

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado  
da Faculdade Cásper Líbero  
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)  
ISSN: 2176-4476**

---

**Texto original como enviado pelo/a autor/a**

---

**CIBERCULTURA INFANTIL:  
O formato *WebShow* e a participação de crianças e adolescentes na rede**

**Ana Flávia de Luna Camboim<sup>1</sup>**

**Resumo**

Constatamos, na participação da criança e do adolescente, ou seja, do *cibernativo*, na rede, uma autonomia que o permite ocupar e até ressignificar os ambientes não configurados para ele. A prática da autonomia, estudada por Martins (2002) e Pelanda (2010), encontramos no formato de vídeo chamado *WebShow*, através dos exemplos TreckNety, Starlet e Ipton, e fizemos uma descrição de sua formatação, conteúdo, de quem são e como agem os apresentadores de cada um. Assim, identificamos indícios da construção de uma cibercultura infantil a partir da capacidade do *cibernativo* de criar, produzir e compartilhar conteúdo em linguagem audiovisual.

**Palavras-chave:** Cibercultura infantil. Crianças e adolescentes. *Cibernativo*. Autonomia. *WebShow*.

**Introdução**

É fácil perceber que o ingresso das crianças e adolescentes no universo das novas tecnologias aconteceu rapidamente e foi maior do que o esperado. Este usuário, o qual

---

<sup>1</sup> Universidade Federal da Paraíba – Programa de Pós-graduação em Comunicação. E-mail: fla.alerta@gmail.com.

chamaremos aqui de *cibernativo* (Camboim; Barros, 2010, grifo próprio), tem a capacidade de criar e compartilhar conteúdos no ciberespaço com autonomia, pois eles dominam a cultura digital e utilizam de suas ferramentas para produzir conteúdo.

As indagações que norteiam esta pesquisa são exatamente sobre os usos que este internauta tem feito do ciberespaço, de quais *sites* eles participam expressando-se e com quais eles colaboram produzindo? As respostas a estes questionamentos levam-nos à hipótese de que o *cibernativo* está desenvolvendo uma maneira autônoma de comportamento na rede, criando uma cultura própria encontrada, por exemplo, no produto midiático chamado *WebShow*.

Primeiramente, a abordagem qualitativa de uma pesquisa exploratória permitiu-nos fazer um levantamento bibliográfico dos temas cultura, infância e autonomia. Depois, realizamos uma descrição geral e em conjunto de três *WebShows*, a fim de identificar a sua formatação e conteúdos característicos, quem são e como agem os seus apresentadores e o que há em comum entre os programas.

Para tanto, os objetivos específicos deste trabalho configuram-se em: 1) abordar e defender a idéia da criação de uma cibercultura infantil e de uma infância de nova feição encontrada no sujeito *cibernativo*; 2) discutir os conceitos de autonomia e como se manifestam na Internet e 3) identificar as características comuns entre os *WebShows*, que apontem indícios de um padrão infantil dentro da cibercultura. Todos estes pontos constituem o nosso objetivo geral: estudar o processo de construção de uma cibercultura infantil a partir da participação autônoma de crianças e adolescentes na rede.

## **CULTURA E CIBERCULTURA INFANTIS**

Entre as diversas proposições sobre uma definição do termo cultura, adotamos aquela que ampara sua propriedade simbólica presente em qualquer nível da sociedade, em qualquer gênero ou idade. E defendemos que, atrelada à capacidade de inovação e à autonomia de produção do sujeito, estaria a criação de uma cultura e, à sua competência de disseminação e autonomia de expressão, o perpetuamento e alastramento desta cultura.

Nesse sentido, é possível perceber alguns padrões de linguagem, idéias, gostos estéticos, conhecimento técnico, significados e propósitos no universo infantil. Mas até que

ponto estes padrões são próprios da criança e adolescente? Eles não seriam criados e difundidos pelos adultos?

