

CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
GRADUAÇÃO EM RÁDIO E TV

KAREN ALESSANDRA SOLLNER SAYÃO

WEB 2.0
E AS POSSIBILIDADES QUE EXISTEM PARA QUEM SABE UTILIZÁ-LA

SÃO PAULO, SETEMBRO DE 2013

KAREN ALESSANDRA SOLLNER SAYÃO

WEB 2.0
E AS POSSIBILIDADES QUE EXISTEM PARA QUEM SABE UTILIZÁ-LA

Artigo Científico apresentado à Coordenação de Iniciação Científica como requisito à obtenção do certificado de conclusão da pesquisa desenvolvida no curso de Rádio e TV do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

Orientador: Prof. Me. Gérson Trajano Santana.

SÃO PAULO

2013

RESUMO

O surgimento da Web 2.0. mudou a forma de fazer cultura. Com ela e a criação de novos sites, como o Youtube transformou o jeito como consumimos e compartilhamos vídeos na internet. Nota-se daí o surgimento de um novo tipo de comportamento diante da ferramenta internet, onde o usuário pode opinar e compartilhar sua opinião e conteúdo com outros usuários e com o dono do site e até fazer parte da criação final. A presente pesquisa visa analisar essa nova forma de cibercultura com foco nos vídeos postados no site do Youtube e o seu impacto social.

Palavras-chave: Cibercultura. Youtube. Web 2.0. Compartilhamento. Comportamento. Cultura

ABSTRACT

The Web 2.0 changed the way we make culture. This fact combined with all the new website, like Youtube, changed our way to share and consum online videos over the internet. Starting a new type of behavior, where the user can share his opinion with the owner of the site, with others users, and even make part of the criation. The actual research try to analyse this new kind of cyberculture though the videos that were uploaded to the Youtube e the social impact.

Keywords: Cyberculture. Youtube. Web 2.0. Sharing. Behavior. Culture.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1. CIBERCULTURA: Um novo modo de Cultura	6
1.1 Web 2.0: O início da interatividade	7
1.2 Meme: A disseminação de uma ideia	7
2. FENÔMENO, CELEBRIDADE OU FEBRE: as possibilidades da	
Web 2.0	9
3. YOUTUBE	10
4. JUSTIN BIEBER: a celebridade da Web 2.0	12
5. RELACIONAMENTO ESPECTADOR- VÍDEO	14
6.1 Vídeo mais assistido que as pessoa gostam	14
6.2 Vídeo mais assistido que as pessoas não gostam, mas assistem	15
6.3 Vídeos Virais	15
CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
REFERÊNCIAS	18

INTRODUÇÃO

O trabalho tem como objetivo estudar as mudanças causadas nas áreas culturais, comportamentais e da comunicação no Brasil a partir do crescimento da cibercultura. Para isso serão analisados vídeos que foram postados ou feitos para o canal www.youtube.com.br.

Abrangendo primeiro o conceito de comunicação e seus meios de transmissão. Depois analisarei o conceito de cibercultura. E por último farei um estudo sobre a história do Youtube, analisando três tipos de vídeos, relacionados a música.

Como objetivo geral, o trabalho buscou entender como essa mudança está ocorrendo e suas características e como ela afeta o cenário atual da mídia e a população que assiste a esses vídeos.

A metodologia de estudo foi sustentada pela reflexão teórica e histórica, através de leitura de livros sobre os meios de comunicação, cibercultura e o Youtube; e da bibliografia de artistas que viraram celebridades com vídeos postados no Youtube.

1. CIBERCULTURA: Um novo modo de Cultura.

A principal característica da comunicação é a possibilidade de trocarmos informação e conhecimento. Segundo Marshall McLuhan (2007) em “*Os Meios de Comunicação como extensões do homem*”, os meios de comunicação criam novas relações e ações entre as pessoas através da mensagem que transmitem interferindo não só no âmbito pessoal como também no social, o que gera uma nova cultura a partir do conhecimento de culturas e pensamentos diferentes.

