

Blog: O Chaplin¹

Leila de Melo DANTAS²
Andressa Carvalho VIEIRA³
Maria Iglê de MEDEIROS⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Esse *paper* tem a intenção de apresentar e descrever os processos de produção de um blog com conteúdo cinematográfico, O Chaplin. O projeto ganhou impulso durante a disciplina de Jornalismo Cultural, oferecida pelo Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. O blog potiguar tem como objetivo a discussão e crítica de conteúdo direcionado ao cinema (a nível local, regional, nacional e global). Relatamos a experiência com o blog O Chaplin, focando em sua rotina de produção, plataforma utilizada, no processo colaborativo e nos aspectos relacionados à forma e conteúdo do produto.

PALAVRAS-CHAVE: blog; internet; cinema; Jornalismo Cultural.

INTRODUÇÃO

A internet, rede, ou ciberespaço é um espaço ainda jovem e mutável. A cada dia, surgem novas ferramentas, formatos e funcionalidades e, a julgar pelo crescimento e alterações dos últimos anos, a tendência é que esse processo continue. Levy define o ciberespaço como “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” e que diz respeito a “não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LEVY, 2000, p. 17).

Para Castells, “a internet fornece, em princípio, um canal de comunicação horizontal, não controlado e relativamente barato, tanto de um-para-um quanto de um-para-muitos” (CASTELLS, 2004, p. 129). O autor ainda a caracteriza como “um meio tecnológico para a comunicação horizontal e a uma nova forma livre de expressão” (CASTELLS, 2004, p. 49). Dessa forma, podemos entender a internet como um espaço favorável a disseminação de ideias e ao debate, livre, plural e o veículo mais próximo do conceito de democrático que uma plataforma de comunicação coletiva pode ser.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Blog (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 9º Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo (UFRN), email: leilamelol1@gmail.com.

³ Estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo (UFRN), email: andressacvieira@gmail.com..

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social (UFRN), email: iglemedeiros@bol.com.br.

Em 1997, Jorn Barger cria o termo *weblog*, usado para descrever um conjunto de sites que guardavam e divulgavam links⁵. Em 1999 se estrutura o formato mais comum, conhecido até hoje, de blogs com conteúdos breves, atualizados continuamente, uma ou mesmo várias vezes por dia, apresentado numa ordem cronológica inversa, ou seja, a nota mais recente no topo do site, e com a presença de muita hipertextualidade (cf. MALINI, 2010, p. 48 e BEVILAQUA, 2011, p. 32).

Ainda no mesmo ano, começam a surgir os serviços dinâmicos para alimentação de blogs, que permitem maior facilidade na sua construção e alimentação, já que não mais eram exigidos conhecimentos técnicos dos chamados “blogueiros”. Logo, os espaços começam a ser utilizados para as mais diversas finalidades tais como para contar suas experiências diárias, como um diário pessoal.

Em 2007, Jeff Jarvis, jornalista estadunidense e pensador de mudanças no contexto da web 2.0, afirmou que os blogs são a ferramenta de publicação mais fácil, barata e rápida já inventada e que, com eles, “as pessoas têm a voz que elas não tinham antes”.⁶ Bevilaqua (2011) parafraseando Rebecca Blood (2002) compreende os blogs como espaços de sociabilidade. “O sucesso desta ferramenta pode ser atribuído à proximidade que ela oferece entre editor e leitor, gerando assim uma enorme interatividade entre os atores envolvidos” (BEVILAQUA, 2011, p. 33).

Luli Radfaher (2009), em seu texto para o e-book “Para entender a internet” (org. Juliano Spyer), compreende os blogs enquanto mídias sociais e atribui a estas a classificação de “novas praças públicas”. “Graças a elas é possível se relacionar com muito mais pessoas que seria possível em qualquer ambiente físico” (p. 47). Sobre as mídias ou redes sociais, que Castells chamou de “comunidades virtuais”, o autor afirma:

[...] Essas comunidades trabalham com base em duas características fundamentais comuns. A primeira é o valor da comunicação livre, horizontal. A prática das comunidades virtuais sintetiza a prática da livre expressão global, numa era dominada por conglomerados de mídia e burocracias governamentais censoras (CASTELLS, 2004, p. 48)

