

## **Convergência ou cooperação? Uma análise sobre o jornalismo da Rolling Stone Brasil**

## **Convergence or cooperation? An analysis about the journalism of the Rolling Stone Brazil**

Manoella Fortes FIEBIG<sup>1</sup>

### **Resumo**

Este trabalho tem por objetivo realizar uma reflexão sobre os conceitos de convergência midiática e cooperação de meios de comunicação, a fim de encontrar divergências entre estes dois pontos de vista. Além disso, realiza-se, neste trabalho, uma análise comparativa a fim de entender como estes conceitos podem ser aplicados em dois suportes midiáticos diferentes: o impresso e o digital. Para tanto, optou-se por realizar uma análise de conteúdo comparando uma edição impressa da Revista Rolling Stone BR com sua respectiva edição *online*, para investigar em que medida a publicação se utiliza de princípios de ambos os conceitos, fundamentados neste estudo pelas proposições de Jenkins (2006), Avilés (2006) e Lorangeira e Quadros (2007), para ancorar o seu fazer jornalístico.

**Palavras-chave:** Comunicação. Convergência Midiática. Cooperação de Meios. Rolling Stone BR. Multimídia.

### **Abstract**

This work conducts a reflection on media convergence and cooperation of media and seeks to find differences between these two concepts. Moreover, we conducted a comparative analysis to understand how they can be applied in two different media: the printed and digital. Therefore, we decided to conduct a content analysis comparing a print edition of the magazine Rolling Stone BR with their respective online edition to investigate how the publication uses principles of both concepts, based on this study by the propositions of Jenkins (2006), Avilés (2006) and Lorangeira and Quadros (2007).

**Keywords:** Communication. Media convergence. Media Cooperation. Rolling Stone BR. Multimedia.

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Bolsista CAPES. Membro do grupo de pesquisa “CLICK – Comunicação e Cibercultura”.  
E-mail: manoellaff@gmail.com

## Introdução

As revistas são publicações que nasceram impressas e com o advento de novas plataformas midiáticas, muitas delas migraram para os meios digitais, obedecendo às tendências de uma tecnocracia cada vez mais abrangente na sociedade. Neste sentido, acompanhando as mudanças tecnológicas que afetam diretamente a prática jornalística nas redações impressas, revistas como a versão brasileira do periódico norte-americano, Rolling Stone, encontram-se adequadas (ou em processo de adequação) às mídias digitais, sem perderem a cultura da publicação mensal impressa. Neste sentido, conteúdos que antes eram publicados de maneira singular, em apenas um veículo de comunicação, hoje encontram na pluralidade de mídias uma forma de se reinventarem e prenderem a atenção do público, que por sua vez, também encontra-se em processo contínuo de adaptação com as novas formas de comunicabilidade.

Este trabalho pretende visualizar como a versão brasileira da revista Rolling Stone assimilou essa tendência. Aliando alguns conceitos de jornalismo cultural (MIRA, 2001; NETO, 2006; PIZA, 2004; SCALZO, 2006), trazemos a reflexão teórica sobre a cultura da convergência, expressão cunhada por Henry Jenkins (2008) e que suscita uma diversidade de debates acerca do processo de passagem de conteúdos e apropriação destes de uma mídia para outra.

Entretanto, antes de iniciarmos a reflexão sobre questões teóricas, sentimos a necessidade de apresentar ao leitor o objeto empírico desta pesquisa. A Revista Rolling Stone é uma publicação mensal, cujas origens são baseadas nos EUA e remontam à década de 1960. No Brasil, a revista começou a circular em 2006 e oferece aos seus leitores conteúdos predominantemente sobre a indústria musical, nos níveis internacional e nacional, embora conte também com editorias variadas, como política, cultura e entretenimento. Em sua página oficial do *facebook*, a revista se considera a maior publicação de entretenimento do mundo, levando em consideração suas dezessete edições internacionais. A edição impressa da revista brasileira conta com 98 páginas que distribuem, em todo seu espaço, gêneros jornalísticos como a reportagem, notas, editorial, artigos de opinião, agenda e publicidade. Além dos conteúdos produzidos pela redação brasileira, a Rolling Stone BR ainda conta com artigos oriundos da edição-mãe norte-

americana. A revista é editada pela *Spring* Publicações Ltda., e sua sede se localiza em São Paulo. Apresentado nosso objeto empírico, passamos para as reflexões teóricas sobre convergência midiática e cooperação de meios para dar início à fundamentação de nossas análises.