Os símbolos da linguagem lúdica, oral, corporal, gestual, artística, plástica, visual, musical, midiática e outras capacidades expressivas que as crianças e adolescentes constroem brincando e aprendendo são a base da sua formação cultural. Segundo Perroti (*apud* Fantin, 2008:149),

as produções para crianças [e adolescentes] refletem parte do seu cotidiano e de suas formas de organização e interação, ao mesmo tempo em que podem (...) modificá-los (...). Nessas interações, as produções culturais (...) podem ser entendidas como uma apropriação ativa e uma recriação da cultura [por eles], constituindo-se em possibilidade de memória e resgate de identidades para além dos produtos da cultura.

É importante ressaltar que muitos autores da área de Comunicação e Educomunicação, quando usam o predicado infantil, incluem as categorias criança e adolescente indistintamente. Aqui, seguiremos esta concepção.

Estudiosos, como Kline (*apud* Jenkins, 1998:26), acreditam que “a cultura infantil é algo que acontece com a criança”, ela não faz nada acontecer; “as crianças não participam ou contribuem para essa cultura”. São os adultos, numa visão completamente adultocêntrica, que determinam o que é e o que não é infantil.

As crianças não têm autonomia na produção de material, a maioria é criada e produzida por adultos, apenas direcionada a elas, podendo as mesmas participarem ou consumirem; argumenta Capparelli (2002) para ratificar a inexistência de uma cultura infantil.

Sendo assim, a cultura infantil tem sido posta em questionamento. Neste impasse, nossa posição é a de que, dada a nova configuração de mídia, esta discussão necessita ser atualizada, abandonando a visão de que a infância é uma condição definida pela falta de autonomia (poder), com dependência das direções dos adultos. “As crianças resistem, transformam ou redefinem as prerrogativas adultas, fazendo seus próprios usos dos materiais culturais e promulgando suas próprias fantasias através das brincadeiras” (Jenkins, 1998:27) e isso é possível nas diversas mídias, se ampliando na Internet.

O que percebemos é que, em um período curto, o computador dominou a produção cultural e os computadores em rede fizeram “surgir o primeiro sistema amplamente

disseminado que dá ao usuário a oportunidade de criar, distribuir, receber e consumir conteúdo audiovisual em um só equipamento” (Santaella, 2003:20). Para a geração da Internet, sem perspectiva histórica do que seria o mundo desconectado, a cultura em rede é realmente a dominante e talvez o símbolo maior de produção cultural.

A cibercultura é uma atualidade para os nascidos nela. Eles a entendem como um padrão de atitudes, comportamento e uso das ferramentas oferecidas pelas mídias digitais e das possibilidades de interatividade, participação, colaboração. Essas características dão aos usuários *cibernativos* uma habilidade de produzir e fazer circular sua própria cultura, tornando o ambiente virtual um celeiro de produção e troca de informações e fomentando uma cibercultura infantil.

### **A NOVA FEIÇÃO DA INFÂNCIA: O CIBERNATIVO**

A teoria do desaparecimento da infância (Postman, 1999) tem sido alvo de discussões e críticas. Por ser considerada alarmista, alguns autores procuram uma diferente maneira de enxergar este novo conceito da infância, tão discrepante em relação a outros tempos e tão divergente do que esperam os adultos.

Alcântara e Campos (2006) questionam se não poderíamos considerar que a infância estaria apenas assumindo outra feição antes de decretarmos precipitadamente seu fim. Para tratarmos da participação deste usuário mais novo nas mídias digitais e superarmos as classificações de idade, que diferenciam crianças, pré-adolescentes e adolescentes, tendo em vista que esta não é uma categoria biológica e sim cultural, é preciso acreditar, antes de tudo, na existência do sentimento de infância, mesmo que com uma nova feição.

Esta nova feição encontramos no atual internauta, o qual atende pelos mais variados nomes. Geração Multimídia, Multitela ou Multiplataforma, que, apesar de conceitualmente não terem o mesmo significado, neste contexto, referem-se à variedade de canais, suportes e dispositivos digitais e eletrônicos que ele utiliza simultaneamente, por exemplo: acessa o *email*, fala no MSN, faz busca no Google, escuta música no Ipod, manda SMS pelo celular e assiste à Tv.