Para Raquel Recuero (2009, p. 81) “a cooperação é o processo formador das estruturas sociais.” Ela acrescenta que não há como existir sociedade sem a estrutura organizada adquirida por meio da cooperação. Dessa forma, se torna essencial para a manutenção das ações coletivas dos atores que integram as redes sociais (RECUERO, 2009,

⁵ Disponível em < http://www.wired.com/entertainment/theweb/news/2007/12/blog_anniversary>, acesso em 01 abr 2013

⁶ Disponível em < http://www.wired.com/entertainment/theweb/news/2007/12/blog_anniversary>, acesso em 01 abr 2013

p. 81). Como exemplo, ela cita os *weblogs* colaborativos, que “dependem da cooperação entre todos os envolvidos para que continuem a existir, já que é preciso atualizar, ler comentários e, sobretudo, dividir as informações” (RECUERO, 2009, p. 83).

Levy afirma que “o crescimento do ciberespaço resulta do movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas propõem” (LEVY, 2000, p. 11). Esse processo acontece paralelo ao desenvolvimento da cibercultura, ou seja, “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores” que compõem o ciberespaço (LEVY, 2000, p. 17). O blog colaborativo que apresentaremos nesse *paper* é um produto desta cibercultura, e seus autores são agentes atuantes nesse processo.

OBJETIVO

Com a proposta de exercitar o fazer jornalístico no campo cultural, mais especificamente textos de opinião, o blog O Chaplin⁷ tem como objetivo pôr em prática o conhecimento adquirido através de leituras, atividades e exercícios realizados em sala, na disciplina Jornalismo Cultural. Também propõe ser um espaço plural em que os colaboradores podem dar vazão a opiniões, bagagem cultural e estilística própria. O blog se propõe a debater assuntos ligados ao cinema e audiovisual como um todo, desde a opinião pessoal acerca de um filme em cartaz até um artigo de teor reflexivo sobre um aspecto da história do cinema ou do roteiro de uma obra.

O Chaplin também é compreendido como um espaço para divulgar e noticiar eventos do circuito audiovisual na capital potiguar e no Nordeste, estimulando a divulgação dos produtos, processos e iniciativas locais e regionais.

JUSTIFICATIVA

Os veículos de comunicação hegemônicos dedicam cada vez menos espaço para o caderno cultural, a editoria está quase sempre ligada exclusivamente a notícias e eventos, o exercício da crítica, artigos e textos analíticos acerca das artes e produtos culturais ficam cada vez mais escassos e é nesse contexto que a internet se torna uma opção mais viável para se falar sobre a temática, no caso do produto que apresentamos, o cinema.

Nesse contexto, a blogosfera tem se mostrado dos locais mais férteis para se difundir, debater e aprender sobre os mais variados temas. Deste modo, O Chaplin se insere

⁷ Disponível em <www.ochaplin.com>

numa ambiência composta por diversos blogs que tratam da temática cinema, no entanto, se torna singular por seu ecletismo no que diz respeito a gêneros jornalísticos e conteúdo; sua proposta estética e temas agregados como um *videocast* próprio, o “Cinematógrafo” (veiculado em um canal próprio no *YouTube*), e redes sociais que direcionam as atenções ao blog, mas que também possuem conteúdo próprio, funcionando como uma extensão do produto principal.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Tendo como base os artigos estudados em disciplinas do curso de Comunicação Social, no interesse pelo audiovisual e conhecimento adquirido em oficinas, palestras e sessões de cinemas dos filmes e temas escritos, os autores do blog selecionam temáticas e preparam seus textos a serem veiculados no blog.

O processo de escrita segue, no quesito formato, os padrões de texto para a web. Guillermo Franco (2008), em seu livro “Como escrever para a web”, aponta características do texto online. O Chaplin, enquanto espaço virtual, é fiel à maioria delas. Como a maior parte do conteúdo do blog é composta por textos de opinião e textos críticos, e não notícias, não é utilizada a técnica da pirâmide invertida. Contudo, sempre há a preocupação de manter os textos em uma média de sete parágrafos, bem distribuídos na página com o auxílio de fotografias.