## **Convergência e cooperação: contrapondo conceitos**

A internet, segundo Pollyana Ferrari (2008), despontou no mercado como um “novo e fascinante campo de trabalho para jornalistas” (p.53). Em seu livro “Jornalismo Digital”, ela disserta sobre as possibilidades de aliança entre o fazer jornalístico e as oportunidades *online*. Ferrari (2008) relata que a internet veio para tomar conta da vida das pessoas e por consequência disto, este recurso afetaria diretamente o trabalho dos jornalistas e dos meios de comunicação. O nicho construído pelo ambiente digital, considerado por Pierre Lévy (1999) como ciberespaço, criou uma nova cultura de comunicação entre pessoas e mercados. O autor, que se tornou um clássico dentro dos estudos sobre *internet*, principalmente no ramo da comunicação (e que, em alguns pontos já se encontra defasado), considera que o ciberespaço

é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 17)

Tomando como base esta definição clássica<sup>2</sup> (que, como afirmado anteriormente, já foi problematizada por diversas lentes e, inclusive, pode ter sido superada de acordo com outros pontos de vista mais atuais), podemos dizer que o nicho criado pela *internet*, acrescentando cada vez mais mídias às narrativas, é o que Jenkins (2006) considera como a revolução do conhecimento: a cultura da convergência, onde as mídias se relacionam concomitantemente. Vale lembrar, entretanto, que a convergência de Jenkins vai muito além da questão técnica e da *internet*, como veremos a seguir. Para o autor, a convergência

---

<sup>2</sup> Neste estudo optou-se por utilizar a abordagem clássica sobre cibercultura e ciberespaço, cunhada por Pierre Lévy, mesmo que já tenham estudos atuais sobre a obsolescência destas teorias.

permeia todo o cotidiano da sociedade atual e se revela como uma revolução, inclusive, cultural.

Na capa de seu livro “Cultura da Convergência”, publicado pela primeira vez em 2006, já encontramos uma definição básica para o que estava por vir nas 293 páginas seguintes: “As mídias tradicionais são passivas. As mídias atuais, participantes e interativas. Elas coexistem. E estão em rota de colisão. Bem vindo à revolução do conhecimento. Bem vindo à cultura da convergência”. Em sua obra, Henry Jenkins traz uma reflexão generalista sobre o atual cenário cultural, que é intercalado pelas mídias e pela apropriação de conteúdos, pela cultura participativa, alternativa e interativa. Segundo o autor “convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais” (JENKINS, 2006, p. 27), ou seja, é uma obra generalista por envolver todos estes segmentos da sociedade.

Neste sentido, a convergência pode acontecer em diversas esferas da vida social, e pode se apresentar, igualmente, de diversas maneiras, por exemplo “no mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes” (JENKINS, 2006, p. 27). Entende-se neste artigo como convergência midiática, a construção pela qual a informação (no caso do produto do trabalho dos jornalistas) passa quando transita por diferentes suportes midiáticos.

Jenkins pensa na definição de convergência seguindo três frentes de reflexão: a primeira refere-se ao “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos”, a segunda, diz respeito “à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos”, e, por último, o autor considera como convergência também o “comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2006, p. 27).

Estas considerações iniciais são convenientes neste trabalho, principalmente, para teorizar o que, na prática, vivenciamos todos os dias. A convergência midiática pode ser exemplificada de maneiras variadas: basta inventar um passeio ao parque que lá você encontrará pessoas fazendo corridas e caminhadas com fones de ouvido, ouvindo músicas em seus *players* particulares; outro exemplo pode ser visualizado quando estamos lendo o jornal impresso e acessamos conteúdos complementares por meio de *QR Code*, pela tela de um *smartphone*; ou, então, quando navegamos no portal de um jornal na *internet* e nos

deparamos com uma reportagem que utiliza elementos gráficos como *gifs* animados, infográficos, áudios, galeria de fotos, *hiperlinks* e *tags* que nos transportam para outros conteúdos, para o “universo oceânico” de dados e informações presentes no ciberespaço, como citado por Lévy (1999). Todas essas ações – e são apenas três exemplos corriqueiros, vale lembrar que a convergência pode ser encontrada em outras tantas atividades que atravessam nosso cotidiano em sociedade – têm em comum a convergência das mídias e sua dimensão cultural intrínseca, anteriormente explicitada pelas proposições de Jenkins.