Este internauta também é conhecido pela expressão Geração Y, a qual, segundo Loiola (2010), engloba os nascidos entre 1978 e 1990; são aqueles que cresceram com o

computador e provocam uma revolução silenciosa através das ferramentas multimídias. A psicóloga Tânia Casado (*apud* Loiola, 2010) afirma que "eles já vieram equipados com a tecnologia *wireless*, conceito de mobilidade e capacidade de convergência".

Ainda na intenção de discutir alguns termos que definem o usuário mais novo de Internet, percebemos que o termo Geração Y é confundido com o clássico Nativo digital ou Geração digital e Geração Net, os quais abrangem os nascidos na era de *bytes* e *pixels*, por quem a linguagem binária é predominantemente a mais utilizada. Contudo, a nosso ver, há uma confusão ao definir aqueles que nasceram no início da popularização da cultura digital e aqueles que nasceram na época da disseminação da cibercultura. Haveria uma distinção entre as duas culturas e, conseqüentemente, entre as duas gerações. Assim, um nativo digital teria nascido na década de 80, quando o computador pessoal chegou às casas, e um *cibernativo* na década de 90, quando a Internet foi popularizada.

Os *cibernativos*, termo inserido por nós no universo acadêmico, compreendem o grupo de indivíduos concebidos quando a conexão já era acessível a muitos, a cibercultura se sedimentava e, por isso, eles não têm nenhuma idéia do que seria a falta de acesso à Internet. O contato com o mundo digital muito cedo, o acesso quase irrestrito à banda larga e o domínio de tecnologias de gravação e edição de produtos audiovisuais são algumas das características desta geração (Ferrari; Cornachione, 2010).

Esta *iGeração*, como também são considerados, não estranham compartilhar sua vida privada, fazer compras na rede, se comunicar quase que exclusivamente por celular, *email*, mensagens instantâneas ou redes sociais ou consumir e produzir notícias e informações na *web*. Conforme Stone (2010), “[o filho do ciberespaço] não conhecerá outro mundo senão o dos livros digitais, dos bate-papos pelo Skype com parentes distantes e dos videogames para crianças no iPhone”.

Propomo-nos, portanto, a entender de que maneira o *cibernativo* têm se utilizado do ambiente virtual como forma de expressão cultural a partir de uma característica que acreditamos estar sendo desenvolvida e potencializada na criança e adolescente através da Internet: a autonomia.

## **AUTONOMIA NA CIBERCULTURA**

Várias áreas do conhecimento vêm observando este conceito. Etimologicamente, o termo procede do grego *autos*, que significa por si mesmo, e *nomos*, que pode ser traduzido como norma, lei e, neste sentido, a Filosofia o adota.

O termo foi introduzido por Kant, no seu livro *Crítica da Razão Prática*, quem o designou como “a independência da vontade em relação a qualquer desejo ou objeto de desejo e a sua capacidade de determinar-se em conformidade com uma lei própria, que é a da razão” (Filoinfo, 2010). A lei da razão prática traz ao sujeito racional a consciência de sua autonomia, pois o homem possui a si mesmo e, por isso, é independente, tem liberdade, como nos traz Sodré (1996).

A noção de “governo” da Ciência Política é utilizada por Piaget, na Educação, ao se referir ao estudante. Este deve buscar e os professores devem incentivar o governo de si, a busca das próprias respostas, apontada como o objetivo máximo da educação (Martins, 2002). A autonomia se estabelece quando se vence a heteronomia, é uma conquista de acordo com a maturidade do indivíduo, sendo mediada por educadores e pais e, hoje, também, pela Internet. Seria a adolescência a fase em que o indivíduo atinge as competências necessárias para o exercício da tomada de decisão.

Todavia, determinar a época em que o estudante adquire esta competência é questionável, principalmente, se considerarmos a facilidade de consumo e produção de conteúdo no ciberespaço. A Internet permite ao *cibernativo* agir sem intermediário, o que desperta nele um sentimento de liberdade absoluta, de poder, acelerando a sua noção de autonomia.

