

#SOScasamento & Sonho a dois: experimentando gêneros e formatos em site sobre casamento

Maria Tereza Batista BORGES¹
Clarice de Freitas SOUSA²
Deisiane Maria Moreira CABRAL³
Sabrina Tomaz BATISTA⁴
Valquíria Cristina AMARAL⁵
Mirna TONUS⁶

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo apresentar os produtos elaborados para a disciplina Projeto Experimental II, como requisitos parciais para conclusão de curso. Com o guia on-line #SOSCasamento, a proposta é ajudar os casais que estão se preparando para o casamento e fornecer canais para interação com os fornecedores, uma vez que o produto oferece uma lista com os estabelecimentos ligados ao mercado do casamento na cidade de Uberlândia, Minas Gerais, por meio de uma proposta híbrida entre jornalismo utilitário e interpretativo. Integrado à proposta do guia, está o webdocumentário Sonho a Dois, com histórias de casais que detalham desde os preparativos até as cerimônias, em produções que empregam diversos recursos em uma narrativa multimídia. Com tais produtos, a proposta é criar um canal com diversos aspectos sobre elementos ritualísticos e estéticos do casamento.

PALAVRAS-CHAVE: website; experimentalismo; webdocumentário; guia

1 INTRODUÇÃO

O casamento está presente há milhares de anos na sociedade. A prática de unir duas pessoas em matrimônio e a arte de viver juntos são assuntos para horas de conversa. Apesar de ser um tema que faz parte do cotidiano, as abordagens midiáticas sobre ele são efêmeras e datam, na maioria das vezes, do mês das noivas ou de uniões de famosos. Quase não há programas dedicados às bodas na televisão aberta ou sites que apresentem informações a respeito da história, curiosidades e, até mesmo que sirvam de ajuda para futuras esposas e esposos que estão se preparando para o enlace.

¹ Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: mariateresa.borges@hotmail.com.

² Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: clarissesousa_4@hotmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: deisianemariaherrera@hotmail.com.

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: sabrinatomazb@gmail.com.

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: valquíria_na@hotmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: mirna@faced.ufu.br.

Por essa razão, decidimos produzir um site em forma de guia on-line, com indicações sobre o mercado de casamentos em Uberlândia, usando, para isso, o jornalismo utilitário em diálogo com o interpretativo. Aliado a ele, elaboramos também um webdocumentário sobre o ritual do casamento, acompanhado de fotorreportagens, com enfoque em aspectos estéticos, para nortear os casais e servir de fonte de consulta sobre esse universo, constituindo um produto inédito dessa área.

Historicamente, o casamento monogâmico é uma tradição que surgiu no início dos anos 1000. Com a passagem do Império Romano para o Sacro Império Romano Germânico, entre 998 e 1002, “houve uma fabulosa transformação das sociedades urbanas romanas e das sociedades rurais germânicas e eslavas” (ROUCHE, 2005). A união, que outrora acontecia de forma desordenada e entre membros de uma mesma família, passou a ser pautada nos costumes cristãos, com apenas um homem e uma mulher, de genealogias distintas. Com o passar do tempo, essa tradição se firmou e se expandiu em grande parte do mundo.

Em Uberlândia, uma das principais cidades de Minas Gerais e onde foi desenvolvida a proposta, a população é de mais de 600 mil habitantes. De acordo com dados do Cartório de Registro Civil de Uberlândia, em 2012, foram contabilizados cerca de 290 casamentos por mês na cidade; ao todo, foram 3.480 naquele ano. Com o número de matrimônios aumentando, o mercado também se expande. Uberlândia conta com um número significativo de estabelecimentos que lidam com aspectos do casamento, tanto é que a cidade é sede do evento Noivas In Fest, que acontece todos os anos, geralmente em maio e reúne exposições, desfiles e apresentações, todas centradas no universo dos casamentos. Em 2013, além desse evento, Uberlândia sediou outro, o Casar Decor, mostra de decoração e estilo para eventos do gênero.

Diante do exposto, é possível perceber que, mesmo no século XXI, a celebração das núpcias ainda fascina as pessoas. Fazer uma festa grandiosa não se trata apenas de realizar um sonho ou comemorar, mas também de um importante evento social e que envolve o trabalho de profissionais cada vez mais capacitados.

2 OBJETIVO

O objetivo geral do projeto foi produzir um site com um guia on-line e um webdocumentário, focados nos aspectos ritualísticos e estéticos do casamento, que ajudasse os casais a se organizarem para suas cerimônias. Os formatos escolhidos ajudam a expandir

ainda mais a capacidade dos produtos, uma vez que estão disponíveis na Internet, o que os torna acessíveis a um grande número de pessoas.