Sendo assim, pode-se refletir sobre a nova cultura da sociedade, que nasce junto com o advento do ciberespaço e, segundo Pierre Lévy, é denominada como cibercultura, isto é, a cultura contemporânea em que estamos inseridos. Lévy (1999) considera como cibercultura “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (1999, p. 17). Trazemos estas definições para situar o leitor acerca dos conceitos que transpassam nossos estudos neste artigo, julgando ser essencial a definição destes termos para entrarmos na questão principal que norteia nosso trabalho: a revista *Rolling Stone BR*, por estar adequada às mídias sociais digitais, exerce um papel de cooperação ou de convergência no momento de publicar seus conteúdos do meio impresso ao digital?

Para tanto, encontramos em Avilés (2006) algumas considerações acerca dos mitos que envolvem a convergência midiática e, em seguida, demonstramos conceitos que nos ajudarão a refletir sobre a ideia de cooperação dos meios. Para o autor, as redações jornalísticas já estão configuradas levando em consideração um pensamento multimídia, ou seja, os profissionais, diretores de empresas de comunicação e editores já pensam suas práticas profissionais de maneira multiplataforma (do áudio, ao vídeo, ao texto, à foto).

Avilés (2006) relata que atualmente, o ambiente de trabalho dos jornalistas, isto é, as redações, organizam-se de acordo com três pilares, que são: 1) a reconfiguração da estrutura física e organizacional da redação; 2) a mudança de mentalidade de jornalistas e diretores e; 3) o uso intensivo da tecnologia multimídia no trabalho jornalístico (AVILÉS, 2006, p. 38).

Neste caso, o autor reconhece que as redes, as mídias digitais e todos os aparatos tecnológicos já estão sendo fortemente utilizados na nova configuração do ambiente de trabalho dos jornalistas. Entretanto, destaca o autor “a convergência tem sido apoiada por uma série de afirmações e promessas que, com o passar do tempo, têm se mostrado errônea

e inexata” (AVILÉS, 2006, p.39). Em seguida, Avilés enumera uma diversidade de mitos que envolvem o conceito de convergência na prática, um deles é o mito – também citado por Larangeira e Quadros (2007) –, de que a convergência pode adquirir muitas formas, desde a cooperação até a versatilidade, entretanto, logo em seguida o autor ressalva o que acontece de fato nas redações: para este último mito, o autor garante “*la simple cooperación entre médios no es convergência*”<sup>3</sup> (AVILÉS, 2006, p.39).

## Então o que é cooperação?

Larangeira e Quadros (2007) destacam que a tendência dos meios de comunicação já não é tanto a da convergência midiática, mas sim a da cooperação de meios. Os autores salientam que

A possível interação com os leitores tem sido a chave para abrir uma nova porta para os jornais impressos que, inspirados nas características dos diários na *web* ou outros sistemas presentes na rede, têm seguido o caminho do digital ao neo-analógico com o principal intuito de renovar-se e aproximar-se do público. A trilha percorrida, independente do meio de comunicação em foco, é muito mais ampla e tende a estabelecer um modelo que pode ir do analógico ao digital e do digital ao neo-analógico, não necessariamente nesta ordem, materializando a aplicabilidade do mito do Eterno Retorno no jornalismo do século XXI. (LARANGEIRA E QUADROS, 2007, p. 01)