Assim, como ocorreu com a infância, a conquista da autonomia pela humanidade teve significativa contribuição dos meios de comunicação. São duas histórias que se encontram e se desencontram. O ponto de encontro seria na cultura impressa, que resgatou o sentimento de infância e afirmou a autonomia. O desencontro estaria na televisão, a qual teria provocado o “desaparecimento da infância”, se considerarmos a premissa de Postman (1999), mas, no nosso entender, não fez desaparecer a autonomia; ela continuou existindo, mesmo que um pouco adormecida, pois o receptor nunca deixou de ser autônomo.

A era da cibercultura é o momento quando a autonomia encontra espaço para sua concretização. As ferramentas digitais diluíram o controle dos meios e permitiram ao cidadão a liberdade de se tornar uma mídia. Assim, Wolton (2010) assegura que três

palavras nos ajudam a entender as novas tecnologias: domínio, pois é possível agir, produzir e receber resultados; velocidade, pois se ultrapassa a dimensão do tempo real; e autonomia, pois é aceitável agir sem mediadores, filtro ou autoridades.

A Internet é constituída à maneira de cada um. Nos *weblogs*, por exemplo, estudo sugerido por Pellanda (2010), notamos a presença das auto-narrativas. Ela defende que, quando o indivíduo escreve sobre si, ele se reproduz. Os *sites* de postagem de vídeos e fotos seguem a regra. Assim, o *cibernativo* está munido de ferramentas e habilidades cognitivas para a produção de conhecimento e Santaella (2009) ajuda-nos a responder qual seria o perfil de cognição deste usuário.

Para iniciar a reflexão sobre o assunto, ela caracteriza o novo tipo de leitor, que surge nas atuais configurações hipermidiáticas, como imersivo, o qual se encontra em “estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multisequencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, músicas, vídeo etc” (Santaella, 2009:33).

Complementando sua definição de leitor imersivo, Santaella (2009) nos mostra os estilos de navegação, dividindo-os em errante, detetive e previdente. Este último faz inferências dedutivas, seguindo a lógica do previsível, no campo do necessário, através de uma atividade mental de elaboração e memória de longa duração. Sua ações no ambiente virtual são de experimentação e combinatória, antecipando as consequências das mesmas, por causa da familiaridade que o previdente tem com elas, e seus resultados.

Então, é na figura do leitor imersivo previdente que percebemos a manifestação de uma autonomia propriamente dita em ambientes digitais. Assumindo este papel, o *cibernativo* relaciona-se, constrói sua identidade e estabelece uma cultura através do compartilhamento de pensamentos, valores, crenças e símbolos, se reproduzindo numa dinâmica autônoma.

## **O CIBERNATIVO E OS WEBSHOWS**

Muitos *sites* têm sido preparados na tentativa de criar um ambiente de uso adequado às necessidades das crianças e adolescentes. Porém, o que percebemos é que estes usuários ultrapassam os limites destes ambientes, invadindo os espaços que não seriam dedicados a

eles ou até mesmo construindo e ressignificando os usos dos mesmos. É aqui, então, onde encontramos o lugar propício para a construção de uma cibercultura infantil.

Como exemplo, trouxemos, entre os ambientes não-organizados para crianças, mas que são utilizados por elas, o sistema de gerenciamento de conteúdo chamado Webs.com ou FreeWebs, o qual se propõe a prover as ferramentas aos internautas que pretendem criar de maneira prática seu próprio *layout* de um *website*. Nele, é possível adicionar *blog*, fórum, calendário, galerias de fotos, postar vídeos e, ainda, tornar o *site* uma rede social adicionando membros, que criam seus perfis pessoais.

O que nos chama atenção neste caso é o fato de que este *site* não é direcionado para a postagem de *WebShows*, como o Blogspot é para a criação de blogs, por exemplo. Ele apenas oferece a opção de postagem de vídeos, mas os *cibernativos* têm demonstrado autonomia, redefinindo a função desta plataforma.

Este novo formato de programa, chamado *WebShow*, são vídeos para Internet feitos em sequência, no modelo de uma série, com diversos quadros, eles costumam ser divertidos e exigem uma produção de cenário, roteiro, trilha e etc. Através deles, as crianças exprimem sua criatividade em linguagem audiovisual (Ferrari; Cornachione, 2010). Tal gênero popularizou-se com a famosa série americana *Icarly*.