Na execução do projeto, também tivemos como objetivos utilizar recursos típicos do jornalismo, como as entrevistas, para produzir conteúdos claros e adequados ao público-alvo e mostrar, por meio dos recursos midiáticos e jornalísticos, alguns dos detalhes envolvidos nas cerimônias, bem como apresentar a diversidade dos produtos e serviços que podem compor as cerimônias de casamento.

3 JUSTIFICATIVA

Um trabalho que aborde o tema casamentos é relevante socialmente, pois serve como documentação dos principais aspectos estéticos e ritualísticos de uma das mais importantes cerimônias. Levar esse tema para os produtos é relevante, pois permite que as pessoas tenham acesso a mais informações sobre os rituais. Além disso, um guia que sirva como ajuda para a preparação do casamento é algo novo e útil às necessidades dos casais, uma vez que facilita a organização da união.

Segundo dados do IBGE, em 2010, foram registrados cerca de 980 mil matrimônios e, em 2011, mais de 1 milhão de casamentos no país. Esses números apontam que o segmento dos matrimônios movimenta bastante a economia e está em constante expansão, sendo este um dos indícios da relevância mercadológica do projeto. Mesmo sendo tão popular na sociedade, ainda existem poucas pesquisas acadêmicas que exploram essa temática. Também são raros os trabalhos e sites que abordam a questão do matrimônio, apresentando, em um mesmo espaço, informações diferentes sobre essa tradição. Por isso, o projeto apresenta-se como alternativa para o público da internet, interessado no tema.

Para produzir os conteúdos do trabalho, enfocamos os aspectos que giram em torno das cerimônias de casamento, como os rituais, abordados no webdocumentário. A palavra ritual deriva do latim *ritualis* e significa ações místicas ou religiosas, praticadas de forma individual ou em grupo. Ele pode envolver cerimônias, vestimentas, materiais e instrumentos (RITUAIS, 2013). No casamento, o ritual é representado por uma cerimônia, que pode envolver a benção religiosa ou não. Os casais buscam cada vez mais resgatar as origens e os significados dos costumes envolvendo a cerimônia, de acordo com as culturas e religiões de seu país, o que influencia desde na escolha do vestido da noiva até nas flores do buquê, cores usadas na decoração e nos arranjos. Por isso, os fornecedores ligados aos

setores do casamento precisam renovar suas opções constantemente e oferecer as possibilidades adequadas a cada público.

Na construção do conteúdo do guia #SOScasamento, utilizamos, em diálogo com o jornalismo interpretativo, os preceitos de um dos vários formatos do gênero informativo: o jornalismo de serviço ou utilitário. Segundo Vaz (2009), este tem a função de levar ao receptor a informação de que ele necessita de imediato, ou de que pode precisar em algum momento e que irá ajudá-lo a tomar decisões que podem influenciar em suas ações cotidianas. Esse é o principal objetivo da produção do guia on-line: facilitar as escolhas dos leitores por meio de um espaço que ofereça uma gama de fornecedores do mercado de casamentos de Uberlândia.

Devido à falta de material de pesquisa existente sobre guias, principalmente os que não trabalham com turismo, pode-se utilizar a palavra guia como sinônimo de roteiro. Isso porque, segundo o dicionário Michaelis (2008), guia é “roteiro [...] caderno, folha ou livrinho, que contém indicações úteis a respeito de uma região ou cidade”. Dessa forma, utilizamos a classificação de Manuel Chaparro (1998), o qual determina como um gênero jornalístico a função utilitária da mídia e cita que um dos seis formatos utilitários existentes é o roteiro.

Dessa forma, nota-se que o gênero utilitário não se limita a um simples registro. Muitas vezes, aparece em jornais e revistas, em cadernos especiais ou como roteiros, oferecendo mais do que uma informação. “Muitas matérias de serviço não só oferecem a possibilidade de consumir como a de consumir melhor” (TEMER, 2001 *apud* ASSIS, 2010, p. 28). O jornalismo de serviço oferece para o público um material que o norteará e que será útil para a sua realidade. “O jornalismo utilitário se apresenta como mais uma oportunidade de comunicação e informação dos fatos que são relevantes aos leitores dentro de uma determinada mídia” (BATISTA; ALVES; NUNES, 2011, p. 5).