A cooperação, para os autores, acontece tanto pelo estímulo para a participação do leitor no cotidiano do trabalho do jornalista, quanto pela apropriação de conteúdos de outros meios (os autores citam Fidler (1998) para exemplificar que um novo meio de comunicação, não necessariamente exclui as potencialidades de outro, mais antigo. Ao contrário, defendem que um meio antigo tende a adaptar-se e evoluir paralelamente aos novos meios). Larangeira e Quadros (2007) realizam uma comparação entre as mídias tradicionais (admitidos por eles como meios analógicos) e novas mídias (para eles, mídias digitais) em busca de um caminho para o jornalismo (para produtos repaginados, reconfigurados e, definidos por eles como neo-analógicos) no século XXI. Neste caso, os autores consideram que “mais do que intensificar a convergência das mídias, as empresas

---

<sup>3</sup> Tradução: “A simples cooperação entre meio não é convergência”.

de comunicação nesse momento caminham no sentido da cooperação entre os meios” (LARANGEIRA E QUADROS, 2007, p. 02).

Os dois autores debatem criticamente com as reflexões propostas por Henry Jenkins (2006) em seu “Cultura da Convergência” e encontram afinidades com diversas reflexões propostas por José García Avilés (2006) quando se propõe a desmistificar e colocar em crítica a conceituação teórica sobre a convergência midiática. As concepções propostas por Larangeira e Quadros (2007) e Avilés (2006), por conseguinte, seguem a linha das noções de cooperação entre meios, da reconfiguração das empresas de comunicação que utilizam a metáfora da “convergência midiática” para reduzir recursos humanos dentro das empresas/redações jornalísticas, pensam nos riscos de veículos de comunicação se parecerem muito entre si, etc. Além destas, a ideia de que mídias tradicionais se reinventam à luz das novas mídias também é discutida com fôlego pelos autores.

Por este ângulo, a tecnologia de redes, das mídias digitais e da interatividade, inegavelmente, promoveu transformações profundas no fazer jornalístico, “mas aos poucos a convergência [...] é desmistificada”. A convergência fora aclamada assim que surgiu, como se esta fosse a responsável pelo futuro mais seguro dentro do ciberespaço, entretanto, como os autores aqui citados argumentam, é necessário relativizar alguns conceitos de Jenkins, problematizando de maneira analítica e crítica suas proposições. Segundo Larangeira e Quadros (2007) “a convergência não é mais vendida como a grande revolução do jornalismo mundial, como acontecia no início de 2000” (LARANGEIRA E QUADROS, 2007, p. 02). Para estes teóricos, enfim, a convergência se disfarça como uma “metáfora de processos evolutivos”, já que fora encarada com certo grau de otimismo após sua gênese. Os autores relatam que “nos meios de comunicação, esse processo é contínuo e aponta que antigas formas sempre são utilizadas por uma mídia mais recente”, ou seja, mais do que a convergência, há uma inovação no que se refere à apropriação de mídias tradicionais em relação às mídias recentes e, tendo como base estes estudos, elaboramos um quadro comparativo, com o objetivo de contrapor os conceitos de convergência midiática e cooperação de meios:

Quadro 1: contrapondo conceitos

CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA	COOPERAÇÃO DE MEIOS
<p>“Acontece na interação entre indivíduos que, ao compartilharem mensagens, ideias, valores, acrescentam suas próprias contribuições a isso, transformando-os e lançando-os de volta nas redes” (MARTINO, 2014, p. 35)</p>	<p>Conceito que considera a adaptação e posterior evolução das mídias tradicionais em paralelo ao surgimento de novas mídias. Esse conceito leva em consideração que as mídias, antigas e novas, podem coexistir e serem aplicadas juntas no jornalismo.</p>
<p>Jenkins entende por convergência o fluxo de conteúdos por meio de múltiplas mídias, a relação de cooperação entre mercado e indivíduo, bem como o comportamento desse indivíduo, que se reporta a qualquer lugar em busca de seus interesses. O autor acredita que, mais do que uma revolução tecnológica, a convergência também é uma revolução cultural.</p>	<p>“A cooperação de diários impressos renovados (denominados aqui de neo-analógicos) e digitais pode incrementar, por exemplo, o modelo de negócios do jornalismo na Internet ou fortalecer o jornalismo local. Neste caso, mais do que a convergência entre os meios há uma cooperação entre eles” (LARANGEIRA e QUADROS, 2007, p 03)</p>

