

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
PUC/SP**

Thiara Ribeiro Santos

**Saiba como funciona e seja feliz:  
estudo das modalizações dos saberes nos *sites* instrucionais**

**MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA**

SÃO PAULO  
2012

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
PUC/SP**

Thiara Ribeiro Santos

**Saiba como funciona e seja feliz:  
estudo das modalizações dos saberes nos *sites* instrucionais**

**MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica – Signo e Significação nas Mídias, sob a orientação do Prof. Doutor José Luiz Aidar Prado.

SÃO PAULO  
2012

## ERRATA

PÁGINA	LINHA	ONDE SE LÊ	LEIA-SE
37	22	<i>Traffic Rank</i> <sup>21</sup>	<i>Traffic Rank</i> <sup>21</sup>
45	11	ferramntas	ferramentas
63	6	semais	demaís
80	1	19 categorias, a partir das temáticas, podemos observar	19 temáticas, podemos observar
94	6	anteriormente	na página seguinte
100	6	<i>website</i>	<i>site</i>
101	17	fazer-fazer	saber-fazer
111	1	não contemplam o consumo exacerbado	não contemplam, de forma direta, o consumo exacerbado
113	7	exigências da sociedade como um todo, valores	exigências da sociedade como um todo (dispositivos disciplinares), valores

SANTOS, Thiara Ribeiro. *Saiba como funciona e seja feliz: estudo das modalidades dos saberes nos sites instrucionais*. Dissertação de Mestrado. PUC-SP, 2012.

Banca Examinadora

---

---

---

*Para meus amados pais Silvestre e Rosemary, avós Josefa e Juca e irmão Alan, para meu querido orientador Aidar e para o CNPq.*

*When I was younger, so much younger than today  
I never needed anybody's help in anyway  
But now these days are gone, I'm not so self assured  
Now I find I've changed my mind and opened up the doors*

*Help me if you can, I'm feeling down  
And I do appreciate you being round  
Help me, get my feet back on the ground  
Won't you please, please, help me*

*And now my life has changed in oh so many ways  
My independence seems to vanish in the haze  
But every now and then I feel so Insecure  
I know that I just need you like I've never done before*

*(Help! – The Beatles)*

## RESUMO

Esta pesquisa estuda os contratos de comunicação de *sites* especializados em videoaulas que propagam guias modalizadores que indicam como os usuários-destinatários das informações devem-ser e devem-fazer inúmeras tarefas cotidianas. As orientações de como agir são ofertadas por meio de receitas que instruem passo a passo a realização de todas as etapas necessárias para a conclusão bem sucedida das ações. Analisaremos como os *sites* se categorizam e como dispõem as temáticas para os enunciatários. Beleza, saúde e comportamento são exemplos de temas relacionados à imagem pessoal, conteúdos a serem abordados no *corpus* da pesquisa. Realizaremos um mapeamento dos dispositivos comunicacionais existentes nos *sites* e investigaremos, a partir dos arranjos modais do fazer e do saber operados na instituição dos contratos de comunicação, os efeitos de sentido que provêm dos textos no intuito de identificarmos a existência de modalizações e instigação ao consumo. Foram levantadas as seguintes questões de pesquisa: quais são os dispositivos que fortalecem os contratos de comunicação nos *sites*? Como os enunciadores convocam os enunciatários? Como o programa biopolítico é proposto? De que forma as modalizações ocorrem? Como as navegações dos *sites* procedem? De que modo se organiza a distribuição dos agendamentos temáticos relativos aos modos de doar competência aos usuários? Há incentivo de consumo material (indicações de lojas virtuais e/ou físicas) e consumo imaterial (estimulando novos saberes/conhecimento) através das temáticas exploradas? O *corpus* é constituído por 14 *sites*: *5min*, *About.com*, *Ask*, *Askmen*, *Como fazer as coisas*, *Do it Yourself*, *eHow*, *Helpfulvideo*, *Howcast*, *Monkeysee*, *Saber Hacer*, *Videojug*, *WIKIHOW* e *Wonderhowto*. A perscrutação dos dispositivos mais utilizados será evidenciada para identificar as estratégias discursivas dos enunciadores. Elaboraremos também um mapeamento das categorias de videoaulas dos *sites* e organização das argumentações deste projeto com base nos discursos e teorias sobre autoajuda, biopolítica, cotidiano, narrativas hipermidiáticas, cibercultura e consumo pós-moderno. A fundamentação teórica contempla os discursos comunicacionais conforme Charaudeau, Deleuze, Foucault e Semprini e no campo do ciberespaço as teorias de Trivinho, Rifkin e Castells, além de outros estudiosos como Bauman, Prado, Freire Filho, Certeau e Greimas.

**Palavras-chave:** contratos de comunicação; *sites*; videoaulas; modalizações; autoajuda; cotidiano.

## ABSTRACT

This research is focused on the user agreements of sites specialized in instruction videos that propagate modal guides which indicate how the users-recipient of the information should be and should do in many daily tasks. The orientations on how to act are offered through recipes that instruct provide a step by step guide to complete all the requirements for successful completion of actions. This project will analyse how the sites are categorized and how the topics are organized to their readers. Beauty, health and lifestyle are examples of topics related to personal appearance, the contents to be covered in the research corpus. A map of communication devices that exist within the sites will be created and investigated, beginning from the modal arrangements of the “to do” and “to know” operated within the establishment of communication contracts, the effects of meaning that derive from the texts in order to identify the existence of modalizations and instigation of the consumption. The research questions are the following: what are the devices that fortify the communication contracts within the sites? How are the readers summoned? How is the biopolitical program proposed? How does the modalizations happen? How does the navigation of the site take place? How is organized the distribution of thematic schedules concerning the ways to donate competence to the users? Is there encouraging material consumption (indications of stores) and immaterial consumption (encouraging new skills/ knowledge) through the topics explored? The corpus consists of 14 sites: *5min*, *About.com*, *Ask*, *Askmen*, *Como fazer as coisas*, *Doityourself*, *eHow*, *Helpfulvideo*, *Howcast*, *MonkeySee*, *Saber Hacer*, *Videojug*, *Wikipedia* and *Wonderhowto*. The investigation of the most used devices will be evidenced to identify the discursive strategies of the enunciators. We also elaborate the map of the categories of the video classes that are in the sites and organizations of the arguments of this project based on the speeches and theories about self-help, biopolitics, daily, hypermedia narratives, cyberspace and postmodern consumption. The theoretic fundamentation includes studies about the communication speeches as Charaudeau, Deleuze, Foucault and Semprini, in the field of cyberspace the theories of Trivinho, Rifkin and Castells, and other scholars such as Bauman, Prado, Freire Filho, Certeau and Greimas.

**Keywords:** communication contracts; sites; video classes; modalizations; self-help; daily.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	09
<b>PARTE 1</b>	
A MUDANÇA DOS LAÇOS SOCIAIS .....	16
1. O COTIDIANO EM CONSTANTE TRANSFORMAÇÃO .....	17
2. O PODER DO CAPITALISMO .....	20
3. BIOPOLÍTICA, VIDA ISOLADA E VONTADE DE SABER .....	24
4. A AUTONOMIA DO INDIVÍDUO E A BUSCA DE AUTOAJUDA .....	25
5. INTERAÇÃO <i>ONLINE</i> .....	28
6. BUSCA DA FELICIDADE .....	32
<b>PARTE 2</b>	
OS SABERES NOS <i>SITES</i> .....	35
1. APRESENTAÇÃO GERAL DOS <i>SITES</i> .....	36
2. APRESENTAÇÃO DOS <i>SITES</i> DO SEGMENTO “COMO FAZER” .....	51
3. ANÁLISE DOS <i>SITES</i> DO SEGMENTO AUTOAJUDA .....	82
3.1. <i>Askmen</i> .....	83
3.2. <i>Saber Hacer</i> .....	91
3.3. <i>Videojug</i> .....	94
3.4. <i>WIKIHOW</i> .....	102
4. MAPEAMENTO GERAL DAS VIDEOAULAS .....	105
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	108
BIBLIOGRAFIA .....	114
ANEXO CD - IMAGENS DAS PÁGINAS PRINCIPAIS DOS <i>SITES</i> ANALISADOS...	121

## INTRODUÇÃO

Na pós-modernidade expandiu-se a utilização de ferramentas tecnológicas que auxiliam – e em determinados casos até cumprem por si só – funções que antes eram garimpadas com muitos esforços pelos sujeitos em ação. Aparelhos eletrônicos com sistemas de internet 3G, *wireless*, *GPS*, entre outros, ganharam importância e desde então são considerados essenciais.

Castells (1999, p. 439) afirma que “existem milhões de usuários de redes no mundo, cobrindo todo o espectro da comunicação humana, da política e da religião ao sexo e à pesquisa”. A internet, ferramenta de comunicação tão presente na vida pós-moderna, conquistou o interesse das pessoas por incorporar elevados números de textos, imagens e sons. Diante desse fato, é notória a ascensão de *sites* que divulgam videoaulas ensinando “como funciona” assuntos variados nesta mídia – principalmente após o surgimento do *Youtube* (<http://www.youtube.com>), *site* fundado em 2005, que possibilita o carregamento e compartilhamento de vídeos nas redes virtuais.

Criada inicialmente como um projeto militar na década de 1960, a internet atualmente pode ser considerada um marco do funcionamento social – por ter a capacidade de armazenar um enorme banco de dados e conectar virtualmente as pessoas que são chamadas de usuários e/ou internautas. Apesar disso, ela é um meio de comunicação utilizado apenas por uma parte da população, mas que aumenta vertiginosamente. Nas palavras de Semprini:

[...] comparada às manifestações espaciais e humanas, a mediação eletrônica é certamente menos concreta e carnal, mas ela apresenta outras especificidades. Em primeiro lugar, a forte interatividade, que a torna particularmente adaptada à construção da relação. Em segundo lugar, a dimensão espetacular e viva, advinda de sua lógica audiovisual. As técnicas de composição e de dinamismo dos *sites* da internet evoluem sem cessar e permitem efeitos gráficos e formas de animação sempre mais sofisticadas. Em terceiro lugar, eles introduzem na relação uma dimensão de divertimento [...] (SEMPRINI, 2006, p. 216).