Além do jornalismo utilitário, para a construção das matérias iniciais de cada setor no guia on-line e, também, para a criação dos textos de inspirações do webdocumentário, foram utilizados os preceitos do jornalismo interpretativo. Esse gênero do jornalismo vai além de divulgar uma simples informação: não se trata de um simples relato de fatos, mas de um fazer jornalístico que busca o aprofundamento dos acontecimentos. De acordo com Beltrão (1976 *apud* VILLELA; ZSCHABER; NUNES, 2012, p. 11), jornalismo interpretativo é “um jornalismo em profundidade, à base de investigação, que começa a representar a nova posição da imemorial atividade social da informação da atualidade. Um

jornalismo que oferece todos os elementos da realidade, a fim de que, a massa, ela própria, a interprete”.

Com o webdocumentário, gênero considerado ainda recente, tivemos um leque maior de oportunidades para difundir os diversos aspectos do casamento. Segundo Ribas (2003), foi o webjornalismo, que explora interatividade, hipertextualidade, multimídia e memória, que contribuiu para o aparecimento desse novo gênero jornalístico. “De uma forma bastante simplificada, pode-se arriscar dizer que um webdocumentário é um “sistema” multimídia, normalmente acessado pela Internet, que reúne informações em diferentes formatos (...) a respeito de um tema específico” (MAS, 2010, s. p.).

Uma das vantagens que o webdocumentário apresenta é a questão da liberdade que o usuário possui. A navegação hipertextual estabelecida oferece uma interatividade distinta ao produto, já que o internauta não precisa seguir uma ordem específica para entender o trabalho. O internauta decide o que ver, rompendo, dessa forma, com a linearidade existente, por exemplo, na narrativa da televisão.

Para a construção dos materiais do webdocumentário, foram empregados os recursos e as possibilidades do jornalismo literário. O jornalismo aliado à linguagem literária amplia as alternativas de elaboração de conteúdos, como texto e vídeo, pois possibilita relatar os fatos e contar uma história de forma mais aprofundada. Pena (2006) afirma ainda que o jornalismo literário “rompe com as correntes do lide”. Para ele, os textos que se utilizam dessa “estratégia narrativa”, o lide, se tornam pasteurizados. Como a proposta do webdocumentário permitia textos mais criativos, escolhemos o jornalismo literário, sem as limitações do lide. Uma das formas utilizadas foi a crônica, um gênero literário que recorrentemente é aplicado ao jornalismo. A linguagem da crônica se aproxima das vivências adquiridas pelo leitor, despertando sua sensibilidade, tornando possível o compartilhamento de fatos do cotidiano.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

As atividades desenvolvidas durante o Projeto Experimental II (PEX II) foram desenvolvidas a partir de cronograma apresentado em Projeto Experimental I (PEX I). Para a produção do site, utilizamos os equipamentos disponíveis no curso, como as câmeras fotográficas e os gravadores para fazer as entrevistas.

A primeira atividade começou em abril de 2013. Como previsto, a equipe realizaria a cobertura do Noivas In Fest. Para que isso fosse possível, primeiramente, entramos em contato com a assessoria do evento e, após a liberação como imprensa, começamos a desenvolver as pautas para realizar entrevistas com os profissionais dos diferentes serviços de casamentos de Uberlândia e pessoas que estariam no evento, que aconteceu nos dias 4 e 5 de maio de 2013, no Center Convention de Uberlândia.

Outro trabalho realizado foram as entrevistas com futuras noivas e noivos, com casais que já haviam realizado o casamento e também a cobertura de alguns casamentos. Após a elaboração das pautas e o contato com alguns casais, a equipe se dividiu para facilitar a realização das entrevistas, que ocorreram durante todo o processo, de maio a agosto de 2013. Além disso, também relatamos as peculiaridades dos casamentos em diferentes religiões e, para isso, entrevistamos líderes religiosos de diferentes crenças.

Outra atividade realizada foi a cobertura de dois casamentos coletivos. Um deles foi organizado pelo projeto Integração no Bairro, em conjunto com a Defensoria Pública de Uberlândia, e aconteceu em 22 de junho de 2013 no Jardim Brasília, com a união de 58 casais. O outro casamento coletivo foi realizado no dia 7 de julho, no evento Casar Decor 2013, com a celebração de 13 casais. Além disso, a equipe foi surpreendida por um pedido de casamento feito durante uma manifestação nas ruas de Uberlândia.