Cibercultura é a troca de informação entre sociedades e culturas possível desde a década de 1970, com a convergência entre informatização/telecomunicação, que deu origem a internet.

Segundo André Lemos (2002) o princípio que a rege a cibercultura é da “remixagem” que é baseado em três leis: a primeira lei é do princípio de conexão em rede, ou seja, a rede deve estar em todos os lugares, conectando todos a todos e tudo; a segunda lei é a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais, modificando as mídias antigas, mas sem substituí-las, mudando também a forma como interagimos um com o outro; e a terceira lei diz respeito a liberação do pólo de emissão, em que a voz do povo pode emitir o que quiser, quando quiser, sem esperar a mídia. A combinação entre novas tecnologias de informação e comunicação possibilita o processo de colagem e fusão de ideias já existentes, sem copiar, mas dando origem a novas ideias, ou seja, altera o processo de comunicação, produção, criação e circulação de bens e serviços.

Pierre Lévy, afirma que “a tecnologia é produto da sociedade e da cultura”, (Lévy, 1999, p. 22), ou seja, as mudanças que ocorrem dentro da sociedade e as novas descobertas e interesses fazem com que a tecnologia precise evoluir junto, criando novos objetos/meios que possam ser utilizado pela população, principalmente na área da comunicação. Sendo assim a cibercultura está relacionada diretamente com a evolução da civilização.

Ainda segundo Lévy (1999), o ciberespaço, ou seja, o meio onde a cibercultura cresce é um dispositivo de comunicação interativo e comunitário, onde as pessoas interagem uma com a outra não importando hora ou local, dividindo e compartilhando conhecimento e cultura.

O termo “aldeia global” criado por McLuhan (2007) caracteriza a sociedade que surgia com o avanço da tecnologia e compartilhamento de informação, McLuhan previu que a sociedade em algum momento estaria completamente interconectada e tomada pelas mídias eletrônicas, o que levaria as pessoas a se conhecer e comunicar uma com as outras como se fosse numa aldeia, mesmo estando muito distantes.

1.1 Web 2.0: O início da interatividade.

Considerado o segundo capítulo da história da internet, a Web 2.0 tem como objetivo fornecer experiência ao usuário, tendo um conteúdo dinâmico e aberto a participação.

Essa nova fase fez explodir e surgir diversos sites de serviços com um traço comum, o da participação efetiva do usuário nos dois sentidos do tráfego de informação: recebimento e fornecimento de conteúdo e informação com a mesma facilidade.

Interatividade é uma palavra recente, posterior ao conceito de interação. Antes da Web 2.0 o único tipo de interatividade era com o criador do site que se acessava, hoje, se tem contato com o criador do site, com outros visitantes, com outros sites e materiais diferentes, tendo assim o conceito de cibercultura, onde é possível a modificação pessoal do usuário, do site e do outro emissor ou outros receptores da informação.

Sendo muitas vezes confundido com interação, o conceito de interatividade embora estabeleça uma relação não comportam o mesmo significado.

Para Lévy (1999) o que caracteriza a interatividade é a crescente possibilidade de transformar os envolvidos na comunicação, simultaneamente em emissores e receptores da mensagem.

1.2 Meme: A disseminação de uma ideia.

O Meme é um exemplo de cibercultura. É um conceito que faz referência a propagação de ideias, é a identificação e apropriação de uma mensagem na rede, ou seja, é qualquer pedaço de cultura que se espalha.

Qualquer usuário da internet pode criar um Meme. Para existir, é necessário um meio para se disseminar e precisa de co-atores. O que faz com que de certo é justo o fato das pessoas acharem que fazem parte da ideia e do movimento criado por alguém ou um grupo. Não é algo imposto e por isso não há um padrão para o seu surgimento.