Também são elementos da escrita para a web utilizados n’O Chaplin: o negrito em alguns termos que, segundo Franco (2008, p. 146), o recurso rompe com a uniformidade do texto; links destacados, para o mesmo efeito (FRANCO, 2008, p. 151); o uso de dois pontos que levam para o lado esquerdo as palavras mais portadoras de informações (FRANCO, 2008, p. 99). No blog O Chaplin, costuma-se fazer uso de dois pontos, principalmente, em títulos de críticas, que são, em geral, introduzidos pelo nome do filme criticado e, depois dos dois pontos, um resumo da opinião do autor, presente no texto.

Enquanto conteúdo, reconhecemos o blog O Chaplin como um espaço de produção de jornalismo cultural. Dessa forma, encontramos em Daniel Piza (2011), um referencial teórico para o trabalho realizado. Em seu livro “O que é Jornalismo Cultural”, Piza cita gêneros textuais presentes no jornalismo de cultura. São eles: Crítica, artigos de opinião, notícias e reportagens e entrevistas ou perfis. Todos os gêneros são, de forma mais ou menos prioritária, utilizados no blog. Apesar disso, é necessário ressaltar que o material presente em maior número n’O Chaplin são mesmo os textos críticos, tendo uma seção fixa para esse fim. Segundo Piza (2011, p. 78), “uma função básica da crítica é, sim, julgar, no

sentido de fazer uma opção pessoal, de qualificar uma obra em escala (de péssima a excelente) e o leitor que concorde ou discorde”. Sobre as características que devem compor uma resenha crítica, Pizza enumera algumas:

Primeiro, todas as características de um bom texto jornalístico: clareza, coerência, agilidade. Segundo, deve informar ao leitor o que é a obra ou o tema em debate, resumindo a sua história, suas linhas gerais, quem é o autor, etc. Terceiro, deve analisar a obra de modo sintético, mas sutil, esclarecendo o peso relativo de qualidade e defeitos, evitando o tom de “balanço contábil” ou a mera atribuição de adjetivos. Até aqui, tem-se uma boa resenha. Mas há um quarto requisito, mais comum nos grandes críticos, que é a capacidade de ir além do objeto analisado, de usá-lo para uma leitura de algum aspecto da realidade, de ser ele mesmo, o crítico, um autor, um intérprete do mundo (2011, p. 70).

O quarto requisito citado por Pizza é fundamental diante da importância da crítica no papel de “formar o leitor, de fazê-lo pensar em coisas que não tinha pensado (ou não tinha pensado naqueles termos), além de lhe dar informações” (PIZZA, 2011, p. 77). Essa finalidade pode ser definida como uma das missões do blog O Chaplin, diante da tentativa de fugir do “gostei” ou “não-gostei” sem embasamentos e considerar a fundamentação e argumentação da avaliação como um aspecto indispensável nos textos publicados no espaço.

Além das críticas, o blog possui espaços para notícias, textos nos quais o critério jornalístico da imparcialidade se torna predominante. Assim como propõe Pizza (2011, p. 80), as notícias do blog, em geral, dizem respeito à agenda de lançamentos e eventos, tais como mostras, festivais e exposições, olhando “mais para o que ainda vai ocorrer do que para o que está acontecendo ou já aconteceu”.

Ainda no aspecto do conteúdo, o blog utiliza-se de outro tipo textual proposto por Pizza: as listas. O autor afirma que “listas podem ser úteis, mas é bom evitar hierarquias rígidas (uma lista dos dez mais é melhor que uma lista do primeiro ao décimo) e acrescentar comentários a cada item” (2011, p. 81). Um exemplo prático é a lista “15 filmes sobre mulheres de destaque”⁸, organizada em ordem cronológica, em vez de hierarquicamente por mérito produção.

Por fim, na quase totalidade do conteúdo produzido em O Chaplin, é utilizada (não só por opção, mas por se fazer necessário diante da escolha temática do blog) a intertextualidade.