Também houve cobertura do evento Casar Decor, que ocorreu nos dias 4, 5 e 6 de julho de 2013, com fotos e vídeos das exposições, que contaram com empresas de decoração, trajes, SPA, fotografia, cabine fotográfica, bolos e doces, aluguel de carros de luxo e de utensílios, mesas, cadeiras para a cerimônia, buffet, cerimonial, convites, lembrancinhas e apresentação de grupos musicais. Também foram realizadas entrevistas com representantes desses segmentos do mercado de casamento, com o objetivo de viabilizar material para a produção de conteúdo para o guia on-line.

Para a produção dos textos para o guia on-line “#SOSCasamento”, a equipe se dividiu, de modo que cada uma das integrantes ficasse responsável por elaborar uma quantidade de conteúdo. Dessa forma, as entrevistas com os profissionais dos segmentos de casamento foram transcritas para a devida elaboração dos textos, organizados em categorias. O produto foi finalizado em agosto de 2013.

No webdocumentário, as histórias dos casais entrevistados foram contadas em diferentes mídias: texto, imagem, vídeo e áudio. Cada integrante da equipe ficou responsável por elaborar textos sobre essas histórias. Os produtos em áudio, as imagens e os vídeos foram editados por uma das integrantes, assim como a vinheta de abertura para as

produções, os roteiros dos vídeos e a decupagem dos arquivos de áudio. Além disso, cada integrante ficou responsável por fazer uma chamada para um perfil próprio e contar alguma história que conhecia sobre casamento em forma de crônica.

Além da construção dos produtos, o grupo teve de cumprir outra tarefa: elaborar o relatório final de PEX II. Novamente, a equipe se dividiu e cada integrante contribuiu com o relatório, pesquisando conceitos, desenvolvendo a parte teórica, construindo a viabilidade mercadológica e descrevendo os produtos e o processo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O guia on-line foi criado para reunir produtos e serviços sobre o mercado de casamento de Uberlândia e, em alguns casos, da região, que envolve cidades como Araguari, Uberaba e Monte Carmelo. O nome escolhido foi #SOSCasamento⁷, referindo-se ao propósito do produto, que é ajudar na escolha dos elementos do casamento. O uso da hashtag⁸ remete ao caráter virtual do guia e à relação com a internet e as mídias sociais, onde podem ser encontradas as empresas listadas.

Para montar o guia, primeiramente, discutimos o layout e chegamos à ideia de construir uma espécie de agenda, com as abas representando marcadores adesivos colados nas folhas. Dessa forma, usando a plataforma Wix, criamos a página inicial do site pensando na capa de uma agenda, colocando as espirais e as linhas, que dão a ideia de uma folha para escrever. No alto da homepage, vem o título, #SOSCasamento, entre dois corações e, embaixo, subtítulo explicativo: “Guia de produtos e serviços para casamentos”. Depois, inserimos uma foto, obtida dentre as que foram produzidas pela equipe, para preencher o layout da capa. No rodapé da página, dispusemos um link para o webdocumentário *Sonho a Dois*, com a logomarca do site, e a opção para as pessoas curtirem o guia em suas contas do Facebook e do Twitter.

As cores e as fontes do guia on-line foram escolhidas com base em um dos modelos disponíveis na plataforma Wix, que se adequou à proposta da criação de uma “agenda da noiva”, pois continha o azul claro e o rosa, cores muito relacionadas a páginas da internet sobre casamentos. As fontes foram eleitas por serem joviais e de fácil leitura, além de darem um bom aspecto estético ao produto.

⁷ Disponível em < <http://casamentowebdoc.wix.com/soscasamento> >.

⁸ Representadas pelo símbolo #, as hashtags designam um assunto abordado e agrupam as mensagens e postagens sobre o tema, tanto para quem quer consultar, como para quem quer acrescentar informações (PLANETA, 2013).

O menu com as abas foi construído na vertical, do lado direito da capa, com os ícones com os nomes das páginas. Em cada página elencada, são criados submenus, que redirecionam o usuário para as listas de produtos e serviços específicos. As seções, que são 11, foram pensadas dessa forma para agrupar segmentos relacionados, evitando a disposição de muitas abas, o que deixa a homepage menos poluída. As páginas internas possuem o título no alto, centralizado e, abaixo dele, o nome e uma foto relacionada à página com a lista.