Um exemplo de Meme é o criado a partir de uma propaganda publicitária sobre um imóvel na Paraíba que é estrelado por um colunista social conhecido da região, Geraldo Rabello, a propaganda não tem nada demais, até o momento em que é comentado “menos a Luiza que esta no Canadá”, Luiza é filha de Geraldo que aparece junto da família no comercial, menos Luiza, por isso da observação. Essa informação adicional acabou virando mania nacional por algumas semanas, gerando curiosidades sobre a história, além de fazer parte das frases das pessoas em diversas situações, mesmo não conhecendo Luiza. A repercussão do fato fez com que Luiza retornasse mais cedo, assinasse contratos com marcas para estrelar propagandas e ainda a frase foi utilizada em uma questão de concurso público em Jaboticabal, cidade do Estado de São Paulo.

O Meme pode ser uma fotografia, uma frase, um vídeo, um desenho, uma imagem, uma pessoa, ou a união de todos.

2. FENÔMENO, CELEBRIDADE OU FEBRE: as possibilidades da Web 2.0.

O conceito de fenômeno pode ser relacionado com o conceito de Meme. O fenômeno é algo passageiro que pode ou não ficar marcado, é o caso desses dois conceitos, o Meme normalmente é passageiro, pode ser lembrado. Já a Web 2.0 foi um fenômeno que desde o seu surgimento transformou a internet.

O avanço das tecnologias e da internet de acesso cada vez mais universal, criaram a necessidade de compartilhamento de informação e de acontecimento a todo instante. Isso deu abertura para uma maior troca entre celebridade e fã, mesmo que o mesmo não queira necessariamente compartilhar tudo, o fã consegue ter acesso há coisas divulgadas por terceiros.

De uma coisa é certa a celebridade precisa do seu admirador, nem que seja um admirador que o curti por certo tempo.

O termo “febre na internet”, está ligado a exaltação de espírito, um momento na vida da pessoa em que ela se encontra em estado exaltado, mas que logo passa e ela continua sua vida em estado de espírito normal. É isso que acontece com um Meme, ele é um momento de agitação dentro da internet, onde todos falam, comentam e querem participar.

Um exemplo disso são os vídeos conhecidos como virais, o que os torna uma febre é o fato de a pessoa que o assisti conseguir criar/repetir o que aparece nele e passar para outras pessoas que irão assistir e/ou fazer o mesmo, esses normalmente possuem um final. Outro tipo são os caseiros feitos por cantores, que ao postar o vídeo podem ganhar fãs e dar início a uma carreira. Também tem os feitos por pessoas para divulgar sua opinião sobre vários assuntos e ganham seguidores que se interessam e esperam pelo próximo vídeo da pessoa. E os de entretenimento produzidos para a internet. Todos esses vídeos dependem da divulgação de pessoa para a pessoa, mas algo os faz ficar mais tempo em circulação e ter continuidades. Podendo ser considerados, fenômenos ou celebridades da internet, dependendo da intenção e capacidade do criador do vídeo.

3. YOUTUBE.

Na mesma linha de partilhamento de ideias, o Youtube completou em 2013, 8 anos de existência. Fundado em fevereiro de 2005, por três jovens americanos, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Sendo o primeiro site de vídeos on-line em que os próprios visitantes pudessem divulgar seu material, interagindo com materiais de outros usuários. O portal mudou a forma como consumimos e produzimos imagens, sendo o Youtube o terceiro site mais visitado do mundo hoje.

A proposta era transformar o sistema em um grande armazenamento de conteúdos audiovisuais, filmes, comerciais e videocliques, juntamente com conteúdos amadores funcionando como um videoblog (um tipo de blog em que é postado vídeos sobre o tema e conteúdo de agrado próprio).

Sendo eleito pela revista *Time*, em 13 de Novembro de 2006, como “a melhor invenção de 2006” (RODRIGUES, 2007), por “criar uma nova forma para milhões de pessoas se entreterem, se educarem e se chocarem de uma maneira como nunca foi vista”, o que se mostrou e definiu como uma incrível ferramenta que modificou a internet e todo o comportamento digital da sociedade.