De forma cômica, a série trata sobre a adolescente Carly Shay, que cria seu próprio *WebShow*, chamado *iCarly*, com seus melhores amigos. Eles sentem-se muito perseguidos por adultos e, por isso, resolvem produzir o programa. A série também possui um *site*, onde são postados os *WebShows* e os usuários podem comentar, enviar vídeos, fotos e etc. Este gênero de vídeo acabou inspirando a criação de outros *WebShows* no mundo e no Brasil, a exemplo do *TreckNety*, *Starlet* e *Ipton*.

Os três *Webs* são apresentados por adolescentes entre 14 e 15 anos, que roteirizam, produzem, editam os vídeos sozinhos, independentes da ajuda de qualquer adulto. Eles procuram valorizar a espontaneidade, mantendo alguns erros na fala ou transmitindo a sensação de que não sabem o roteiro do programa, e tentam demonstrar o cotidiano deles explorando o teor humorístico.

De maneira geral, os vídeos são compostos por quadros, alguns fixos como: a abertura, a leitura dos comentários dos fãs e os anúncios de produtos inventados por eles. Geralmente, eles usam músicas no estilo rock e pop rock para trilha do programa. É padrão

entre eles a criação de concursos ou promoções e o incentivo ao envio pelos fãs de comentários, fotos e vídeos que são incluídos no programa. As parcerias são outro ponto forte, eles divulgam aqueles *WebShows* que chamam de parceiros durante cada vídeo. É de costume também fazerem representações, imitações, dublagens ou criar cenas e histórias com bonecos de brinquedo, garrafas pet, galões de água e etc.

No caso do Starlet, percebemos edições mais aprimoradas, com legendas explicativas e da fala, além de quadros mais inteligentes, a exemplo do Confissões, em que as apresentadoras, representando vários personagens, revelam problemas emocionais dos mesmos. Elas também não descartam as outras ferramentas que o ciberespaço oferece, criaram *blog*, *fotolog*, contas no Youtube, Twitter, MSN e Formspring, perfil e comunidade no Orkut, além de uma espécie de rede social, possibilitada pelo FreeWebs, da qual os que assistem ao *WebShow* podem se tornar membro e comentar, enviar vídeos, fotos e até receitas estranhas para as apresentadoras experimentarem no quadro Gororoba. Isto acaba servindo como uma confirmação da fama e sucesso do Web, que têm uma média de cinco mil visitas por mês, assim como enfatiza a idéia de colaboração permitida nos processo comunicações da rede.

Percebemos, num olhar geral, que todos os programas tratam de assuntos referentes à idade, como nota baixa, volta às aulas e até temas que não são de domínio deles, como receitas, problemas de saúde etc. Tudo isso de maneira engraçada e descontraída, buscando uma identificação com seu público.

Para finalizar, é importante salientar que os três exemplos mencionados começaram postando seus vídeos e construindo seus *sites* no Webs.com, mas hoje o TreckNety migrou para o Videolog e o Ipton para o Ning. Isto prova que eles continuam na busca pela apropriação de outros espaços, onde possam deixar as marcas de sua cultura.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O formato do *WebShow* sai da TV e viraliza na Internet, onde as crianças e adolescentes, ou seja, os *cibernativos*, “exprimem sua criatividade do jeito que eles mais sabem: audiovisualmente”. É a manifestação de “comportamentos que naquele momento fazem sentido para um grupo e vão sendo sucedidos por outros” (Ferrari; Cornachione, 2010). O domínio das tecnologias digitais- câmeras, *webcams*, celulares, iPods,

filmadoras-, dos *software* de edição de vídeo e das várias plataformas disponíveis na Internet dão condições para o *cibernativo* se expor na rede a sua maneira, expressando-se e produzindo.

Este é o leitor imersivo previdente, o qual arrisca e experimenta vários caminhos, já prevendo aquilo que será encontrado, pois percebe as semelhanças com outros já trilhados e memorizados por eles. Por isso suas inferências são dedutivas e as atividades mentais são de elaboração a ponto de reconfigurar os usos propostos em determinado ambiente.