Assim, o guia está montado com as seguintes seções e subseções: Início: página inicial, que, sempre que clicada, redireciona para a capa do guia. Acessórios: abrange as empresas e serviços de Alianças e joias, Buquês e Sapatos, usados pelos noivos. Aluguel: abrange as empresas e serviços de aluguel Carros e Salões de festa para casamentos. Assessoria: abrange as empresas que prestam serviço de Assessoria e cerimonial de casamentos. Beleza: apresenta empresas que trabalham com Cabelos e maquiagem. Buffet: leva a empresas e serviços de Bolos e doces, Buffets e Noivinhos. Detalhes: inclui as empresas e serviços de Decoração, Música e Personalização. Lembranças: abrange os serviços de Convites e Lembrancinhas. Registro: inclui os serviços de Fotografia e filmagem de casamentos. Trajes: leva a serviços de Vestidos e Ternos. Contato: página com formulário para contato, e-mail do projeto e nomes da equipe que produziu o guia.

Nas páginas com as listas de empresas, vêm o título da seção e uma matéria inicial, que trata dos produtos ou serviços oferecidos por uma das empresas do segmento, utilizando o jornalismo utilitário, aliado ao interpretativo. Em seguida, a lista de lojas relacionadas ao tema, com a logomarca, uma galeria com três fotos dos serviços prestados e as seguintes informações⁹: Nome do estabelecimento; Endereço; Telefone; Site; E-mail; Link para Facebook, Twitter e outros recursos, como YouTube, Instagram e Vimeo.

Já o nome do webdocumentário, “Sonho a dois”, foi escolhido pelo fato de o casamento ser algo que não se constrói sozinho, mas com outra pessoa, formando o casal. A cor da logomarca é roxa, escolhida por simbolizar respeito, dignidade, devoção, piedade, sinceridade, espiritualidade e transformação (SIGNIFICADO, s. d.), elementos considerados importantes para um relacionamento dar certo. A página inicial do webdocumentário é composta pela logomarca, que vem no alto, composta por um círculo, com o nome Sonho a Dois no centro. Ao redor do círculo com o nome, há outro com detalhes em flores, com fundo branco e desenhos em roxo. Embaixo da faixa branca, há dois corações, na cor branca em fundo roxo, com arabescos. Os corações foram escolhidos

⁹ Como há empresas que não têm contas em todas essas mídias sociais, há casos em que são apresentadas somente as informações encontradas.

por ser o símbolo do amor e são dois, para remeterem ao nome, pois são duas pessoas a se casarem. A cor branca é a cor padrão dos casamentos, além de ser clássica e limpa, o que deixa a logomarca e o fundo menos carregados, uma vez que as cores roxa e marrom já são fortes. Para fechar a logomarca, há arabescos na parte de baixo e o slogan do produto “Para celebrar o amor”, em tons de marrom.

Embaixo da logo, está o menu de abas, na horizontal, formado por sete retângulos com contornos verdes e letras marrons, com as seguintes páginas: Home, A noiva, O noivo, A cerimônia, A comemoração, Extras e Contato. Ainda há, na vertical, do lado esquerdo da página, os ícones que representam os elementos do casamento, formando um segundo menu. Os ícones foram feitos em branco e preto, em fundo roxo. São compostos por um vestido, representando A noiva; um terno, representando O noivo; as alianças cruzadas, representando A cerimônia; duas taças brindando, para representar A comemoração e o ícone com o link para o Guia #SOScasamento. Os ícones ornamentam a página inicial do site, com cores ligadas às da logomarca principal do site. Do lado do menu vertical, há um slideshow com fotos produzidas pela equipe em várias coberturas realizadas.

Cada uma das abas é composta de um submenu, que contém os elementos do casamento que representam ou remetem ao título da página. Esses menus internos são compostos por um título em marrom e em caixa alta, seguido de uma fotografia feita pela equipe. Dentro de cada submenu, aparece uma lista com as histórias dos casais que foram entrevistados e que comentaram sobre o aspecto determinado naquele espaço. A lista conta com o título, uma foto do casal e uma chamada para o texto completo que apresenta a história contada. Quando o usuário acessa o texto completo, encontra a página composta pelo título da matéria, o nome o autor do texto, acompanhado de uma fotorreportagem produzida pela equipe, com fotos próprias ou cedidas pelos casais. Além disso, por preferência das autoras, algumas páginas contam com áudios e vídeos para complementar a narrativa, apesar de a predominância ser de textos e fotos. Isso se justifica pelo fato de o webdocumentário permitir várias linguagens.

Na guia Inspirações, os textos ainda vêm com uma galeria de fotos tiradas da internet, com opções diversificadas de cada item do casamento, para orientar e inspirar os casais que procuram o serviço. Devido ao tempo e às circunstâncias, não conseguiríamos fotos próprias para as galerias, por isso, a solução encontrada foi buscar na internet, para que os noivos tenham acesso a formas diferentes de elementos para o casamento.