A cada dia o equivalente a 70 mil horas de vídeos são postados no Youtube e mais de 4 bilhões de vídeos são vistos por dia. Não é possível saber a quantidade exata de vídeos que existem no site hoje.

O nome YOUTUBE vem do inglês, em que *you*: você; e *tube*: tubo, e que faz referência a uma gíria utilizada para designar a televisão. Significando então You Television, em português algo como “TV Você” ou ainda “Você na TV”. Seu slogan, o mesmo desde o início do site diz: “Broadcast Yourself”, que traduzido para o português significa “Transmita-se”, fazendo ligação com o tipo de serviço que ele oferece.

Para entender um pouco mais o que é o fenômeno Youtube é preciso passar pelos seus fatos marcantes que fizeram com que o site conseguisse mudar tanto o curso da história da humanidade e da cibercultura em tão pouco tempo de vida.

Tudo começou em 2005, quando um vídeo postado em Londres, feito com um celular, mostrava um grupo de passageiros sendo evacuados do metrô. O vídeo postado no Youtube mostrou a possibilidade de se participar efetivamente da construção da notícia, o jornalismo em vídeo nunca mais seria o mesmo.

Em 2006, a Khan Academy, posta vídeos no site, criando um canal com o objetivo de ensinar conhecimentos via vídeos online. Desde então milhões de tutoriais sobre as mais diferentes coisas são postados diariamente.

O ano de 2007 marca o início do surgimento das celebridades nascidas e crescidas no Youtube, entre os que se destacam está Justin Bieber, um jovem cantor canadense. Desde então outras pessoas (cantores, dançarinos, humoristas ou apenas desocupados) se tornariam e ainda se tornam celebridades graças ao site.

Entre 2007/2008 Barack Obama lança sua campanha via Youtube e consegue ser eleito não só um mandato, mas por dois mandatos.

Começo de 2011, a egípcia Asmaa Mahfouz, posta um vídeo em que afirma que vai continuar indo a Praça Tahrir lutar contra o governo egípcio, chamando a população para se juntar e tirar do poder o presidente Hosni Mubarak.

No fim de 2011 o movimento Occupy que já havia iniciado no EUA, tomou dimensão internacional quando, um vídeo, mostrando polícias jogando spray de pimenta em um grupo de estudantes que protestava pacificamente.

4. JUSTIN BIEBER: a celebridade da Web 2.0.

Justin Bieber é considerado um marco na Cibercultura, sua carreira marcou o que é chamado de fenômeno na internet, ou seja, ascensão de cantores, dançarinos, humoristas ou apenas desocupados através da internet.

Tendo o interesse pela música notado pelos que estavam a sua volta desde muito cedo, Bieber aprendeu a tocar bateria, violão e piano, além do canto. Aos 12 anos participou de um concurso na cidade de Statford, no Canadá, lá foi elogiado e encorajado a não desistir. Então nas férias de verão, Bieber decidiu fazer shows em uma calçada de Statford. Naquela época, além das máquinas fotográficas e filmadoras, alguns celulares já tinham capacidade de capturar imagem em vídeo. Os turistas ou próprios moradores da cidade de Statford que passavam pelo local onde Bieber se apresentava começaram a filmar e postar os vídeos na internet. Foi a partir daí que Bieber passou a ser conhecido, e o conceito de cibercultura começou a fazer parte de sua vida, as pessoas que assistiam seus vídeos não precisavam morar no Canadá, falar inglês, ou entender exatamente o que ele cantava, elas simplesmente descobriam o vídeo ou eram avisadas por amigos ou sites e ao assistirem gostavam ou não, e isso fez com que ele ficasse conhecido. As visualizações dos vídeos no youtube já tinham atingido a marca de dezenas de milhares, quando o garoto canadense começou a chamar a atenção de agentes, entre eles Scooter Braun, seu agente.