Fonte: o autor

### Aplicabilidade dos conceitos na Revista Rolling Stone BR

O primeiro passo para entender se há a convergência ou a cooperação entre as mídias analógicas e digitais na revista Rolling Stone BR, foi a realização de leituras analíticas da revista impressa e de sua versão digital a fim de compará-las. Neste caso, optou-se pela análise de conteúdo como procedimento metodológico, pois este método trabalha bem com as páginas impressas e serve como parâmetro preliminar para as páginas *online*. Ainda assim, Lago e Benetti (2008) alertam para a prática de metodologias de pesquisa da e na *web*: segundo as autoras, numa pesquisa científica de jornalismo *online*, por exemplo, é essencial investigar como a prática jornalística interage com os elementos



próprios da *web*. Por esta razão, vamos adotar uma ferramenta metodológica complementar para dar subsídios à análise. A ferramenta foi proposta por Masip, Micó e Teixeira, no livro “Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo” organizado por Marcos Palacios (2001).

O procedimento metodológico proposto por Masip, Micó e Teixeira (2001) é denominado como “Ferramentas para Análise de Multimídia em Cibermeios” e nos propõe uma série de critérios para analisar “os elementos multimídia de caráter informativo” (2001, p. 87). Este procedimento divide a análise em fichas específicas para a análise de fotografias, vídeos, galerias de fotos, áudios e infografias. Neste caso, será aplicada uma ficha (ANEXO I) contendo elementos que indiquem se há a utilização de todos estes recursos multimídia nas matérias que foram publicadas na edição 107, de julho de 2015.

Neste trabalho, utilizando a ficha de análise, busca-se comparar as matérias da revista impressa com o conteúdo publicado no site da Rolling Stone BR. Para tanto, após ler a edição impressa, folheá-la, e, em seguida, ler a mesma matéria no site da revista, pôde-se notar que, na matéria “A Lutadora Mais Perigosa do Mundo”, os conteúdos foram simplesmente copiados da versão impressa e publicados em versão digital. Embora o suporte midiático tenha mudado, as fotos também são as mesmas, bem como as legendas e o texto, que se mantêm idênticos à edição impressa, sem edições complementares utilizando os inúmeros recursos que a *internet* possibilita. Isso demonstra que os conteúdos foram simplesmente replicados de um ambiente midiático para outro e, nesta matéria, em especial, a convergência não ocorre, tampouco a cooperação, já que é o mesmo material jornalístico sendo veiculado em suportes diferentes. O que entra em confronto com as respostas dadas pela editora da revista, Stella Rodrigues<sup>4</sup>, que foi consultada, para fins metodológicos nesta pesquisa.

Entretanto, a reportagem principal da edição impressa, “60 anos de Rock and Roll” foi inteiramente adaptada para o ambiente virtual. Para o leitor da *internet*, há um *link* específico para acessar o material que foi adaptado para a *web*. No *link*, encontramos uma

---

<sup>4</sup> Trecho da entrevista com Stella Rodrigues: “Há uma adequação. A linguagem das duas plataformas é a mesma, mas a edição da revista acaba sendo muito mais “cruel” em termos de cortes por causa dessa questão do espaço. Então, acabamos editando o texto para a revista e depois voltando ao material bruto para gerar o conteúdo para a web. Até porque, o site nos dá a liberdade de linkar notícias, quando citamos determinados fatos, ou inserir vídeos, quando eles são relevantes à história contada”.

galeria com 7 fotos, demarcando cada década da história do rock, que na revista, é contada minuciosamente no decorrer das 18 páginas de textos e fotos. O texto também foi modificado, principalmente para introduzir o leitor no tema da reportagem. Neste caso, podemos dizer que há, de fato, a convergência, já que traz um conteúdo de uma mídia tradicional (o impresso) totalmente adequado à mídia atual (ao *site*, na *internet*, utilizando de galeria de fotos, *hiperlinks* e com linguagem totalmente adaptada, própria para o ambiente digital).