⁸ Disponível em <<http://www.ochaplin.com/2012/02/lista-15-filmes-sobre-mulheres-de.html#.UV2atpNQFfQ>>

Intertextualidade é a capacidade do produto de uma mídia (livro, filme, *videogame*, etc.) de citar direta ou indiretamente, por meio de repetição, paráfrase ou outro recurso linguístico, uma cena de filme, um trecho de obra literária, uma frase musical. É um processo em que um texto “cita, de modo mais ou menos explícito, uma cadência, um episódio, um modo de narrar que imita o texto de outrem”. (ECO, 1989, p. 125 *apud* ARNAUT *et al*, 2012, p. 268).”

Essa intertextualidade está presente quando citamos filmes, diretores, cenas, músicas, livros; quando publicamos junto ao texto fotos e vídeos; e até mesmo quando relacionamos à postagem outros textos publicados na web, através do uso de *hiperlinks*, endereços virtuais inseridos em um texto que direcionam o leitor a outra página, artifício recomendado por Franco (2008) em sua obra.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Usando o nome de um ícone do cinema mundial, mas calcado no Nordeste, O Chaplin tem como base geográfica a cidade de Natal (RN), embora sua proposta seja o alcance nacional, e não unicamente a visibilidade local. O corpo colaborativo do blog conta com uma variedade de estilos, gêneros e sotaques, mas com um elo em comum: o apreço pela arte.

Criado em maio de 2011, com proposta amadora e pouco definida, O Chaplin funcionou como um espaço “para amigos”, com periodicidade incerta por muito tempo. Apenas em dezembro de 2012, o blog começou a se estruturar enquanto veículo de comunicação na web, com discussões acerca das temáticas envolvidas, periodicidade diária, e a organização de um espaço com a proposta de ser uma redação *on-line* improvisada, através de um grupo fechado na rede social *Facebook*.

A hospedagem do blog fica por conta do sistema Blogger (vinculado ao Google). É através do Blogger que as postagens são escritas, editadas e publicadas. O sistema também permite aos colaboradores inserirem *hiperlinks*, imagens, vídeos e organizar as postagens de acordo com palavras-chaves (*tags* ou marcadores). O modelo de *layout* do blog é *clean*⁹ e interativo ao mesmo tempo. Não se faz uso do excesso de cores, optando por utilizar apenas o vermelho, preto, branco e cinza. Para a interação, o espaço utiliza-se de uma barra de navegação com menus destacados, um *slider*¹⁰ com as postagens mais recentes, além de atalhos para os perfis nas mídias sociais. Na barra lateral do blog, destacam-se as postagens

⁹ A expressão (em português, “limpo”) é utilizada para fazer referência a um espaço organizado, com poucos elementos gráficos e uso moderado de espaços vazios.

¹⁰ Quadro posicionado em lugar de destaque que permite o deslize constante de fotos (acompanhadas de um texto) que funcionam como links diretos para as postagens.

mais visualizadas semanalmente e vídeos, geralmente, a edição mais recente do programa Cinematógrafo (um produto do blog) e os vídeos musicais da coluna Set List¹¹.



Imagem 1: Página inicial do blog O Chaplin

Ao todo, o blog conta com dez colaboradores. A escala de postagens é debatida e organizada, pelos integrantes, em fóruns nas redes sociais, e a periodicidade de cada colaborador varia entre mensal, quinzenal e semanal. Alguns assinam coluna própria, como é o caso dos espaços Opinião Formada e Set List. Outras seções compartilhadas entre os integrantes do blog são mais frequentes, como o caso das críticas, O que esperar sobre (espaço para falar sobre expectativas acerca de uma produção que está para estrear nos cinemas) e Set&Notas (conexão entre cinema e música).

As pautas consideradas para serem discutidas pelos colaboradores podem partir de uma obra ou artista ligado ao audiovisual, um título em cartaz no cinema, um curta-

¹¹ Essa coluna seleciona músicas presente na trilha sonora de uma obra cinematográfica, ou inseridas em um mesmo contexto (como, por exemplo, as favoritas em uma determinada premiação), e publica em formato de postagem, além de deixa-la fixa na barra lateral, permitindo que os leitores possam escutá-la enquanto navegam pelo blog.

metragem, animação, um evento ou movimento que tenha envolvimento com o audiovisual, as premiações, ou mesmo um vídeo realizado por um artista independente. O critério fica por conta de cada integrante e de que maneira ele pretende abordar o seu tema escolhido. Após a elaboração do texto, um editor o revisa e publica no blog, o *link* da postagem também é compartilhado e difundido nas redes sociais (*Facebook* e *Twitter*).