No campo virtual, vários textos são publicados, alguns através de iniciativas individuais (a exemplo dos *blogs*, *vlogs*, *fotologs* e perfis em *sites* de relacionamento), e outros são elaborados em nome de corporações com ou sem fins lucrativos; todos com o objetivo de serem “ouvidos” por milhares de pessoas e com o intuito de transmitir algum saber, independentemente do grau de importância acadêmica e científica atribuída à

informação. Trata-se da liberdade de expressão na internet, caracterizada pelo poder comunicar uma opinião, uma reclamação ou criar debates – longe da censura das mídias como na televisão e no rádio (em que, muitas vezes, é preciso ter a aprovação dos diretores antes da veiculação) – uma liberdade que só é controlada quando ocorre a publicação de insultos relacionados a outrem, gerando processo por danos morais. Contudo, o homem contemporâneo tem a necessidade de falar e de ser ouvido por outros indivíduos para se sentir pertencente à sociedade e os dispositivos utilizados para informar algo aos demais enunciatários da mensagem, são: linguagem verbal escrita ou sonorizada, fotografias, desenhos e vídeos. Enfim, todo tipo de texto sincrético. Segundo Charaudeau:

*O dispositivo é a condição que requer que o ato de comunicação se construa de uma maneira particular, segundo as circunstâncias materiais em que se desenvolve. Define-se através das respostas às perguntas: “Em que ambiente se inscreve o ato de comunicação, que lugares físicos são ocupados pelos parceiros, que canal de transmissão é utilizado?” O dispositivo constitui o quadro topológico da troca, que é mais ou menos manifesto, mais ou menos organizado. [...] O dispositivo é o que determina variantes de realização no interior de um mesmo contrato de comunicação. (CHARAUDEAU, 2007, p. 70).*

Os discursos dos enunciadores objetivam atingir os públicos enunciatários no intuito de que estes últimos aceitem o que é dito, estabelecendo o contrato comunicacional. Recursos como a hipertextualização<sup>1</sup> são utilizados por esses *sites* para conquistar a atenção dos destinatários das modalidades ali expostas. A modalidade é, muitas vezes, aplicada pelo enunciador através de palavras de incentivo à prática de ações, ensinadas como a melhor forma de se executar tarefas, de aprender algo, de compreender um programa de ação. O discurso da aprendizagem bem sucedida está presente na modalidade, e o ensinamento, para melhor ser divulgado, é explanado através de instruções realizadas passo a passo. Entretanto, a primeira decisão para a busca de um saber-fazer algo, através desse recurso, se deve ao interesse do indivíduo no campo real, ou seja, das necessidades, dificuldades, vontade de aprender, dúvidas ou questionamentos dele fora do espaço virtual. Tudo parte de um querer-saber e de um querer-fazer. É sobre ele que atuará a convocação do enunciador para o saber oferecido e para o dever-fazer. Se eu quero fazer algo, como devo proceder, o que devo aprender, como devo fazer o que deve ser feito?

Na internet, podemos observar vários *sites* que disponibilizam modalidades de saberes com a inclusão de videoaulas gratuitas para os internautas. Uma tendência, que de

---

<sup>1</sup> Hipertextualização é “um modo de apresentação estético-pragmático [...] dos produtos ciber culturais e da rede”. (TRIVINHO, 2007, p. 117).

acordo com Rifkin é atual, é a de transformar os compradores em usuários para que as pessoas estejam em constante contato com as empresas, fazendo, assim, parte do cotidiano delas. Os *sites* analisados nesta pesquisa, apesar de não venderem produtos, constroem a ideia de serem canais de informação sobre fazeres e afazeres cotidianos<sup>2</sup> e sobre os saberes em geral, cujo serviço é gratuito para o internauta. Porém, assim como em outros ambientes virtuais, a exemplo do *globo.com*, os programadores procuram estimular o internauta-consumidor a visualizar suas páginas virtuais constantemente, pois quanto maior o fluxo de usuários, igualmente maior a chance de se obter recursos financeiros através da veiculação de publicidades de outras empresas, em seus respectivos *sites*.

Acreditamos que esta dissertação seja pertinente à área de comunicação devido ao crescente número de surgimentos de *sites* instrucionais e ao grau de modalizações dos saberes existentes neles. “Saiba como funciona e seja feliz” é destrinchado em duas vertentes: a primeira, a autoaprendizagem do “como funciona as coisas” – como praticar uma ação instrumental e a segunda é a autoaprendizagem mais relacionada ao “saber como funciona o mundo da felicidade” para, dessa forma, o enunciatório alcançar de fato o “se sentir feliz” ao praticar determinada ação, nomeada como a melhor pelo enunciador.

As páginas eletrônicas do *5min*, *About.com*, *Ask*, *Askmen*, *Como fazer as coisas*, *Do it Yourself*, *eHow*, *Helpfulvideo*, *Howcast*, *Monkeysee*, *Saber Hacer*, *Videojug*, *WikiHow*, *Wonderhowto*<sup>3</sup> publicam textos com o intuito de servirem de guias modalizadores das ações do cotidiano dos seus enunciatórios. Ao divulgar receitas já preestabelecidas para guiar os receptores da comunicação, a enunciação traz consigo uma manipulação que pode ser parcialmente despercebida pelo internauta em uma rápida análise da mensagem. Segundo os estudiosos do tema:

A manipulação caracteriza-se como uma ação do homem sobre outros homens, visando a fazê-los executar um programa dado [...] o que está em jogo, à primeira vista, é a transformação da competência modal do destinatário-sujeito: se este, por exemplo, conjunge ao *não poder não fazer* um *dever-fazer*, tem-se a provocação ou a intimidação; se ele lhe conjunge um *querer-fazer*, ter-se-á então sedução ou tentação. (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 300).

<sup>2</sup> Os “fazeres cotidianos” podem ser variadas ações realizadas no dia a dia, como por exemplo, “instalar uma cortina”, “desentupir um ralo do banheiro”. Já os “afazeres cotidianos” são atividades/ocupações que estamos habituados a praticar no nosso dia a dia, como por exemplo: trabalhar.

<sup>3</sup> Os endereços eletrônicos estão disponíveis nos links: *5min* <http://www.5min.com>, *About.com* <http://www.about.com>, *Ask* <http://www.ask.com>, *Askmen* <http://www.askmen.com>, *Como Fazer as Coisas* <http://www.comofazerascosas.com.br>, *Doityourself* <http://www.doityourself.com>, *eHow* <http://www.ehow.com>, *Helpful Video* <http://www.helpfulvideo.com>, *Howcast* <http://www.howcast.com>, *MonkeySee* <http://www.monkeysee.com>, *Saber Hacer* <http://www.saberhacer.com>, *Videojug* <http://www.videojug.com>, *WikiHow* <http://www.wikihow.com> e *WonderHowTo* <http://www.wonderhowto.com>.

Os internautas, considerados destinatários da comunicação, acessam tais endereços eletrônicos em busca de saberes escalonados através das temáticas desenvolvidas na enunciação, e quando estes aceitam os discursos empregados é estabelecido o contrato comunicacional. A busca pelo saber é o que motiva os indivíduos a procurarem na internet as respostas para dúvidas sobre “como saber fazer” coisas e “como agir” no mundo real. “O mundo histórico é o mundo do fazer humano. Esse fazer está sempre em relação com o saber, mas esta relação precisa ser elucidada.” (CASTORIADIS, 1982, p. 90). Todavia, o “saber-fazer” também está intimamente ligado ao “poder-fazer”, ou seja, ser capaz de fazer determinada tarefa. E para ser capaz – principalmente quando a tarefa não está relacionada às invenções da humanidade, a exemplo da invenção da lâmpada elétrica do gênio Thomas Edison – é preciso uma aprendizagem fornecida por conhecimentos ofertados por outras pessoas que já aprenderam as melhores maneiras de alcançar a realização da tarefa, de forma plausível.

As muitas mensagens expostas nos *sites* analisados nesta pesquisa se baseiam na oferta de saberes. Saber como pensar, agir, ler, escrever, ser, cantar, maquiagem, rezar, brincar, dançar, economizar, beijar, consertar, dirigir etc. A lista dos “saberes” torna-se ampla à medida que abrange cada verbete posto como palavra-chave (em forma de *tags*) nos *links* de busca de informações nos endereços eletrônicos. A partir da persuasão elaborada pelo enunciador-manipulador, a produção dos conteúdos modalizadores é apresentada no ciberespaço para estabelecer laços identitários dos enunciatários com as mensagens transmitidas. Os *sites* se colocam como canais facilitadores de aprendizados dos fazeres ou afazeres cotidianos, produzem nas enunciações os programas biopolíticos de bem-estar, saúde, beleza, entre outros (ligados ao ajustamento do sujeito na sociedade), e nos programas narrativos, os *sites* também fazem, muitas vezes, o uso do imperativo da felicidade, através da manipulação das ações que são ofertadas ao sujeito-enunciatário, por meio de instruções passo a passo, levando este sujeito a crer que, ao seguir exatamente todos os passos modalizados, ele alcançará o sucesso na realização da ação. É mais do que praticar uma ação, é praticar uma ação com excelência. O que amplia o interesse do internauta, pois este conecta as informações aprendidas com suas necessidades na vida real.

Logo no primeiro momento em que o usuário acessa a *homepage*, ele já é exposto a ciberícones<sup>4</sup> e a hipertextos<sup>5</sup>, que são as ferramentas que facilitam a navegação, e instigam a permanência do internauta na página virtual já que por meio delas são

---

<sup>4</sup> Os ciberícones designam as unidades de representação gráfica e imagética concernentes a funções técnicas claras e distintas. (TRIVINHO, 2007, p. 119)

<sup>5</sup> Os hipertextos não são só figuras, desenhos e logótipos, mas também relevos virtuais estampados por palavras e letras, grafismos e tracejados, diagramas e palhetas, setas e demais indicadores. (TRIVINHO, 2007, p. 119)

apresentados itens, em sua maioria coloridos, além de animações e fotos, no intuito de com a comunicação visual, reforçar a credibilidade da corporação no mercado virtual. Assim, os enunciadores dos *sites* se dirigem aos enunciatários supostamente interessados na busca por orientações sobre assuntos específicos, seja este motivado por uma procura de respostas para algum problema, dificuldade, curiosidade, vontade de aprender algo novo, dúvidas, questionamentos, preocupações, conflitos, busca por um passatempo, busca por um querer ajudar alguém a resolver algum problema ou dificuldade, somente para que ele se informe sobre assuntos diversos, planeje algo no futuro, descubra que alguma ação efetivada no passado poderia ser melhor realizada se tivesse acessado a página virtual antes ou, simplesmente, o acesso ao *site* pode ter sido motivado por uma visualização de uma publicidade do mesmo (através de outro *site* ou propaganda boca a boca, por exemplo). Existe uma multiplicidade de motivos que levam um indivíduo a se aproximar das informações que compõem o contrato comunicacional de *sites* com temáticas relacionadas a ações do cotidiano.

A enunciação apresenta saberes que os enunciatários, em busca de um aprendizado informal, por muitas vezes almejam e necessitam. As orientações buscadas pelos internautas são fornecidas nos *sites* através de modalizações, ou seja, receitas – chamadas também de modelos, fórmulas, guias, tutoriais, roteiros ou manuais – sobre ações que possivelmente os mesmos necessitam saber-fazer para, conseqüentemente, poder-fazer; uma espécie de autoajuda. É através das videoaulas que ocorrem as simulações de como o indivíduo deve agir e/ou ser, com respostas fornecidas em passo a passo e de forma contextualizada, facilitando a aprendizagem.