A carreira de Bieber como cantor profissional começou mesmo em 2008, mas sua história vem sendo construída, e tomou um rumo diferente depois que vídeos seus foram postados no youtube.

Bieber foi criando uma base de fãs que se denominam Belieber, que segundo o dicionário *Urban Dictionary* significa: one who is an obsessive fan of justin bieber; A person who loves Justin Bieber & believes in everything that he can do; To Believe in or be a believer in Justin Bieber, ou seja, são pessoas que são fãs obsessivas que amam e acreditam em Justin Bieber. Suas fãs também costumam falar a frase “I have Bieber fever”, que nada mais é do que “Eu tenho a febre Bieber”. O que leva a questionar será Justin Bieber uma febre da internet?

Sua carreira como cantor profissional desde que assinou o contrato com sua gravadora já dura seis anos. Para analisar onde o Bieber se encaixa dentro dos

conceitos da Cibercultura, precisamos voltar e analisar, uma febre da internet, é algo momentâneo, o famoso 15 minutos de fama, então febre ele não poderia mais ser. Então Bieber entraria no conceito da celebridade da internet? Ou seja, aquela pessoa que alcança fama e reconhecimento através da internet? Creio que sim. Bieber é também conhecido como fenômeno, porque, seu grupo de fãs ainda existe e cresce cada vez mais, ele ainda continua produzindo e modificando a indústria da comunicação, sendo assim ele é um exemplo das celebridades nascidas da internet. De uma era dos novos vídeos e meios de se obter visibilidade e lucro através de vídeos publicados na internet.

5. RELACIONAMENTO ESPECTADOR-VÍDEO.

Em 2012 uma variedade tão grande de vídeos pode ser encontrar no Youtube assim como também a variedade de gosto e pensamento das pessoas que assistem a esses vídeos, uma das ferramentas que o site disponibiliza para quem o utiliza diz respeito justo a essa variação, onde as pessoas podem registrar se gostam ou não do vídeo em questão. Para essa iniciação analisei três tipos de vídeos mais assistidos, o primeiro que as pessoas gostam, o segundo que as pessoas não gostam e por último os classificados como virais.

5.1 Vídeo mais assistido que as pessoas gostam.

O próprio Bieber entra tanto nessa categoria como na próxima categoria (cap. 6.2 Vídeos mais assistidos que as pessoas não gostam). Seu vídeo “Baby” era considerado o vídeo mais assistido, com mais de 800 mil visualizações (04/06/2013 – fonte youtube.com) até o começo desse ano, entre as pessoas que o assistem se misturava tanto pessoas que gostam quanto pessoas que não gostam, e é possível saber disso através dos “like” (gosto) e “dislikes” (não gosto) presentes abaixo do vídeo no site do Youtube, como nos comentários.

Outro fenômeno do site, que surgiu esse ano de 2013 é o cantor coreano PSY, que ficou conhecido no mundo inteiro quando o vídeo clipe da sua música chamada “Gangnam Style” foi postado e se tornou o vídeo mais visualizado de todos os tempos do Youtube, com mais de 1 trilhão de visualizações (04/06/2013 – fonte youtube.com - 1,638,188,797). PSY já era conhecido na Coreia, mas após seu vídeo ser divulgado no Youtube ele ficou conhecido mundialmente, chegando a vir para o Brasil no Carnaval, ganhando um espaço na Enciclopédia Britânica e homenageado no Festival de Cinema de Tribeca, nos Estados Unidos da América, com o prêmio de Inovação Perturbadora. Seu mais recente vídeo clipe para a música “Gentleman” não ficou atrás do seu primeiro, com mais de 200 milhões de visualizações (24/04/2013 – fonte UOL entretenimento). PSY já foi até copiado por pessoas que quiseram se aproveitar de sua fama, no Festival de Cinema em Cannes, França, um homem vestido igual a ele, conseguiu se passar pelo próprio

PSY e acabou sendo tietado por famosos que não perceberam que não se tratava do verdadeiro.