O blog conta com uma variedade de conteúdo, que se propõe a ser, dentro da temática única, heterogêneo. Dessa forma, sempre há em destaque uma postagem sobre filmes comerciais em cartaz, filmes nacionais muitas vezes só vistos em festivais, cinema de arte, filmes lançados há algum tempo e eventos locais. Os gêneros abordados variam das comédias românticas ou filmes de ação pasteurizados aos considerados *cult*, *trash* ou de terror. O blog também varia nas localidades dos objetos das postagens. Exemplos são as postagens sobre o curta-metragem potiguar *Noturnos* (Carito Cavalcanti e Joca Sores, 2012)¹², o norueguês *Kon-Tiki* (Joachim Roenning e Espen Sandberg, 2012)¹³, o americano *A Hora Mais Escura* (Kathryn Bigelow, 2012)¹⁴, e o chileno *No* (Pablo Larraín, 2012)¹⁵.

Os colaboradores ainda produzem artigos de opinião ou textos reflexivos sobre a história do cinema, ou aspectos específicos de um roteiro de um filme, inserindo-os em um contexto social. Como exemplo, citamos os artigos “Quando o cinema é luxo”¹⁶ e “O Sexto Sentido ou como eu aprendi a amar a reversão de perspectiva”¹⁷.

O blog está inserido em três mídias sociais, onde criou uma rede de seguidores. No *Facebook*, O Chaplin tem dois espaços: o primeiro, um grupo secreto restrito aos colaboradores do blog, é uma forma de manter a comunicação entre a equipe mais rápida e eficiente. Por lá, discutem-se iniciativas e mudanças para o espaço, organizam-se escalas e propõem-se postagens; o segundo, trata-se de uma página¹⁸ “curtida” por mais de 800 usuários da rede social, que serve como ferramenta de divulgação e, por vezes, extensão do blog, sendo atualizada com conteúdo próprio. O Chaplin também tem uma conta no

¹² “Curta potiguar: *Noturnos*”, disponível em < <http://www.ochaplin.com/2012/12/curta-potiguar-noturnos.html#.UVtVb5NQFfQ>>

¹³ “*Kon-Tiki*: produção norueguesa encanta pela perfeição técnica”, disponível em < <http://www.ochaplin.com/2013/03/kon-tiki-producao-norueguesa-encanta.html#.UVtUIZnQFfQ>>

¹⁴ “*A Hora Mais Escura* - Kathryn Bigelow e seu terrorismo enfadonho e desnecessário”, disponível em < <http://www.ochaplin.com/2013/02/a-hora-mais-escura-kathryn-bigelow-e.html#.UVtUmZnQFfQ>>

¹⁵ “*No*: Os bastidores do “Não” que disse “Sim” à democracia no Chile”, disponível em < <http://www.ochaplin.com/2013/02/no-os-bastidores-do-nao-que-disse-sim.html#.UVtUmpNQFfQ>>

¹⁶ Disponível em < <http://www.ochaplin.com/2012/07/quando-o-cinema-e-luxo.html#.UVtXopNQFfQ>>

¹⁷ Disponível em < <http://www.ochaplin.com/2013/03/o-sexto-sentido-ou-como-eu-aprender.html#.UVtXaJNQFfQ>>

¹⁸ Disponível em < <https://www.facebook.com/OChaplinBlog>>

*Twitter*¹⁹, com mesma finalidade do *Facebook*, com formato textual adaptado para essa plataforma e público em específico. As duas mídias já citadas funcionam como ferramenta essencial para o contato com os leitores do blog que, cada vez mais, aderem às curtidas, compartilhamentos e comentários do *Facebook*, em vez dos tradicionais relatórios de comentários preenchidos diretamente nas páginas das postagens. Por fim, o blog possui um canal no *YouTube*²⁰, onde é postado, sem periodicidade fixa, o programa Cinematógrafo.