De acordo com o conceito deleuziano a “palavra de ordem”:

[...] é o ponto de engate a partir do qual se constitui uma totalização discursiva, um fechamento parcial do campo a partir do qual um discurso se sustenta provisoriamente e no qual as convocações para a fantasia são amarradas. (PRADO, 2010, p. 70)

A busca dos internautas por palavras de ordem como “sucesso”, “dinheiro”, “saúde”, “beleza”, “bem-estar” e “curtir a vida” é o que faz com que o internauta encontre o programa de modalização e eventualmente se interesse por ele. As palavras de ordem como o “*I want to get good at...*” (“Eu quero ficar bom em...” aplicada pelo *site videojug.com*) e o “*search*” (“pesquisa/busca” aplicada pelo *site doityourself.com*) são, nesses meios, utilizadas como palavras-chave de busca dos conhecimentos. Trata-se de um

espaço que conecta os interesses do usuário com as informações contidas no espaço virtual em questão. Através da inicialização da busca, o internauta se coloca no lugar de quem procura a autoajuda – visto que o acesso ao *site* se dá espontaneamente. O interesse por uma aprendizagem pode ser imaterial, uma busca por um saber intelectual, impalpável, ou pode ser material, como por exemplo, aprender a utilizar um martelo.

A união de diversos tipos de textos (escritos, imagens, audiovisuais) em uma só plataforma, que faz do *site* uma hipermídia, facilita a estruturação de toda comunicação ao captar maior atenção de quem se predispõe a assistir ao programa modalizador – quando comparado a apenas um texto escrito. A interface disponibilizada para o enunciatário da mensagem também é muito importante, pois ele escolhe utilizar o *site* específico (dentre tantos outros existentes na internet) para fazer uso do banco de dados dos saberes, ali presentes, por meio de listagens que, conseqüentemente ao terem seus *links* clicados, apresentaram enumeradas videoaulas sobre a temática escolhida. Muitos dos estudiosos da área de audiovisual, como Arlindo Machado, já discutiram a junção da imagem em movimento com o recurso sonoro, pois quando unidos de forma harmônica eles facilitam, para o usuário, a absorção da mensagem transmitida. Porém, entender todos os códigos transmitidos nestes *sites* exige que o indivíduo seja *dromoapto*, ou seja, que o indivíduo seja um possuidor de *competência dromoapta*, que “domina as linguagens da tecnologia de ponta em seus desdobramentos contínuos” (TRIVINHO, 2007, p. 103), devido à necessidade de conhecimento prévio na utilização de algumas ferramentas da internet, para ser possível melhor assimilação das modalizações expostas na enunciação e, desse modo, estabelecer o contrato comunicacional. Vale ressaltar também que o usuário, no momento em que visualiza as videoaulas sobre assuntos do cotidiano, consome a experiência através da representação do outro-actante que pratica a ação no vídeo em exposição – é uma busca por identificação de valores do indivíduo-internauta com o enunciador-actante do conteúdo abordado na videoaula. Quanto maior a aproximação de interesses, maiores são as chances das modalizações servirem como programas de ação para o consumidor. Conforme Charaudeau:

[...] as representações, ao construírem uma organização do real através de imagens mentais transpostas em discurso ou em outras manifestações comportamentais dos indivíduos que vivem em sociedade, estão incluídas no real, ou mesmo dadas como se fossem o próprio real. Elas se baseiam na observação empírica das trocas sociais e fabricam um discurso de justificativa dessas trocas, produzindo-se um sistema de valores que se erige em norma de referência. Assim é elaborada uma certa categorização social do real, a qual revela não só a relação de “desejabilidade” que o grupo entretém com sua experiência do cotidiano, como

também o tipo de comentário de inteligibilidade do real que o caracteriza – uma espécie de metadiscurso revelador de seu posicionamento. Em resumo, as representações apontam para um desejo social, produzem normas e revelam sistemas de valores. (CHARAUDEAU, 2007, p. 47).

Os *sites* analisados no decorrer desta dissertação se dedicam a apresentações de modalizações dos saberes sobre o cotidiano, produzidas tanto pelos fundadores, como também por internautas colaboradores, com a promessa de que as informações disponibilizadas através dos textos, imagens, vídeos, além de artigos e fóruns, ajudem de alguma forma na produção e execução de projetos do cotidiano das pessoas. Instruindo passo a passo diversas ações que podem estar relacionadas a como cuidar da beleza e da família, como manter uma alimentação saudável, como criar uma arte em madeira, como praticar um esporte, como saber se comportar em determinada situação, como participar de um grupo social, entre outras, ou seja, as instruções disponíveis nesses *sites* abrangem muitas áreas de conhecimentos e por isso podem facilmente interessar às pessoas que buscam os saberes na internet.

**PARTE 1**  
**A MUDANÇA DOS LAÇOS SOCIAIS**

## 1. O COTIDIANO EM CONSTANTE TRANSFORMAÇÃO

As sociedades tradicionais dos séculos passados se instituíam através de rigorosas ordens e tradições que eram passadas de geração para geração. A figura do pai repressor era posta em prática por diversas famílias; a ele todos os familiares deviam respeito e obediência e as normas estabelecidas pelo poder do patriarca, obrigatoriamente, tinham que ser cumpridas, ainda que os demais membros da família não estivessem de acordo. Os casamentos eram arranjados, as mulheres até a década de 1960 adotavam exclusivamente o papel de esposa, dona de casa e mãe, preparando todas as refeições desde o café da manhã ao jantar e a cama para o seu esposo dormir; não se esquecendo das suas obrigações como mulher no momento em que o homem desejasse o ato sexual. A mulher não tinha voz ativa, seu pai a oferecia, ainda muito jovem, para casar-se com um desconhecido filho de um senhor de igual poder financeiro (vale lembrar que o futuro esposo recebia um dote ao se casar com a donzela). O ensino escolar – quando passou a ser exigido pela sociedade como um todo – era administrado muitas vezes por repressões religiosas e, ao filho restava aprender a seguir os passos dos seus antecessores, preservando a boa reputação familiar. Um filme que retrata bem a submissão da mulher na década de 1950 é *O Sorriso de Mona Lisa*, com a atriz Julia Roberts e dirigido por Mike Newell em 2003. De acordo com Giddens:

Se nas culturas orais as pessoas mais velhas são o repositório (e também freqüentemente os guardiões) das tradições, não é apenas porque as absorveram em um ponto mais distante no tempo que as outras pessoas, mas porque têm tempo disponível para identificar os detalhes dessas tradições na interação com os outros da sua idade e ensiná-las aos jovens. (GIDDENS, 2001, p. 32).

Giddens (2001) afirma, em sua obra *Em defesa da sociologia*, que as experiências do cotidiano são ligadas ao eu/identidade e também às mudanças e adaptações na vida cotidiana, em que quem detém o saber é um repositório da tradição. Antigamente a prática desse tipo de experiência era repassada principalmente pelo âmbito familiar – controlada por regras políticas e religiosas da sociedade – uma vez que a presença de tecnologia e demais recursos como periódicos, revistas, panfletos e livros para a disseminação da livre comunicação/informação era mínima ou quase inexistente.

As ações cotidianas, nesta pesquisa, serão trabalhadas através de análises da comunicação de *sites* modalizadores que expõem receitas sobre afazeres e fazeres do dia a dia. Nesse sentido, cabe uma pergunta: Houve uma mudança de referência de quem são os

professores da atual geração que não mais aceita limitações opressivas e/ou limitadas de como adquirir novos saberes? Não é preciso se afastar muito da linha do tempo para percebermos que a sabedoria adquirida pelas pessoas, que hoje são idosas, durante longas décadas, além do ensino escolar, foi aprendida em sua grande maioria com os seus familiares mais velhos, que os ensinaram como se comportar e como realizar tarefas do dia a dia, a exemplo de como costurar – ensinamentos passados de mãe para filha, pois era “digna de lástima [...] a mulher que não sabia costurar” (MALUF; MOTT, 2005, p. 418).

No rastro das transformações dos laços sociais que estão ocorrendo no mundo globalizado, o cotidiano das pessoas tem se modificado mediante o convívio com familiares, amigos, colegas de trabalho, conversas com andantes desconhecidos nas ruas, nos pontos de ônibus, nas estações de metrô e até mesmo através de conversas com desconhecidos no mundo virtual, por meio de comentários em *blogs*, fóruns e *chats*; além do contato do indivíduo com equipamentos tecnológicos (como um *notebook*, *netbook*, *tablet*, *smarthphone* ou qualquer outro aparelho similar que faz conexão com as redes virtuais). Dessa forma, podemos obter novos conhecimentos através da leitura de textos, visualização de imagens estáticas e vídeos, e através de uma música ou narração em áudio. Apesar da necessidade que cada um de nós tem de preservar a nossa individualidade ao praticar os planos de ações no cotidiano, é fundamental que essas ações sejam moralmente aceitas pela sociedade para evitar conflitos que nos isolem do convívio social. É necessário seguir um padrão para que as ações aplicadas pelo homem façam sentido para si mesmo e também para a sociedade. Ainda conforme o sociólogo Giddens:

[...] considerar a vida cotidiana como um amálgama de escolhas livres insulta a realidade psicológica. Outra razão poderia ser a inevitabilidade da rotinização. A vida cotidiana seria impossível se não estabelecêssemos rotinas, e mesmo rotinas que nada são além de hábitos não podem ser totalmente opcionais: elas não seriam rotinas se – pelo menos durante períodos de tempo um tanto longos – as colocássemos efetivamente “fora de questão”. (GIDDENS, 2001, p. 49)

O que também podemos observar atualmente é que o mundo globalizado alterou as relações de influências entre as pessoas. Hoje, os saberes advindos de pessoas que não conhecemos em corpo presente, e dependendo do conteúdo da mensagem, ou seja, se for relevante para o receptor e anunciado como competente, é posto como importante e confiável; possivelmente o conhecimento até poderá ser mais bem aceito do que outro conhecimento similar fornecido por alguém que conhecemos pessoalmente. É impossível negar que as tecnologias estão facilitando, cada vez mais, a interação entre as pessoas

fisicamente distantes umas das outras; os recursos das redes sociais, por exemplo, são indicadores dessas relações, mas, apesar disso, também é possível identificar que as relações familiares estão diferentes de antigamente. Paradoxalmente, podemos dizer que “a aproximação tradicional se distanciou”, e de forma grosseira é possível afirmar que os avós, detentores de um extenso conhecimento, estão nos asilos, os pais estão trabalhando todos os dias sem parar e seus filhos, quando crianças, estão tendo acesso ao aprendizado apenas nas creches e escolas, e após tornarem-se jovens rebeldes aprendem a acessar a realidade nas ruas da cidade metropolitana. Conversas para que aconteça a troca dos saberes entre os componentes das distintas gerações pouco ocorrem na sociedade atual, contudo vale ressaltar que “evitar o isolamento das gerações, os conflitos e desacertos entre elas leva a construir uma cidadania mais real e produtiva, em que todas as gerações irão contribuir para o fortalecimento de uma cultura solidária.” (NOVAES, 2005, p. 14).