Os textos são dispostos em fonte na cor marrom, em fundo creme, sobrepostos ao background branco do site. Utilizamos hiperlinks nos textos para permitir que as pessoas

naveguem da forma que quiserem no webdocumentário. Por exemplo: o texto de Acessórios para noivos possui hiperlinks nas palavras “bermuda” e “chinelos”, que levam para a página que conta a história da cerimônia de Túlio Moura, um dos noivos entrevistados. Nossa proposta é permitir ao usuário essa liberdade de navegação dentro do webdocumentário e para outras páginas utilizadas como inspiração, para que possa percorrer um caminho próprio. Os hiperlinks encontrados em cada página para criar a navegação estão em cor verde, a mesma usada nos quadros do menu, em negrito e sublinhados, indicando o link. Quando clicados, abrem outra página e mudam para a cor roxa no texto.

6 CONSIDERAÇÕES

O mercado de casamentos possui um público crescente que busca investir seu dinheiro na personalização dessa data tão marcante. Por ser um evento que envolve uma série de detalhes, muitos casais buscam diversas maneiras de obter informações sobre esse segmento, de forma mais simplificada. Diante disso, é possível perceber que tanto o guia on-line, quanto o webdocumentário, são componentes importantes no site proposto para esse mercado.

É preciso destacar que esses produtos são inovadores, principalmente por terem sido desenvolvidos no interior de Minas Gerais, local onde esse tipo de serviço não é tão comum quanto nos grandes centros, e possuem grande potencial de crescimento. Além disso, nota-se que a comunicação e o registro dos casamentos mantêm uma intensa ligação, já que esse tipo de serviço é uma forma de contar histórias, um dos princípios do Jornalismo.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Francisco de. **Fundamentos para a compreensão dos gêneros jornalísticos**. Alceu (PUCRJ), v. 11, p. 16-33, 2010. Disponível em <<http://bit.ly/WBT6QI>>. Acesso em 11 mar. 2013.

BATISTA, Carolina Tomaz; ALVES, Anna Paula Castro; NUNES, Mônica Rodrigues. O Roteiro Cultural no Jornal-Laboratório “Senso (In) Comum”: a presença do Jornalismo Utilitário. Artigo apresentado na **XVIII Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação** – São Paulo – 2011. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/expocom/EX24-0515-1.pdf>>. Acesso em 11 mar. 2013.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar**: percursos e gêneros do Jornalismo português e brasileiro. Santarém: Jortejo, 1998.

HASHTAG, o que é e como usar? **Planeta Twitter**, 2013. Disponível em <<http://www.planetatwitter.com/2009/08/o-que-e-e-como-usar-hashtag.html>>. Acesso em 12 ago. 2013.

MAS, afinal, o que é webdocumentário? **Webdocumentário**. 7 de janeiro de 2010. Disponível em <<http://bit.ly/WBTD59>>. Acesso em 12 jan. 2013.

MICHAELIS: Dicionário Escolar da Língua Portuguesa. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2008.

PENA, Felipe. **O jornalismo literário como gênero e conceito**, 2006. Disponível em <<http://www.felipepena.com/download/jorlit.pdf>>. Acesso em 14 ago. 2013.

RIBAS, Beatriz. *Contribuições para uma definição do conceito de Web Documentário*. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. Disponível em <<http://bit.ly/WBTLBN>>. Acesso em 3 jan. 2013.

RITUAIS. **Brasil Escola**, 2013. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/religiao/rituais.htm>>. Acesso em 02 ago. 2013.

ROUCHE, Michel. **Casamento, uma invenção cristã**. 2005. Disponível em <<http://bit.ly/WBTONT>>. Acesso em 06 jan. 2013.

SIGNIFICADO das cores. Disponível em <<http://www.significadodascores.com.br/>>. Acesso em 16 ago. 2013

VAZ, Tyciane Viana. O jornalismo de serviço na imprensa brasileira. In: **VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. USP, São Paulo, novembro de 2009. Disponível em <<http://bit.ly/WBU7Za>>. Acesso em 11 mar. 2013.

VILLELA, Cícero; ZSCHABER, Felipe; NUNES, Janaína. *O jornalismo interpretativo: revisão bibliográfica e aplicações na web*. In: **XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste** – Ouro Preto, 28 a 30 jun. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1719-1.pdf>. Acesso em: 28. ago. 2013