Além disso, pode-se dizer que há também a cooperação entre os meios, já que, como explica Stella, a redação da revista tenta “fazer o impresso e o online andarem sempre juntos. Inclusive, as duas plataformas compartilham a equipe, de forma que todos os editores, repórteres e estagiários estão sempre pensando nas duas coisas ao mesmo tempo” (editora da Rolling Stone BR, em entrevista a autora). Ela explica que, uma forma de cooperação entre os meios se dá quando, numa página da revista impressa, eles inserem uma chamada para o *site* em formato de um *box* cinza, para que o leitor continue acompanhando determinado tema pela *internet*.

Já na revista impressa, pode-se observar outro exemplo de cooperação entre as mídias, quando, na página 08, há um espaço destinado a alguns assuntos que foram publicados apenas no *site*<sup>5</sup>. Sendo assim, pode-se observar exemplos dos dois conceitos discutidos no referencial teórico, demonstrando que ambos têm a possibilidade de serem aplicados e, dentro de suas divergências ou similaridades, ambos podem servir como novos paradigmas dentro do trabalho e do cotidiano dos jornalistas.

## Considerações finais

A aplicabilidade dos dois conceitos trazidos neste trabalho pode ser visualizada perante uma leitura de ambos os suportes, seja a leitura somente da revista impressa ou de sua edição virtual. Nos dois suportes pode-se encontrar elementos de convergência midiática e de cooperação entre os meios, e esta constatação nos leva a pensar nas possibilidades de associar os conceitos com a realidade vivida nas redações jornalísticas.

---

<sup>5</sup> Stella Rodrigues, editora da Rolling Stone BR, em entrevista: “a edição impressa tem uma página logo no início destacando nossas redes sociais e uma parte do conteúdo que produzimos no site. Como cada mídia tem recursos específicos que não funcionam nas outras plataformas, tentamos usar cada reportagem/entrevista em cada uma delas para aproveitar ao máximo”.

Por esta razão, inclusive, é que julgamos necessária a conversa com a editora da revista, pois a teoria só pode ser validada quando a colocamos em prática, ou a confrontamos com o que de fato acontece na realidade.

Neste sentido, afirma-se, neste estudo teórico-comparativo, que há a convergência e há, também, a cooperação entre os meios. Estes coexistem e são passíveis de discussão, bem como de apropriação e desconstrução, podendo suscitar novas análises sobre os caminhos do jornalismo e da produção da informação. Com o avanço cada vez mais acelerado e vertiginoso das tecnologias de comunicação, as teorias e também as práticas tendem a se modificar, adaptando-se ao novo e, essencialmente, sem esquecer o que fora realizado no passado. A ideia, neste artigo, é justamente a de intensificar a reflexão sobre os paradigmas que surgem com a contemporaneidade. Embora de caráter inicial, este estudo elabora alguns questionamentos para a pesquisa na área da convergência.

Neste sentido, neste artigo foi possível, por meio da comparação e aplicação das fichas de análise de conteúdo, aliar o princípio da cooperação com o termo cunhado por Jenkins. Sendo assim, o objeto empírico (Rolling Stone BR) demonstrou que há a possibilidade de unir estes termos em prol de um jornalismo que a cada momento se transforma e se encobre de diversas mídias, novas narrativas e novos horizontes.

## Referências

AVILÉS, José Alberto García. **Desmistificando la convergência periodística**. Chasqui: núm. 94, Equador. 2006, p. 34-39

BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, 286 p.)

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª edição ed. Aleph, 2006.

LARANGEIRA, Álvaro Nunes; QUADROS, Cláudia Irene de. **Assim caminha o jornalismo do século XXI: do digital ao neo-analógico**. In: XVI Encontro da Compós, Curitiba/PR, junho, 2007. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_239.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_239.pdf) Acesso em: 10/08/2015

LÉVY, Pierre. **Cibercultura** – São Paulo, Editora 34. 1ª edição, 1999

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. – Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.

MASIP, Pere; MICÓ, Josep Lluís; TEIXEIRA, Tattiana. Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios. In.: **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo**, PALACIOS, Marcos (Org.). Vol. 1: Modelos. Covilhã, Labcom Books, 2011. Acessível em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/82>

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

NETO, Pedro Fernandes da Silva. **Avaliação e música popular massiva**: uma análise de críticas musicais publicadas em jornais impressos. Monografia (Bacharel em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2006.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004. (Coleção Comunicação)

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2006.