Ainda que os valores do convívio familiar estejam fortemente presentes nesta era contemporânea, “morar sozinho em um domicílio é uma situação que apresenta índices ascendentes<sup>6</sup> no conjunto dos arranjos domésticos” (BERQUÓ, 2005, p. 432) nas classes média e alta. O que nos indica que o modo individualista de viver cresce ao longo do tempo. É possível que o indivíduo saia da casa dos pais não porque arranhou um casamento, mas porque existe o desejo de conquistar independência (apesar de que ao mesmo tempo está ocorrendo um crescente aumento do número de filhos que moram com os pais mesmo tendo 40 anos de idade). Para exemplificar, Berquó (2005) nos informa que a Grã-Bretanha apresentou 25% da população morando sozinha na década de 1990. A revista *IstoÉ*<sup>7</sup> divulgou em 2009 que 30% dos domicílios da Inglaterra eram habitados por uma única pessoa, 25% nos Estados Unidos (sendo que em Nova York mais da metade da população morava sozinha), na Suécia este número subia para 40%, na Dinamarca 36% e na França 30%.

Segundo pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no Brasil, a cada ano que passa, mais pessoas também estão morando sozinhas. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2009 nos revelou que o número de domicílios com apenas um morador passou de 10,4% em 2008, para 12% em 2009. Um público que é (por livre escolha ou não) isolado do convívio familiar, e que, portanto, não tem outras pessoas de confiança ao seu redor para solucionar as dúvidas que surgem no dia a dia,

---

<sup>6</sup> Índices que crescem ao longo do tempo.

<sup>7</sup> Disponível em: [http://www.istoe.com.br/reportagens/43886\\_EU+QUERO+FICAR+SOZINHO](http://www.istoe.com.br/reportagens/43886_EU+QUERO+FICAR+SOZINHO). Acesso em: 29 de mar. 2012.

como por exemplo, “como limpar o box do banheiro”<sup>8</sup> ou “receita de um excelente currículo”<sup>9</sup> para conseguir um emprego. Por consequência, essas pessoas passam a procurar novas formas de aprender os afazeres e fazeres da vida, sem depender muito de familiares – que muitas vezes encontram-se ocupados ou fisicamente distantes. O morador solitário pode fazer o uso da internet como instrumento de auxílio na busca por respostas sobre os saberes do cotidiano; não incomodando nem os seus familiares, nem os seus amigos e muito menos os seus vizinhos em relação a questionamentos sobre como ser e/ou agir em determinado momento.

Indo de encontro a este movimento de isolamento dos indivíduos, através da moradia, Bauman (2009, p. 139) afirma que “num ambiente líquido, imprevisível e de fluxo rápido, precisamos, mais do que nunca, de laços firmes e seguros de amizade e confiança mútua.”. Mesmo com tantas transformações, todos nós, componentes desta sociedade globalizada, devemos interagir uns com os outros, visto que necessitamos de vínculos afetivos. A busca desenfreada para nos sentirmos presentes e necessários na sociedade em que nos encontramos é uma das inquietações dos seres humanos da vida líquida-moderna<sup>10</sup>. Agir de acordo com o que a sua comunidade espera é o desafio diário de cada um, que, para não ser chamado de louco, tem de evitar contrariar as expectativas do outro e ao mesmo tempo mostrar o seu valor, defender suas opiniões; é necessário ser peça importante na sociedade, não ser inútil.

## 2. O PODER DO CAPITALISMO

A Revolução Industrial, iniciada em meados do século XVIII, ocasionou o advento da economia capitalista nas sociedades não só da Inglaterra, como também no restante do mundo. Ocorreu o surgimento de novas máquinas nas fábricas, a relação entre força de trabalho e capital mudou e desenvolveu-se o fenômeno da cultura de massa incentivada pelos jornais da época, que publicava textos sobre o cotidiano da sociedade. A publicação de

<sup>8</sup> Exemplo disponível em: <http://www.videojug.com/film/how-to-spotlessly-clean-a-shower-screen>. Acesso em: 11 de out.2011.

<sup>9</sup> Exemplo disponível em: <http://www.saberhacer.com/english/video-categories/careers-and-jobs/recipe-for-a-great-resume>. Acesso em: 11 de out.2011.

<sup>10</sup> “‘Líquido-moderna’ é uma sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir”. (BAUMAN, 2009, p. 7).

informações passa a ser progressivamente incrementada conforme se estende a necessidade de consumo de saberes por parte da população. Atualmente, é interessante notar que:

[...] as transformações econômicas, científicas, sociais e tecnológicas são cada vez mais rápidas, obrigando os sujeitos que não querem ficar à margem do processo, que não querem tornar-se obsoletos, da mesma forma que ficaram as máquinas, a desenvolverem uma capacidade de mudança e adaptação. (RÜDIGER, 1996, p. 244)

O homem contemporâneo tem a necessidade, mesmo que inconsciente, de se moldar diante das circunstâncias que a vida social lhe impõe, levando em consideração o teor das tarefas a serem realizadas. Ser e agir de acordo com a sua cultura já é intrínseco nos pensamentos de um jovem em formação intelectual. E quanto mais difícil for a prática das suas atividades, mais conflitos individuais existirão para atormentá-lo.

O capitalismo somado ao desenvolvimento social e cultural dos indivíduos faz da vida após a modernidade uma época de transições. Pontuar os efeitos dos acontecimentos locais em cada lugar específico está cada vez mais difícil à medida que as redes sociais conectam todos os países. A especulação de uma crise econômica, em um determinado país, pode influenciar e prejudicar a área comercial de outro no mesmo dia, ainda que os países estejam distantes um do outro; a economia mundial está interconectada através de políticas de importação e exportação. Decidir como ser e agir diante desses fenômenos sociais é de escolha do próprio indivíduo que, dotado de um repertório cultural, poderá fazer suas próprias escolhas.

Devido a implantações de programas de desenvolvimento econômico na política de diversos países, que eleva o capital financeiro até mesmo das comunidades menos favorecidas, é possível perceber que os trabalhos profissionais antes considerados “de base” (e sem necessidade de muitos cursos de profissionalização e anos dentro de uma universidade), como pintor e encanador, estão ficando cada vez mais custosos nos bolsos de quem necessita de tais serviços. Uma diarista, por exemplo, era possível ser contratada, em São Paulo, em 2010, por R\$ 60,00 para cuidar (por um turno de um dia) de uma *kitnet* no centro da cidade. Já em 2011, o valor mínimo era de R\$ 70,00 ou de R\$ 80,00 a depender do/a profissional, caracterizando um aumento de aproximadamente 16,5% por ano. Enfim, tudo está ficando cada vez mais custoso e é por isso que as pessoas precisam buscar novas formas de solucionar os seus afazeres domésticos. Resolver os problemas sozinhos, com a busca de autoajuda fornecida por especialistas na internet é uma das opções desta sociedade moderna. Para que o indivíduo possa economizar o seu salário, é necessário abdicar de algumas “mordomias” e

colocar a “mão na massa”, aprendendo não somente a produzir e consertar coisas materiais, mas, no limite, tornar-se o próprio idealizador e operador das ações; tudo na base de uma autoaprendizagem, em que as ferramentas são os livros, artigos publicados em periódicos, *chats*, vídeos, entre outros é o aprender com a vivência e a experimentação assistida, colhendo informações no cotidiano para preservar seus interesses e o seu bem-estar.

De acordo com o Jornal da Globo,<sup>11</sup> construir e reformar no Brasil está mais caro em 2012, pois os custos segundo o INCC (Índice Nacional de Custo da Construção), subiram 7,85% nos últimos 12 meses principalmente por causa de baixa oferta de mão de obra – pedreiro, encanador, pintor. Todavia, a reportagem também nos informa que, conforme o Instituto Data Popular, uma boa parte da nova classe média tem planos para realizar reformas nos próximos 12 meses. Como o mercado está em constante inovação, e para o público massivo as despesas do dia a dia estão grandes (muito além do que a maioria pode pagar), tornou-se vantajoso aprender por conta própria a praticar o que antes se pagaria para alguém realizar. É poder ter, por exemplo, sua casa decorada sem contratar os serviços de um pintor, marceneiro e arquiteto: agora isso é possível. Antes, somente ter bom gosto não adiantava, era necessário contratar profissionais da área; hoje, você pode comprar uma revista com dicas de especialista ou até mesmo acessar os *sites* especializados neste segmento, de graça. Tudo isto instaura, por consequência, a cultura do “*do it yourself*” (*DIY*) (faça você mesmo) no mundo globalizado, que idealiza a capacitação de pessoas, transformando-as em profissionais da área através dos modelos que ensinam passo a passo a como praticar uma ação, para assim poder realizar os desejos tão instigados pelos sistemas de marketing e da publicidade. Dessa forma, os defensores dessa cultura *DIY*, com o uso da persuasão também motivam os seus seguidores, mostrando suas habilidades e tornando-os mais capazes em praticar suas ações, e consequentemente, elevando a autoestima dos mesmos.

O processo de autoaprendizagem passou a ser cada vez mais incentivado pelos internautas formadores de opiniões nas redes virtuais – que em seus *blogs*, redes sociais e/ou fóruns expressam suas opiniões e divulgam conhecimentos sobre autoaprendizagem e assuntos do cotidiano que podem ser úteis a outros internautas, já que revelam suas facilidades – e é por isso que podemos afirmar que o surgimento de muitos *sites*, do tipo *DIY*, foi provocado pelo aparecimento da “necessidade” de vários internautas compartilharem os seus saberes sobre assuntos do dia a dia no meio eletrônico. É interessante ressaltar que muitas dessas páginas eletrônicas foram criadas por cidadãos de países do Norte, como o

---

<sup>11</sup> Edição do dia 27/03/2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/03/custos-para-construir-ou-reformar-subiram-785-nos-ultimo-12-meses.html>. Acesso em: 28 de mar. 2012.

Reino Unido e os Estados Unidos da América, por causa da mudança socioeconômica destes países, pois as despesas básicas dos cidadãos tiveram que ser podadas para assim economizar e, conseqüentemente, gastar esta poupança com outros produtos e serviços considerados mais essenciais. Isso ocasiona uma escassez e um encarecimento de serviços desta espécie nestes locais; aqui é interessante destacar as histórias sobre os brasileiros que com o “sonho americano” imigram para os EUA em busca de oportunidades de trabalho como pintor, pedreiro, babá, entre outros, e satisfatoriamente realizados até conseguem ajudar as famílias desprovidas de recurso financeiro que permanecem no Brasil. Contudo, já é possível observar que os preços da contratação de serviços deste tipo também estão se tornando cada vez mais caros nas terras brasileiras, principalmente nas capitais.