Uma análise sobre os vídeos do cantor PSY indica que para que seu reconhecimento e carreira continue mundialmente, ele não deva se desvincular do estilo cômico presente em seus vídeos-clipes e letra, com danças e letras fáceis de memorizar, que por mais que as pessoas não falem coreano é possível cantar junto, já que mistura palavras em inglês

5.2 Vídeo mais assistido que as pessoas não gostam, mas assistem.

Outra revelação do Youtube é a cantora e atriz Rebeca Black. No ano de 2011, foi lançado no site o vídeo clipe “Friday” considerada uma letra de fácil memorização mas de baixa qualidade de produção. O vídeo que teve mais de 55 milhões de acessos em pouco mais de 1 mês, foi avaliado com cerca de 90% de negatividade pelos usuários do site. Mesmo não obtendo a receptividade que PSY, Rebeca Black, conseguiu uma base de fãs relativa que permitiu que continuasse sua carreira. Seu mais recente vídeo foi “In your words” (23/11/2013 – youtube.com) que teve um pouco mais de um milhão de visualizações.

Rebecca Black parece não ter descoberto ainda a fórmula para se manter e fazer carreira na internet, talvez seja porque a música e o vídeo-clipe simplesmente não conseguiram ser sincronizadas de modo que pudesse gerar aprovação, mesmo que até hoje existam pessoas que ao falarem sobre a sexta-feira, acabam lembrando-se de sua música, em que no refrão se falava “It’s Friday, Friday”, em tradução para o português “É Sexta-feira Sexta-feira” e acabe citando a frase.

5.3 Vídeos Virais.

O viral mais recente a se espalhar pela internet no começo desse ano de 2013 foi o do Harlem Shake, que constituía em um vídeo criado por um grupo de

amigos com duração de 30 segundos que dançavam repetindo o mesmo movimento enquanto a música com o mesmo nome do vídeo, “Harlem Shake” tocava ao fundo.

O vídeo foi reproduzido por milhares de outras pessoas, indo desde militares até pessoas debaixo d’água, o viral durou cerca de 2 meses, quando sua morte natural aconteceu, após um vídeo feito por um time de basquete dos Estados Unidos. Acredito que o fato de as pessoas se verem na possibilidade de criar algo parecido e até muitas vezes mais criativo do que o original e em consequência se divertindo junto, fez com que ele durasse o tempo que durou, o sentido desse viral era ser criativo na hora de dançar e na forma de aparecer no vídeo, como com fantasias. A explicação exata para a morte do viral não existe, ele foi somente mais um Meme, mais uma febre da internet que teve o seu fim.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cibercultura mostra a necessidade do ser humano em estar presente em todos os lugares, ao mesmo tempo, fazendo parte de toda a mudança, o sentimento de estar incluído em tudo que acontece no mundo para se sentir parte da sociedade.

Em uma sociedade onde a busca pela exposição, a competição, do lucro, do ideal de beleza e vida são constantemente inseridos em nossa mente, a internet é o maior responsável por essa disseminação. O fácil acesso a conteúdos mais diferentes e de pessoas de todas as partes do mundo acaba interferindo em nossas vidas além de se ter conhecimento dos ganhos que essa exposição trás para essas pessoas nos faz querer interagir e utilizar ainda mais esse meio e se sentir parte e na possibilidade de um dia ser igual a tal.

A cibercultura permite que isso aconteça através das possibilidades que ela abre uma vez que acessamos a internet, isso faz com que muitas vezes passamos mais tempo do que necessário na frente do computador e quando não recebemos algo novo nos sentimos excluídos do resto do mundo. Essa conexão com o resto do mundo tem tanto pontos positivos e negativos, a partir do momento que passa a interferir em nossas vidas.