Concluímos, assim, que o *WebShow* é um indício do surgimento de uma cibercultura infantil, pois ela se constrói a partir da autonomia e liberdade das crianças de transformarem e redefinirem as prerrogativas adultas, produzirem conteúdos próprios, compartilhando-os na rede e criando padrões simbólicos no ambiente digital que caracterize sua cultura.

## REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Alessandra Carlos; CAMPOS, Marília Romero. Agora eu era o rei...a infância entre o desaparecimento e a reinvenção. *In*: SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino; CAVALCANTE, Andréa Pinheiro Paiva; ALCÂNTARA, Alessandra Carlos (Orgs.). **Mídia de Chocolate**: estudos sobre a relação infância, adolescência e comunicação. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

CAMBOIM, Ana Flávia de Luna; BARROS, Ana Cirne Paes de. Relacionamento Mercadológico com os Cibernativos na Internet. *In*: **Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. São Paulo: Intercom, 2010. v. 1.

CAPPARELLI, Sérgio. Infância digital e cibercultura. *In*: PRADO, José Luiz Aidar (Org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

FANTIN, Mônica. Do mito de Sísifo ao vôo de Pégaso: as crianças, a formação de professores e a escola Estação Cultura *In*: FANTIN, Mônica; GIRARDELLO, Gilka (orgs.). **Liga, roda, clica**: estudos em mídia, cultura e infância. Campinas, SP: Papirus, 2008.

FERRARI, Bruno; CORNACHIONE, Daniella. **Mãe, quer ver meu filme na internet?** Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI121640-15220-1,00-MAE+QUER+VER+MEU+FILME+NA+INTERNET.html> Acesso em: 17 mar. 2010.

FILOINFO. Disponível em: <http://www.filoinfo.bem-vindo.net/filosofia/modules/lexico/entry.php?entryID=530>. Acesso em: 08 ago. 2010.

FRANÇA, Melina. **Geração Y revoluciona a comunicação e os relacionamentos**. Disponível em: <http://www.nominuto.com/vida/cultura/geracao-y-revoluciona-a-comunicacao-e-os-relacionamentos/56318/> Acesso em: 11 jul. 2010.

GIRARDELLO, Gilka. Produção cultural infantil diante da tela: da TV à internet. *In:* FANTIN, Mônica; GIRARDELLO, Gilka (orgs.). **Liga, roda, clica:** estudos em mídia, cultura e infância. Campinas, SP: Papyrus, 2008.

ICARLY. Disponível em: <http://icarly.uol.com.br/> Acesso em: 10 set. 2010.

IPTON. Disponível em: <http://vocenoipton.ning.com/> Acesso em: 30 set. 2010.

JENKINS, Henry. Childhood innocence and other modern myths. *In:* JENKINS, Henry (org.). **The children's culture reader.** New York: New York University Press, 1998.

LOIOLA, Rita. **Geração Y.** Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html>. Acesso em: 19 jul. 2010.

MARTINS, Angela Maria. Autonomia e educação: a trajetória de um conceito. *In:* **Fundação Carlos Chagas. Cadernos de pesquisa**, n. 115, p. 207-232, março/2002.

PELLANDA, Nize Maria Campos; GUSTSACK, Felipe. **Autopoiesis e o mundo digital:** linguagens do afeto e da cognição em rede. Disponível em: [http://www.iadis.net/dl/final\\_uploads/200508C022.pdf](http://www.iadis.net/dl/final_uploads/200508C022.pdf) Acesso em: 26 jul. 2010.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância.** Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Navegar no ciberespaço:** o perfil do leitor imersivo. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2009.

STARLET. Disponível em: <http://starlety.webs.com/> Acesso em: 30 set. 2010.

STONE, Brad. **Filhos do ciberespaço:** velhos de 20 anos. Disponível em: <http://www.alana.org.br/CriancaConsumo/NoticiaIntegra.aspx?id=6697&origem=23> Acesso em: 27 jan. 2010.

VIDEOLOG TRECKNETY. Disponível em: <http://videolog.uol.com.br/trecknety/videos/> Acesso em: 30 set. 2010.

WEBS. Disponível em: <http://www.webs.com/> Acesso em: 10 set. 2010.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2010.