Bauman (2009) já afirmava que a aceleração das mudanças na sociedade acarreta intensas preocupações momentâneas que o indivíduo sofre, pois os modos de vida são produtos consumíveis e “livrar-se das coisas tem prioridade sobre adquiri-las”. A vida passou a ser uma vida-líquida, vivida com uma série de reinícios. Para o estudioso,

[...] a boa notícia é que a substituição das preocupações com a eternidade pelo alvoroço da reciclagem identitária vem acompanhada de ferramentas patenteadas e prontas para uso, do tipo faça-você-mesmo, que prometem tornar o trabalho rápido e ediciente, sem a necessidade de habilidades especiais e com pouca dificuldade, se é que há alguma. [...] Todos aqueles custos exorbitantes das antigas terapias não são mais necessários. Em seu lugar, cairão muito bem as novas e aperfeiçoadas dietas, os aparelhos de ginástica, as mudanças de papel de parede, os tacos no lugar de carpetes (ou vice-versa) [...] Vida líquida é uma vida de consumo (BAUMAN, 2009, p. 16)

As páginas eletrônicas que disponibilizam as modalidades sobre os afazeres e os fazeres cotidianos também são provenientes do consumo, seja este consumo efetivado por produtos ou serviços. Muitas das coisas que hoje consumimos partem de uma “necessidade” criada, advinda de interesses pessoais ou de manipulações dos outros, que dizem: “você precisa disto”. Como, por exemplo, “como causar uma boa primeira impressão”, “como levar seu parceiro ao mundo da lua”<sup>12</sup> ou para as mulheres, “como saber se maquiarse”<sup>13</sup> para se ter uma imagem pessoal digna de ser vista aos olhares dos outros. Não nascemos com essas necessidades, mas as sociedades, ao longo dos anos, criaram esses tipos de “necessidades” para distinguir os indivíduos que merecem visibilidade, daqueles que não e que, por causa

<sup>12</sup> Videoaulas disponíveis em: <http://www.videojug.com/film/how-can-i-make-a-good-first-impression-2>, <http://www.videojug.com/film/how-to-get-your-partner-in-the-mood>. Acesso em: 30 out.2011.

<sup>13</sup> Exemplo de videoaula sobre como se maquiarse, inspirado na maquiagem de olhos das mulheres árabes. Disponível em: <http://www.videojug.com/film/sexy-and-smokey-arabic-inspired-eye-make-up-tutorial>. Acesso em: 12 out.2011.

disso, devem ser marginalizados do convívio social. Fundamental é também associar a quantidade de laços que envolvem uma ação como esta citada anteriormente: para poder se maquiar, primeiro a mulher precisa ter os produtos adequados – um bom conjunto de pincéis, delineador, palheta de sombra, pó compacto, base, corretivo, batom, *blush*, iluminador, máscara de cílios, creme de limpeza facial e demaquilante, e por último, mas não menos importante, a mulher precisa saber como usar todos estes materiais de forma adequada para utilizá-los em situações sociais como uma reunião de negócios ou eventos – valorizando o formato dos seus olhos, do seu nariz, da sua boca, enfim, do seu rosto como um todo – e para que isso ocorra é necessário uma receita, ou em nosso vocabulário semiótico, uma modalização. A mulher precisa de instruções fornecidas por especialistas do ramo ou conhecidos que já adquiriram estes saberes, pois nesses casos é muito difícil ser autodidata.

### **3. BIOPOLÍTICA, VIDA ISOLADA E VONTADE DE SABER**

Foucault, em seu livro *História da sexualidade I*, fez menção do que veio a ser chamado de biopolítica<sup>14</sup> (ou biopoder) para abordar a problemática do ajustamento da população na sociedade moderna, modelos de controle e normatizações de ações das pessoas. Segundo o filósofo, o biopoder:

[...] foi elemento indispensável ao desenvolvimento do capitalismo, que só pôde ser garantido à custa da inserção controlada dos corpos no aparelho de produção e por meio de um ajustamento dos fenômenos de população aos processos econômicos. (FOUCAULT, 2007, p. 153).

O intelectual ainda afirma que a vida humana é conduzida pelos procedimentos de poder e de saber, e quem exerce esta disciplina de controle são as instituições como a escola e o exército, que adestram as aptidões dos indivíduos para melhor integrá-los nos sistemas econômicos/políticos (FOUCAULT, 2007). Nestes monitoramentos são investidas tecnologias políticas para atender às carências da massa populacional, em que a proliferação de modelos de controle envolve o corpo do indivíduo, seja na modulação do comportamento, nas condições de moradia ou na forma de se manter saudável.

Paula Sibilia, em um estudo deste conceito foucaultiano, e já se referindo à

---

<sup>14</sup> Biopolítica é um conjunto de regulamentações que agem diretamente na sociedade pós-moderna.

sociedade pós-disciplinar, afirma que “as transformações econômicas, políticas e socioculturais ocorridas nos últimos anos intensificaram as ramificações *biopolíticas*” (SIBILIA, 2010, p. 6). Estas ramificações são atribuídas às regulamentações de como viver em sociedade, e as promessas das potências da técnica e da ciência continuam mantendo tudo sob controle, trazendo constantemente à população novas formas de autodisciplinar-se, deixando que cada indivíduo decida suas ações, por si próprio, apesar de o seu comportamento continuar sendo vigiado pelas instituições que dominam o círculo social.

A partir da concepção de que cada indivíduo deve assumir suas decisões individualmente, a busca por informações que expandam os seus conhecimentos adquiridos anteriormente e façam-no apoderar-se, conseqüentemente, de decisões positivas é mais valorizada. Esta troca de saberes, para Sibilía, é fornecida também no mundo virtual:

[...] enquanto as redes informáticas perpassam os muros desses edifícios e articulam tanto os modos de subjetivação como as formas de sociabilidade, a *conexão* se instaura como o dispositivo de poder mais eficaz do momento. (SIBILIA, 2010, p. 7)

Por isso, o fornecimento de conteúdos para a expansão dos saberes do homem moderno, no meio da comunicação via internet, se integra perfeitamente às características da autoaprendizagem. As informações estão dispostas por mecanismos de pesquisa que facilitam ao usuário achar o que deseja consumir; é possível ler ou visualizar as notícias por quanto tempo se desejar (até mesmo 24 horas por dia), as opiniões podem ser relatadas e seus questionamentos podem ser respondidos por quaisquer pessoas interessadas em estabelecer uma interação. É como ter uma “escola da vida” dentro do computador, que capacita o usuário a se autodesenvolver. Com isso, o recurso do audiovisual, utilizado nas chamadas videoaulas *online*, ganha força neste movimento de autodesenvolvimento dos indivíduos.

#### **4. AUTONOMIA DO INDIVÍDUO E A BUSCA DE AUTOAJUDA**

Atualmente, junto à potência de se autogovernar, é disponibilizado ao indivíduo um número variado de opções de modos de ser e agir, como por exemplo, de se comportar e se relacionar com os outros. As expressões como “ser independente” e “conquistar a liberdade” (que vão de encontro a palavras como dependência, obediência, submissão e controle) hoje são mais utilizadas pelos indivíduos, ainda que, mesmo no século XXI,

possamos presenciar opressões ligadas a condutas preconceituosas de racismo, sexismo, homofobia, classe social, machismo e etnocentrismo. A autonomia que faz com que o indivíduo pense, seja e aja do jeito que ele deseja é fornecida por ferramentas de capacitação que lhe são expostas à medida que aumentam as experiências vividas por este. Para pensarmos em conquista de autonomia devemos mergulhar nas profundezas de nossas lembranças pueris. Quando bebês, necessitamos de nossas mães para nos alimentar, mas com o passar do tempo elas nos ensinam como comer a nossa papinha e, alguns anos depois, nós já nos alimentamos por conta própria. Nesta era contemporânea, ser autônomo em nossas ações está cada vez mais em evidência; as obrigações de se manter apto a pertencer a um grupo social estão intimamente relacionadas à capacidade do indivíduo em se autoconduzir em termos de normas que são intrínsecas (algumas até invisíveis) à sociedade. De acordo com França:

[...] vivemos uma transição, de uma “era da disciplina” para uma “era da autonomia”; nesta segunda, a tônica se desloca para o indivíduo. Citando Robert Castel, Ehrenberg remete a uma nova “cultura psicológica” que estimula homens e mulheres a se voltarem prioritariamente para as questões de suas vidas privadas (Ehrenberg, 2010:209). Tal cultura leva o indivíduo a se ver, ou tratar seu potencial próprio, como um tipo de capital a gerir com vistas a garantir/promover seu êxito social. A pergunta sobre o que lhe é permitido fazer é substituída pela pergunta sobre o que ele é capaz de fazer; a ênfase na autonomia ultrapassa a indagação sobre o permitido e passa a se referenciar no possível; a construção pessoal se desenvolve na linha que vai da capacidade à incapacidade. Cada qual deve cultivar da melhor maneira seu capital pessoal para alcançar uma melhor performance. (FRANÇA, 2010, p. 222).

Dessa forma, a autonomia dos indivíduos é constantemente acentuada no processo de interação sociocultural. É positiva a ideia de ser caracterizada como uma “pessoa independente”, pois isso a transforma em potência no quesito caráter e desenvolvimento pessoal, causando uma boa impressão para os outros, com quem o indivíduo, de alguma forma, se relaciona. As pessoas com esse tipo de característica, muitas vezes tornam-se referências a serem seguidas, ou seja, exemplos de como ser e fazer na vida. É, por exemplo, por causa desta linha de pensamento que muitos jovens da periferia brasileira querem se tornar grandes jogadores de futebol como o Pelé, o fenômeno Ronaldo e o mais atual de todos, Neymar. O pensamento de que “se ele conseguiu ‘subir’ na vida, mesmo pertencendo a uma família com baixo poder aquisitivo, eu também posso conseguir” é uma das formas mais comuns de se motivar e acreditar que, com o treino de uma habilidade, os resultados podem ser positivos e as dificuldades financeiras, atualmente enfrentadas, podem ter os dias contados. O ato de imitar os outros para obter resultados positivos nas suas ações diárias é muito comum na vida social moderna.

Não há vida cotidiana sem *imitação*. Na assimilação do sistema consuetudinário, jamais procedemos meramente “sendo preceitos”, mas imitamos os outros; sem mimese, nem o trabalho nem o intercâmbio seriam possíveis. Como sempre, o problema reside em saber se somos capazes de produzir um campo de liberdade individual de movimentos *no interior* da mimese, ou, em caso extremo, de *deixar de lado* completamente os costumes miméticos e configurar novas atitudes. Naturalmente, existem na vida cotidiana setores nos quais não é necessária a individualização da mimese, bem como épocas nas quais ela se torna supérflua; ademais, os tipos e os graus de individualização são necessariamente diversos nas várias esferas vitais, nas diferentes épocas e situações. (HELLER, 2004, p. 36).