O Cinematógrafo é um programa com duração média de vinte e cinco minutos, divulgado através da página e mídias do blog. O programa tem um formato simples, composto sempre por dois colaboradores que selecionam uma temática para apresentar ao público e debaterem entre si. O *videocast* está em sua terceira edição e é sempre divulgado paralelo a um texto no blog que trata da mesma temática escolhida para o vídeo. O Cinematógrafo pode ser considerado uma estratégia transmidiática do blog O Chaplin.

Por transmídia, entende-se o momento em que “há o engajamento por determinado assunto, e é feita a distribuição de forma conectada entre as múltiplas plataformas de mídia” (ARNAUT *et al.*, 2012, p. 2012). É esse engajamento que propomos entre o Programa Cinematógrafo e o espaço virtual do blog O Chaplin, assim como nas páginas do *Facebook* e do *Twitter*, por meio da repercussão gerada entre os internautas que acompanham O Chaplin e o *videocast*.

Jenkins (2008, p. 47) refere-se à narrativa transmidiática como “uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias [...] a arte da criação de um universo.”. Dessa forma, os vídeos do Cinematógrafo, que se relacionam com o blog enquanto produto direto e referências de conteúdo, embora veiculados em ou outro formato midiático, podem ser considerados como elementos que fazem parte da criação do universo do blog O Chaplin.

CONSIDERAÇÕES

O blog O Chaplin surgiu da paixão por uma temática em comum, e suas postagens iniciaram-se sem muitas expectativas ou cobranças. Era apenas um espaço para impressões e considerações, que acompanhava os colaboradores em tardes livres. A partir da repercussão do público, começamos a enxergar o espaço com maior seriedade. Nos estudos na disciplina Jornalismo Cultural e pesquisas para este *paper*, pudemos nos enxergar como produtores de conteúdo e agentes inseridos em uma vasta quantidade de relações que

¹⁹ Disponível em < https://twitter.com/Blog_OChaplin >

²⁰ Disponível em < <http://www.youtube.com/blogochaplin> >

acontecem no âmbito das redes sociais, sejam elas atômicas e presenciais, ou mediadas por computadores e espaços virtuais.

O Chaplin tem se definido como um importante espaço de discussão e, sobretudo, prática de cultura em Natal, principalmente, alcançando visibilidade em outras cidades do interior do estado (como Caicó e Currais Novos) e de estados vizinhos, tais como Campina Grande (PB), Recife (PE) e João Pessoa (PB). O principal, contudo, é a conquista da autonomia e o crescimento dos colaboradores nesse processo, a partir do incremento de seus conhecimentos, sejam eles cinematográficos ou jornalísticos, através da prática de apuração da informação e escrita. Além disso, O Chaplin funciona como um espaço de socialização, de reconhecimento de pessoas com interesses e formas de pensar semelhantes. E, por vezes, nem tão semelhantes assim, o que funciona como gancho para sair da zona de conforto e debater ideias, a fim de transformá-las, criá-las ou simplesmente conhecê-las.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNAUT, R. D.; HIPOLITO, L.; NOGUEIRA, F.; RODRIGUES, B.; UHIEDA, S. E.; BUENO, M. R. J.; et al. Era Transmídia. **Revista GEMINIS**. São Carlos, ano 2, n. 2, p. 259 – 275, jul/dez. 2012.

BEVILAQUA, Anna Karinna Dantas. **Práticas Discursivas em blogs políticos: uma observação sobre a participação políticas e as transformações que acompanham o espaço público**. Natal: PPgEM (UFRN), 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2004.

FRANCO, Guillermo. **Como escrever para a WEB**. Miami: Knight Foundation, 2008.

JENKIS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. 2 ed. São Paulo: Ed. 34, 2000.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2004.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SPYER, Juliano (org.). **Para Entender a Internet** - Noções, práticas e desafios da comunicação em rede. Ed. Não Zero, 2009.

WORTHAM, Jenna. **After 10 Years of Blogs, the Future's Brighter Than Ever**. Disponível em <http://www.wired.com/entertainment/theweb/news/2007/12/blog_anniversary>, acesso em 15/03/2013.