REFERÊNCIAS

Livros:

BIEBER, Justin. **Justin Bieber. Primeiro passo para a eternidade: Minha História.** Editora Ediouro Publicações Ltda. Rio de Janeiro, RJ, 2010.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a revolução digital.** Editora Aleph Ltda. São Paulo, SP, 2012.

LEMOIS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Editora Sulina, 5ª edição. Porto Alegre, RS, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Editora 34, 3ª edição. São Paulo, SP, 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação de massa como extensão do homem.** Editora Cultrix. São Paulo, SP, 2007.

Jornais:

KALLUAN, Bernardo; SAMPAIO, Lucas. **Conteúdo é essencial para meme se espalhar.** Folha de São Paulo, caderno tecnologia, no dia 23/04/2012.

NASCIMENTO, Roberto. **Youtube faz reviravolta na parada da Billboard.** O Estado de São Paulo, Caderno 2, no dia 22/04/2013.

Sites:

Site do Youtube < <http://www.youtube.com/> > acesso desde 10.06.2013

Autor desconhecido. **O que é Cibercultura?.** Disponível em <<http://cibergeek.wordpress.com/2011/10/01/o-que-e-cibercultura/>> acesso em 18.06.2012

DIEL, Caroline; BASSO, Giovana. **O que é Cibercultura?.** Disponível em <<http://discutindocomunicacao.wordpress.com/2007/10/03/o-que-e-cibercultura/>> acesso em 09.07.2012

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **CIBERCULTURA, COMMONS E FEUDALISMO INFORMACIONAL.** Disponível em <<http://www.materiaincognita.com.br/sobre/editorial/#axzz2435XE7rD>> acesso em 13.07.2012

Autor variável. Site da revista impressa PIX Magazine. Disponível em <<http://youpix.com.br/>> acesso em 05.01.2013

MEDERIOS, Estefani. **Bilionário do YouTube, Psy ganha mais com vídeos do que com downloads de "Gentleman".** Disponível em

<<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2013/04/23/bilionario-do-youtube-psy-ganha-mais-com-videos-do-que-com-downloads-de-gentleman.htm>> acesso em 23.04.2013

AMOROSO, Danilo. **O que é Web 2.0?**. Disponível em <<http://www.tecmundo.com.br/web/183-o-que-e-web-2-0-.htm>> acesso em 30.05.2013

IVANI. **Interatividade: Conceitos**. Disponível em <<https://blog.ufba.br/dancanovasmidias/2008/10/23/24/>> acesso em 30.05.2013

WEBER, Aline. **Afinal, o que é interatividade?**. Disponível em <<http://www.revistapontocom.org.br/edicoes-anteriores-artigos/afinal-o-que-e-interatividade>> acesso em 30.05.2013

Urban Dictionary. **Beliber**. Disponível em <<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Belieber>> acesso em 04.06.2013

Não Salvo. **Os melhores memes de 2012**. Disponível em <<http://www.naosalvo.com.br/os-melhores-memes-de-2012/>> acesso em 22.06.2013

Dicionário Online de Português **Celebridade**. Disponível em <<http://www.dicio.com.br/celebridade/>> acesso em 04.06.2013

Autor desconhecido, Uol Entretenimento. **"Falso Psy" engana fotógrafos e famosos em eventos do Festival de Cannes**. Disponível em <<http://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2013/05/23/falso-psy-engana-fotografos-e-famosos-em-eventos-do-festival-de-cannes.htm>> acesso em 23.05.2013

Auto desconhecido, G1 Globo. **Enciclopédia Britannica inclui Psy em sua lista de personalidades ilustres**. Disponível em < <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/05/enciclopedia-britannica-inclui-psy-em-sua-lista-de-personalidades-ilustres.html>> acesso em 01.05.2013

Autor desconhecido, G1 Globo. **Psy ganha homenagem durante o festival de Tribeca, nos EUA**. Disponível em < <http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2013/04/psy-ganha-homenagem-durante-o-festival-de-tribeca-nos-eua.html>> acesso em 26.04.2013