Aprender com as experiências dos outros é uma prática bem aceita nos grupos sociais. Um conhecimento possibilita a criação de um outro à medida que eles são intercalados. A aprendizagem é consolidada a partir de experiências e treinamentos educacionais. Assim, os saberes são disseminados por professores, familiares, amigos, autores de livros, inventores, cientistas e filósofos, que compreendem a importância de se compartilhar as mensagens.

Diante da dificuldade de se estabelecer contato pessoal entre as pessoas que seguem ideologias semelhantes, para a explanação de relatos, e também para a prática de conversações sobre os dilemas das experiências cotidianas, a indústria literária vem ganhando destaque na publicação de variadas obras sobre autoajuda<sup>15</sup>. Trata-se de temática recente, mas com bases históricas muito enraizadas. Para Rüdiger, estudioso da cultura de massa contemporânea:

[...] os princípios de autocultivo em que se baseia, todavia, não representam fenômeno novo. Índícios seus podem ser encontrados em períodos remotos da Antigüidade. Desde esta época, de fato os homens conceberam técnicas refletidas e voluntárias por meio das quais eles se propõem regras de conduta para legitimar suas ações ou modificar seu modo de ser, como reenfatizou Michel Foucault (em história da sexualidade I).

A civilização identifica-se historicamente com o processo através do qual as compulsões à ação de caráter externo e social transformaram-se em compulsões internas e individuais. Conforme ela avança, os indivíduos são levados a reprimir suas pulsões, racionalizar seu comportamento e desenvolver controles sobre si mesmos. A socialização crescente tende a encaixá-los em estruturas funcionais cada vez mais estreitas, que os forçam a disciplinar seus movimentos e adaptar-se a sistemas de ação sobre os quais têm pouco controle. (RÜDIGER, 1996, p. 11).

Os espaços para extravasar as emoções, sem a demasiada preocupação com a racionalização dos fatos, estão agora presentes na sociedade de forma reduzida para os

---

<sup>15</sup> A literatura de autoajuda – “o conjunto de relatos, de manuais, de textos, às vezes multimídia, que ensina como conduzir a vida, sobrepujar a depressão, manejar com pessoas, exercitar a sexualidade, parar de fumar, prosperar financeiramente, etc. [...] através das quais o indivíduo comum vem tentando descobrir, dentro de si, os recursos e a solução dos problemas pessoais criados pela vida moderna”. (RÜDIGER, 1996, p. 9).

indivíduos, pois não só as instituições controlam a população, como também os indivíduos por si próprios se autocontrolam, mesmo que inconscientemente. Continuar a desvendar novos conhecimentos, que se agruparão à vasta gama de saberes adquiridos desde a infância, é uma tarefa árdua, porém recompensadora, necessária para o indivíduo continuar inserido no contexto social, e conseqüentemente não ser considerado ultrapassado.

Para tanto, atualmente o compartilhamento dos saberes na internet, através da cibernetização<sup>16</sup>, se faz presente; servindo como uma ferramenta de reforço à propagação de mensagens de diferentes assuntos e unindo-se aos meios de comunicação como os jornais, as revistas e a televisão, como fontes de informações para as argumentações e questionamentos dos indivíduos. As revistas femininas, por exemplo, muitas vezes com a enunciação provocam na leitora uma melhor compreensão sobre as mudanças do seu corpo, sobre os seus desejos e sobre o seu comportamento no convívio social.<sup>17</sup> Nas redes virtuais, assim como nas revistas impressas (a exemplo de *Nova, Vida Simples, Cláudia, Boa Forma e Marie Claire*), diversas páginas eletrônicas disseminam conteúdos de autoajuda para as pessoas, e de acordo com Velho:

A difusão da internet produz um impacto que só cresce e dá oportunidade para o aprofundamento de reflexões sobre segmentações socioculturais e interações baseadas em novas redes de sociabilidade, introduzindo novos elementos na cultura de massas. Não há dúvida de que as inovações eletrônicas e digitais alteram significativamente as características da relação fenômeno de massa, apropriação e interpretação individuais. (VELHO, 2010, p. 233).

Ou seja, as maneiras de se sociabilizar nesta época são alteradas pelas inovações tecnológicas que conectam os indivíduos de forma rápida, e até instantânea, para facilitar as comunicações, mesmo que o contato físico entre os envolvidos nunca exista. É inegável que estas novas formas de socialização provocam mudanças na cultura de todos nós.

## 5. INTERAÇÃO ONLINE

<sup>16</sup> Cibernetização – socialização na rede mundial de computadores.

<sup>17</sup> Um estudo mais aprofundado sobre revistas deste segmento pode ser visualizado na hipermídia “Regimes de visibilidade em revistas: análise multifocal dos contratos de comunicação”, desenvolvido pelo Grupo de Pesquisas em Mídia Impressa do Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, organizado pelo Dr. José Luiz Aidar Prado. [www.pucsp.br/pos/cos/umdiastetdias](http://www.pucsp.br/pos/cos/umdiastetdias).

A internet está presente em um espaço virtual, chamado ciberespaço<sup>18</sup>, para o intercâmbio de informações, sejam estas relacionadas à diversidade cultural e às ideologias, bem como às exposições e vendas de produtos e serviços, independente da área geográfica em que a pessoa se encontre (o que aumentou a concorrência no mercado, pois atualmente é possível vender e comprar fora das lojas físicas). Esse meio de comunicação também possibilitou uma aproximação mais veloz e eficaz dos grupos de pessoas com interesses semelhantes. Mesmo que os indivíduos não se conheçam pessoalmente, o mundo virtual os conecta, em tempo real, não importando se alguém se encontra fisicamente em uma cidade interiorana de Sergipe/Brasil às 18 horas no horário local, e o outro, considerado por este último como um amigo virtual, se encontra em Berlim/Alemanha às 22 horas no horário local. De acordo com Alves:

Pelo fato de abolir as fronteiras na circulação de informações, a internet se transforma igualmente em um espaço de reunião e em um “lugar” onde se pode exprimir a solidariedade. Esse novo meio, o quarto, depois da imprensa escrita, do rádio e da televisão, é sobretudo um espaço de comunicação que pode ser aproveitado por todos para se fazerem conhecer e “ouvir” suas vozes, se assim se pode dizer. (ALVES, 2010, p. 145)

Os locais de origem de acesso são os mais variados possíveis, seja nos Estados Unidos, no Brasil, nos países africanos, na Nova Zelândia, no Japão e/ou nos demais países existentes, não importando a etnia do indivíduo e o seu poder socioeconômico. Na internet, as pessoas têm a liberdade de expressar opiniões, discutir temas de interesse da população em geral e, como o telefone, estabelecer uma comunicação interpessoal e estabelecer relacionamentos afetivos.

No quesito aprendizagem, a internet disponibiliza uma vasta biblioteca virtual, com acesso a uma gama de informações que antigamente só poderíamos nos aproximar se fôssemos a um prédio de uma biblioteca pública da cidade para pesquisar. Conjuntos de enciclopédias, que mesmo na década de 1990 ainda eram compradas por muitas famílias da classe média, hoje já não são tão consumidas. Os saberes tornaram-se mais acessíveis e dependentes, principalmente, do que parte do interesse do indivíduo, pois são inúmeras as formas de se obter conhecimentos relacionados a um mesmo tema. É possível entender sobre economia lendo artigos de estudiosos da área, assistindo ao jornal televisivo, lendo jornais

---

<sup>18</sup> Ciberespaço — “Com a internet, houve o aparecimento de um espaço virtual de comunicação chamado de ciberespaço (*cyberspace*, em inglês). Para Lévy (LÉVY. *Cibercultura*), o ciberespaço criou uma forma de contatar as pessoas não mais em função de seus nomes ou posição geográfica, mas a partir de seus centros de interesses”. (MENEZES, 2010, p. 296)

impressos e revistas ou livros especializados e por último, mas não menos importante, através da circulação dos saberes na internet. De acordo com um artigo de Sônia Célia de Oliveira Alves,

[...] a interação eletrônica tem sido considerada uma forma privilegiada de comunicação, sobretudo em contextos de ensino-aprendizagem, tendo em vista a possibilidade de se estabelecerem contatos entre um número importante e variado de parceiros e de se desenvolverem diferentes tópicos. (ALVES, 2010, p. 146).

Através de recursos de textos digitalizados, imagens estáticas formadas por pixels, animações em formato *flash*, *links* que conectam os campos de informações e os audiovisuais, a internet é uma plataforma de distribuição de conteúdo que disponibiliza uma infinita gama de conhecimentos não só propagados por pessoas jurídicas (representantes de empresas), como também por pessoas físicas (usuários comuns), pois ambos podem divulgar mensagens por livre e espontânea vontade ou porque precisam demonstrar um posicionamento diante de relatos de terceiros, opiniões ou indagações que os relacionam com o restante da população.

O crescente número de portais, *blogs* e demais *sites*, como os institucionais relacionados ao ensino acadêmico *online* (os chamados “ensino a distância”), se apresentam no mercado interconectado com o intuito de propagandear os seus saberes. A internet trouxe a possibilidade de o indivíduo evitar relacionamentos presenciais, e tudo pode ser feito através dela: é possível comprar roupas, comida, conversar em bate-papos virtuais, estudar e fazer trabalhos – em contraposição a essas possibilidades virtuais, as sociedades não aprovam o isolamento total do indivíduo no mundo real, pois para elas o “eu” continuará sempre necessitando do “outro”. – Apesar disso, as interações comerciais e afetivas ocorridas virtualmente nos revelam o quanto a interação *online* se faz presente na era contemporânea. Segundo Alves:

O advento do computador como um meio de comunicação humana transformou a interação social. As novas tecnologias da informação e da comunicação, notadamente a comunicação pela internet, permitem ao homem interagir em tempo real com outros interlocutores e lhe dão a possibilidade de enviar e de receber rapidamente dados e informações de toda ordem, inclusive com a possibilidade de transmitir e receber sons e imagens. (ALVES, 2010, p. 150)

O avanço tecnológico possibilitou ao homem um aumento de interação virtual com outras pessoas. Hoje, além dos telefones celulares, podemos nos comunicar pela internet utilizando os *chats*, câmeras filmadoras, textos em fóruns virtuais, comentários de publicações de outros usuários, e-mails, arquivos enviados eletronicamente etc. Quanto ao ato de aprender

os saberes, é possível afirmar que, em alguns casos, o poder de uma aprendizagem com a ajuda das tecnologias das redes virtuais, algumas vezes supera o poder de aprendizagem em sala de aula convencional, quando comparadas ao nível de interação entre os estudantes, como mostra o resultado de uma pesquisa feita no livro *Interação e aprendizagem em ambiente virtual*,

[...] as discussões durante o curso geraram 1.304 mensagens no total, das quais 246 (18,9%) foram produzidas pela professora-moderadora e as outras 1.061 (81,1%) pelos aprendizes. É interessante observar como a participação da professora nas interações mediadas por computador diminuiu em relação ao que ocorre na sala de aula presencial. (PARREIRAS, 2010, p. 213).

