comentários, sobre os mais diversos temas. É comum que pessoas contem situações pelas quais estão passando e com isso, sejam aconselhadas e consoladas por outros fãs do canal. Tendo a temática ou a personagem da Gretchen como um ponto de partida em comum para uma interação mais pessoal.

Conclusão

O fenômeno *vlog* pode ser considerado uma síntese do que chamamos de sites de cultura colaborativa, sendo um espaço de fácil acesso, e fácil manipulação, permitindo que qualquer um de seus usuários torne-se produtor de conteúdo, além de receptor. Também fortalece as mais diversas interações entre sujeitos em volta de um nicho, que serve como um pontapé inicial para interações subsequentes.

A partir do canal “Gretchen e Você” podemos observar que o ciberespaço tem se democratizado a medida que as novas tecnologias de comunicação se inovam e alcançam o público de migrantes digitais que, em sua maioria, não tem o domínio

completo sobre determinadas técnicas, mas que quer estar presente nesses novos espaços por serem considerados uma extensão das relações físicas e presenciais.

O canal também serve como um lugar de representação e de voz para esses sujeitos, que agora podem tomar conta de sua própria representação falando diretamente para seu público. Ainda que não dominem as linguagens por completo, vão aperfeiçoando seus veículos a partir da própria interação com outros usuários, realçando a característica participativa da audiência reforçada nas teorias da web 2.0. A partir do exemplo da Gretchen, também torna-se perceptível a forma como a abordagem íntima e indireta de interação com seu público, faz com que o fidelize e potencialize os canais de comunicação, garantindo que os sujeitos tenham o controle e as dimensões de sua voz, sua representação, importância e participação na cibercultura.

[...] Permanecemos abertos, benevolentes, receptivos em relação à novidade. Que tentemos compreendê-la, pois a verdadeira questão não é ser contra ou a favor, mas sim reconhecer as mudanças qualitativas na ecologia dos signos, o ambiente inédito que resulta da extensão das novas redes de comunicação para a vida social e cultural. Apenas dessa forma seremos capazes de desenvolver estas novas tecnologias dentro de uma perspectiva humanista (LÉVY, 1999, p. 12).

Referências

FERRARI, Pollyana. **A Força das Mídias Social**. Interface e Linguagem jornalística no ambiente Digital. 2ª edição. São Paulo. Estação das Letras e Cores. 2015.

GABRIEL, Martha. **Uma brevíssima história do meme**. 2012. Disponível em: <http://www.martha.com.br/uma-brevissima-historia-do-meme/> acessado dia 28/02/2017.

GAMA, Adriana Ferreira; SANTOS, Aline Renée Benigno dos; FONFOCA, Educaro. **Teoria das representações sociais: uma análise crítica da comunicação de massa e da mídia**. In: Revista Temática. Ano VI, n. 10. Paraná. 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura de Convergência**. São Paulo. Aleph. 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo. Editora 34. 1999.

MOSCOVICI, Serge. **A Representação Social Da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar. 1978.

PRIMO, Alex. **O Aspecto Relacional das Interações na Web 2.0.** In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Rio Grande do Sul. 2007.

RAUN, Tobias. **Screen-Births:** exploring the transformative potential in trans video blogs on YouTube (Nascimento em telas: explorando o potencial transformador em blogs de vídeo no *Youtube*). In: Revista do Programa de Pós-Graduação da UFRN. Vol11, Nº 2. Tradução de Jaqueline Gomez de Jesus. Universidade de Brasília. Brasília. 2010.

SIBILA, Paula. O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro. Nova Fronteira. 2008.

SILVA, Francisco Viera da. **Os Vlogs e a Emergência da (ex)Intimidade na Web.** Universidade Federal da Paraíba. Paraíba. 2014.

SOUZA, Juliano Ferreira de. **Migrantes e Nativos Digitais:** Câmbio cultura, interação e pertencimento. XX conferência de mídia cidadã e V conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã. UNIFESP. São Paulo. 2015.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital.** Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro. Makron Books. 2010.