Além de servir como extensão do campo de aprendizagem formal, a internet fornece um vasto conteúdo que pode ser lido e/ou visto pelo internauta, até como um *hobby*. Ele pode navegar nas páginas da web, se divertir em jogos *online*, entre outras atividades. Quando bem utilizada, essa ferramenta pode aprimorar o repertório intelecto-cultural do indivíduo. Parreiras afirma que:

[...] a aprendizagem informal, que a revolução tecnológica tornou possível, é uma constante na argumentação em defesa de um modelo de educação contínua (educação contínua refere-se à modalidade de educação que transcende os limites da escola formal) [...] com essa nova possibilidade de aprendizagem vem um conceito mais instrumental de autonomia: processo de auto-aprimoramento, o que é essencial, junto à segurança e à autoestima, para a sobrevivência de indivíduos, sistemas sociais, corporações, países e até mesmo do planeta. Assim, quando associada às tecnologias de informações a serviço da aprendizagem contínua de adultos, a noção de autonomia ligada à autoaprendizagem abre caminhos para que o indivíduo cumpra o seu direito e obrigação de se auto-aprimorar. (PARREIRAS, 2010, p. 225).

Neste meio comunicacional, o indivíduo exercita sua habilidade de se autodesenvolver mediante os modelos expostos nas mídias. Estar bem informado sobre os assuntos relevantes da sociedade só depende dele mesmo. É fundamental estar conectado às novidades do mundo globalizado, saber se vestir de acordo com a moda *fashion*, saber utilizar as palavras adequadas a depender de quem seja o seu receptor da mensagem; saber se comportar no momento de uma reunião importante de trabalho; saber outros idiomas para poder se comunicar com pessoas de países diferentes; saber quais alimentos são saudáveis para consumi-los; aprimorar os infinitos caminhos em que podemos seguir. Porém, não nascemos sabendo esses conhecimentos, mas muitas vezes criamos nas nossas mentes a ideia de que necessitamos aprimorar esses saberes, ao longo de nossas vidas, para nos sentirmos parte presente na sociedade.

O meio de comunicação virtual disponibiliza ao indivíduo autônomo a possibilidade de ele aprender grande parte do que desejar e lhe for solicitado através da autonomia. De acordo com Christiane Heemann:

[...] a web configura-se como um ambiente extremamente rico para a aprendizagem. O aprendiz tem acesso à web sempre que tiver vontade, podendo explorá-la dentro de uma sequência guiada ou determinada por si próprio; uma vez que a web apresenta o conteúdo em forma de hipertexto, o aprendiz determina a sequência deste conteúdo conforme sua vontade, exercendo controle sobre a aprendizagem. (HEEMANN, 2010, p. 298).

Ser autônomo na obtenção de conhecimentos é um facilitador para a assimilação das informações, pois ao ter a oportunidade de escolher o momento mais adequado para a realização da busca de um determinado saber, o indivíduo alinha os seus interesses pessoais e apreende melhor as mensagens enunciadas. Em contrapartida, a velocidade positiva da internet também produz mais pressão para os homens que querem permanecer atualizados com as tecnologias da informação – pois ao serem detentores de recursos comunicacionais cada vez mais modernos, são “obrigados” a atualizarem constantemente os seus conhecimentos. Por exemplo: hoje um executivo necessita estar com o seu *mobile* 24 horas ligado para atender ligações, mandar *e-mails*, ler notícias sobre política, economia e cultura, acessar seus perfis pessoais em redes sociais e verificar o andamento do *site* da empresa que comanda. Enfim, é fundamental permanecer de alguma forma sempre *online* no mundo virtual.

## **6. BUSCA DA FELICIDADE**

A procura dos seres humanos em satisfazer seus desejos e necessidades permanece fortemente presente no mundo globalizado. Necessitamos de objetos e serviços que antes nem sabíamos que necessitaríamos; quem imaginaria que não conseguiríamos viver sem um celular? Ou então sem um computador para enviar e-mails? Ou a necessidade de termos um aparelho micro-ondas ou um condicionador de ar em casa? O número de exigências de se “ter” e de “ser” só aumenta com o passar dos anos.

A busca por viver novas experiências é alimentada por uma indústria de consumo que vende tanto os bens materiais, como aparelhos telefônicos portáteis de última geração,

televisores com imagens nítidas, telas ultrafinas e design modernos, como também imateriais, a exemplo da venda do prazer de se sentir feliz ao fazer um cruzeiro no Mar Mediterrâneo ou o prazer de se degustar um chocolate suíço ou ainda de fazer uma lipoaspiração, etc. A cultura do consumo se fortalece à medida que os homens desejam aspectos mais abstratos ao realizar uma ação. É a procura da felicidade, o sentir-se poderoso ou satisfeito; é a busca pelo sucesso e a realização individual. De acordo com Rifkin:

Os novos homem e mulher pós-modernos estão buscando constantemente novas experiências vividas, assim como seus pais e avós burgueses buscaram continuamente novas aquisições. As novas indústrias culturais, por sua vez, estão criando um número quase infinito de *scripts* para se representar as experiências de vida, assim como as indústrias de manufatura forneceram um vasto número de produtos para comprar. (RIFKIN, 2001, p. 173).

Guias, manuais, tutoriais, modelos e receituários são algumas das formas de identificação dos moldes que vêm se disseminando cada vez mais em revistas, programas de televisão, debates em congressos acadêmicos, livros de autoajuda e a internet. A modalização muitas vezes é fornecida ao indivíduo com a utilização de psicologia motivacional. Quem nunca acreditou que comprando os cosméticos X, além de ter uma pele limpinha, passaria a apresentar uma imagem pessoal mais jovial e com autoestima? Mas ser um jovem de espírito independente da marca de cosmético utilizada. Motivar as pessoas é o que as receitas da felicidade procuram fazer. Se para ser feliz o indivíduo necessita de um carro, casar-se com uma mulher bonita, ter filhos educados e até mesmo saber dobrar um guardanapo, neste mundo globalizado existem diversas maneiras de se obter autoajuda para esse aprendizado: é possível encontrar modalizações por meio de textos, artigos e videoaulas na internet que ensinam como economizar dinheiro, como escolher um bom carro, como elogiar a mulher amada e fazer com que o casamento dure por muitos anos, como ensinar seus filhos os modos de estudar, de se comportar e até mesmo de brincar com seus amiguinhos, assim como também é possível obter dicas passo a passo de como dobrar um guardanapo para arrumar uma mesa de jantar para uma ocasião especial. Muitas são as instruções/receitas disponibilizadas na sociedade atual. Os saberes são escalonados através das receitas já estabelecidas nas enunciações mediante o controle social. As ações dos doadores de competência são objetivadas no guiar o espectador para que o mesmo alcance o sucesso na realização de qualquer tipo de afazeres ou fazeres.

Porém, o indivíduo é responsável por governar a si mesmo, impulsionado através das ferramentas de informação que ele dispõe; é como se os *sites* que compõem o *corpus*

desta pesquisa, por exemplo, não participassem de um fracasso de um indivíduo após a prática de uma modalização. Se o homem do exemplo anterior não beijou bem a sua futura mulher, é porque não aplicou os ensinamentos que lhe foram oferecidos de forma adequada. A culpa é somente do não beijoqueiro, que não soube beijar, e que, portanto, não soube alcançar a sua felicidade. Junior afirma que:

[...] a felicidade, que era uma aspiração, tornou-se seu dever. O que antes era *reivindicação* contra uma ordem social repressora (exercício da autonomia, afirmação da singularidade, realização pessoal, direito à diferença, busca do prazer) transformou-se – paradoxalmente, numa sociedade em que a autonomia do indivíduo se tornou valor central – um *imperativo*, um padrão em relação ao qual sucessos e fracassos, desvios e déficits são mensurados e ganham significação. Aparentemente hedonista, esta sociedade acaba impondo aos sujeitos um esforço incessante para se manterem à altura de expectativas – de performances física, mental e social – que não conseguem atender (JUNIOR, 2010, p. 118).

As questões, que no decorrer da vida, surgem nas rotinas das pessoas são resolvidas muitas vezes, através de modelos estabelecidos por outras pessoas, ditas especialistas, que já se defrontaram com as mesmas inquietações ou que apenas são estudiosas das áreas abordadas. A exemplo disso, podemos observar a existência de diversas fórmulas que, assim como a receita da *sopa ao “pistou”*<sup>19</sup> de Greimas, que realiza um esquema de programação: uma apresentação de um conjunto de procedimentos para a construção de uma refeição típica da cozinha provençal. Para Greimas, nos ensinamentos modalizados de como fazer a receita, existem os elementos do fazer persuasivo, em que o saber/fazer integra-se ao querer/fazer do destinatário da receita relatada (GREIMAS, 1996). Um outro exemplo pode ser observado nas variadas dicas e truques de “como emagrecer”, existentes em revistas femininas e *sites* com videoaulas sobre o cotidiano; eles ensinam como ter uma barriga de tanquinho, bumbum durinho, pernas grossas, como correr, como se alongar, como fazer uma dieta, entre outros procedimentos. Como diria Binkley, “a felicidade pode ser produzida por se dirigir conscientemente os pensamentos para temas felizes com a mesma intencionalidade que se persegue um regime de boa forma”. (Binkley in FREIRE FILHO, 2010, p. 89). Nesse caso, a enunciação é cuidadosamente elaborada para que o enunciatário concorde com o que lhe foi exposto e siga todas as orientações recomendadas, pois o prêmio não é somente a conquista do seu aspecto físico ideal, mas principalmente é o alcance da excelência na prática de toda a atividade, é sentir-se realizado, é passar a ter autoestima, ter sucesso, ser completo: feliz.

---

<sup>19</sup> Texto *A sopa ao “pistou” ou a construção de um objeto de valor*, de Algirdas Julien Greimas, disponível na revista *Significação: revista brasileira de semiótica*. nº 11. 1996.

**PARTE 2**  
**OS SABERES NOS *SITES***

## 1. APRESENTAÇÃO GERAL DOS SITES

Os *sites* que compõem o *corpus* desta pesquisa são páginas da *web* dedicadas a apresentações de videoaulas gratuitas, produzidas pelos fundadores desses *sites* e por internautas colaboradores, com o intuito de que as informações disponibilizadas através dos vídeos, além de artigos e fóruns, ajudem na produção de projetos do cotidiano das pessoas, instruindo passo a passo diversas ações, sejam ligadas a condutas sociais ou a condutas de outra ordem.

Há uma gama de *sites* com esta temática no momento de desenvolvimento desta pesquisa, dentre os quais os listados abaixo:

### SITES



Devido ao grande número de páginas virtuais que oferecem modalizações (inclusive com videoaulas gratuitas) sobre os fazeres cotidianos foi necessário um recorte do *corpus*. Por conseguinte, só serão aqui analisados os *sites* que se encaixarem em todos os critérios relatados a seguir:

- 1º) É essencial que os *sites* apresentem vasta biblioteca *online* de videoaulas gratuitas sobre assuntos factuais do dia a dia;
- 2º) O idioma inglês foi escolhido, por ser o principal idioma da comunicação mundial (língua internacional). O único *site* até então identificado no idioma português<sup>20</sup> também será analisado. Já os demais *sites* com idiomas como o italiano, o francês, o alemão, entre outros, não serão aqui estudados;
- 3º) É indispensável que os *sites* sejam criados por grupos corporativos. *Sites* pessoais, como *blogs*, não comporão o *corpus* da pesquisa;
- 4º) *Sites* especializados em apenas uma categoria não serão aqui estudados por se tratar de grupos restritos. Por exemplo: o *site* <http://www.diynetwork.com> que está focado na categoria “coisas do lar” e <http://www.tudogostoso.com.br> que está focado na categoria “receitas”;
- 5º) É imprescindível que os *sites* analisados, além de divulgar modalidades, produzam videoaulas especialmente para a mídia internet.

Depois da pré-seleção dos *sites* do *corpus* desta pesquisa, foram selecionados os 14 *sites* que aqui serão mapeados com base em suas semelhanças e diferenças de acordo com o contrato comunicacional, palavras de ordem, temáticas abordadas, entre outros. Antes do desenvolvimento deste mapeamento, um outro mapa foi necessário para identificarmos o perfil dos internautas-usuários destes canais comunicacionais; esse procedimento foi possível com a ajuda de ferramentas do *site Alexa* (<http://www.alexa.com>), empresa criada em 1996, que oferece um banco de dados sobre os perfis dos usuários e estatísticas de tráfegos de informação de *sites* do mundo inteiro. O quadro a seguir nos revela a posição do *Traffic Rank*<sup>21</sup> de cada *site*, que é uma classificação em nível mundial dos *sites* que são mais acessados na internet (o *Google.com* domina a 1ª posição do *rank*) e também as audiências predominantes de cada um deles. Segundo o *Alexa.com*, essa classificação de audiência é determinada através de uma comparação da média geral da audiência da internet, com a média da audiência do *site* específico, por exemplo: no *site* do grupo *5min* há um acesso de usuários homens maior do que a média da internet.

---

<sup>20</sup> É importante ressaltar que até o momento da pesquisa se desconhece a existência de grupo empresarial focado exclusivamente na disseminação de videoaulas *online* e gratuitas sobre fazeres do cotidiano no Brasil.

<sup>21</sup> O *Traffic Rank* (classificação de tráfego) é calculado usando uma combinação de média de visitantes diários e quantidade de páginas visitadas (*pageviews*) no *site* nos últimos 3 meses.

TABELA 1 – CLASSIFICAÇÃO DE AUDIÊNCIA

SITES	COLOCAÇÃO MUNDIAL DOS SITES + ACESSADOS	AUDIÊNCIA						
		IDADE PREDOMINANTE DOS USUÁRIOS	SEXO	PAÍS QUE MAIS VISITA O SITE		EDUCAÇÃO	LOCAL DE NAVEGAÇÃO	TÊM FILHOS?
5MIN	4.220	55 a 64	homens	EUA	47,2%	graduação incompleta	casa	não
ABOUT.COM	68	55 a 64	mulheres	EUA	44,4%	graduação incompleta	casa	não
ASK	43	65 a +	mulheres	EUA	21%	graduação incompleta	casa	sim
ASKMEN	981	18 a 24	homens	EUA	42,2%	graduação	casa / escola	não
COMO FAZER AS COISAS	732.390	25 a 34	homens	BRASIL	100%	pós-graduação	trabalho	não
DO IT YOURSELF	7.204	55 a 64	mulheres	EUA	66,6%	graduação incompleta	casa	sim
EHOW	106	45 a 54	mulheres	EUA	49,5%	graduação incompleta	casa	não
HELPFULVIDEO	305.598	55 a 64	homens	EUA	55%	sem graduação	trabalho	não
HOWCAST	9.979	18 a 24	mulheres	EUA	33,6%	graduação incompleta	casa	não
MONKEYSEE	53.730	45 a 54	mulheres	EUA	49,3%	graduação	casa	sim
SABER HACER	4.105.940	25 a 34	mulheres	EUA	-	pós-graduação	-	não
VIDEOJUG	4.905	18 a 24	mulheres	EUA	26,4%	graduação incompleta	casa	não
WIKIHOW	537	18 a 24	mulheres	EUA	42,8%	graduação incompleta	casa	não
WONDERHOWTO	3.858	18 a 24	homens	EUA	37,7%	graduação incompleta	casa	não

Fonte: As informações contidas nesta tabela foram retiradas do *site* <http://www.alexa.com>. Acesso em: 08 jun. 2011.

A partir desses dados podemos afirmar que dentre os 14 *sites* expostos na tabela anterior, o *site* mais visualizado é o *Ask*, pois é o 43º site na colocação mundial dos mais acessados, seguido da 68ª posição do *About.com* e da 106ª posição do *Ehow*. É importante percebermos que todos esses três *sites* são nomeados com palavras que, na língua materna, remetem a uma forma de linguagem facilmente utilizada no momento em que o internauta está buscando informação na internet.

Ainda com base na mesma tabela, a idade predominante dos usuários é de 18 a 24 anos, ou seja, são usuários jovens, fato que indica o mesmo parâmetro global que confirma que eles são a maioria dos internautas. Já a segunda maior audiência destes *sites* são os senhores e senhoras com idade entre 55 a 64 anos, supostamente por terem mais tempo para adquirir novos conhecimentos e se dedicarem à prática de ações diversas.

De todos os *sites* pesquisados, 9 deles são mais frequentados por mulheres, sem filhos, na sua maioria, localizadas geograficamente nos Estados Unidos da América, com formação colegial e, em grande parte, com graduação incompleta e com local de navegação dos *sites* em casa, devido à popularização dos computadores e redes virtuais, o que nos faz concluir que não é mais necessário sair de casa para buscar informação.

Os *sites* que oferecem receitas sobre fazeres e afazeres cotidianos, geralmente apresentam em suas páginas principais o emblema das suas marcas, *slogans*, informações sobre o conteúdo ofertado e um cardápio (disposto em *links*) de palavras-chave que podem fazer parte da pesquisa a ser realizada pelo internauta. Enquanto alguns *sites* exploram muito a utilização de imagens estáticas e/ou em *flash*, outros focalizam as palavras escritas como forma de atrair a atenção do indivíduo-usuário da plataforma. Todavia, as principais diferenças dos *sites* encontram-se nos contratos comunicacionais, nos dispositivos utilizados para a conexão dos discursos e nas palavras de ordem (ou ponto nodal) que totalizam o que o indivíduo pode e/ou deve saber. A tabela a seguir mapeia as palavras de ordem, os *slogans* e as informações sobre os conteúdos dos *sites* deste *corpus*.

TABELA 2 – MAPEAMENTO DOS SITES

<i>SITE</i>	PALAVRA DE ORDEM	SLOGAN	CONTEÚDO
<i>5 MIN</i>	Aprenda a fazer/ser	<i>Life Videopedia – Your one-stop shop for instructional videos and DIY projects</i>	Vídeos de diversas fontes – produzidos para a internet e retirados de programas da televisão
<i>ABOUT.COM</i>	Aprenda a fazer/ser	<i>Need. Know. Accomplish.</i> (Necessite. Saiba. Realize.)	Artigos e vídeos de diversas temáticas
<i>ASK</i>	Tire suas dúvidas	-----	Levantamento de questões, janelas de debates entre os usuários e vídeos
<i>ASKMEN</i>	<i>Become a better man</i> (Torne-se um homem melhor)	<i>Become a better man</i> (Torne-se um homem melhor)	Artigos, vídeos, questionamentos e reportagens
<i>COMO FAZER AS COISAS</i>	Aprenda a fazer	-----	Videoaulas
<i>DO IT YOURSELF</i>	Faça você mesmo	<i>Home repair projects and how-to articles</i> (Projetos de reformas em casa e artigos sobre como fazer)	Videoaulas, artigos, fóruns, levantamento de questões e indicação de contratação de profissionais
<i>EHOW</i>	Aprenda a fazer/ser	<i>Trusted advice for the curious life</i> (Conselhos confiáveis para a vida curiosa)	Videoaulas e artigos
<i>HELPFULVIDEO</i>	Aprenda a fazer/ser	-----	Vídeos para assistir, comprar e vender
<i>HOWCAST</i>	Aprenda a fazer/ser	The Best how to vídeo on the web (O melhor do “como fazer” em vídeos da internet)	Videoaulas
<i>MONKEYSEE</i>	Aprenda a fazer/ser	<i>Watch, learn, discover.</i> (Assistir, aprender, descobrir).	Videoaulas
<i>SABER HACER</i>	<i>Latino, seja um bom imigrante</i>	<i>Know-how. Now. – Get from knowing to doing in no time!</i> (Saiba como. Agora. – Aprenda a fazer coisas sem perder muito tempo)	Videoaulas seguido de comentários dos usuários
<i>VIDEOJUG</i>	<i>Get good at life</i> (Seja bom na vida)	<i>Get good at life</i> (Seja bom na vida)	Videoaulas seguido de comentários dos usuários
<i>WIKIHOW</i>	<i>Compartilhe conhecimentos e aprenda mais</i>	<i>The how to manual that you can Edit</i> (O manual de “como fazer” que você pode editar)	Vídeos, artigos e discussões colaborativos
<i>WONDERHOWTO</i>	Aprenda a fazer/ser	-----	Vídeos, artigos e comentários de usuários

Em 5min podemos observar a importância dada à publicação de qualquer tipo de vídeo na internet, independentemente da origem da fonte, por isso o seu *slogan* é “A vida em vídeos – seu balcão de vídeos instrutivos e projetos faça você mesmo”. Já no *About.com* o “Necessite. Saiba. Realize” ganha destaque no *slogan*, pois expressa as necessidades do internauta que, ao precisar de alguma informação, busca o saber no *site*, e com o empoderamento<sup>22</sup> (o poder-fazer) ofertado na enunciação, o indivíduo pode realizar a ação com sucesso.

Já os grupos *Ask*, *Como fazer as coisas*, *Do it Yourself*, *eHow*, *Helpfulvideo*, *Howcast*, *Monkeysee*, *Wonderhowto* apresentam-se na internet de forma muito similar na sua estruturação persuasiva, cuja predominância de enunciação está no ato de fornecer conteúdo para o aprender a fazer e/ou aprender a ser do internauta, sem destaque para o estabelecimento de um contrato comunicacional gerado pela identificação do mesmo com as mensagens expostas<sup>23</sup>.

Os quatro *sites* restantes, que estão com as palavras de ordem destacadas na cor vermelha, na tabela anterior, são diferenciados dos demais *sites* listados por desenvolverem argumentos persuasivos que, através do fornecimento de um saber-fazer e poder-fazer para o indivíduo-internauta, faz com que esse último seja convocado a seguir os rituais de aprendizagem que são disponibilizados nesses meios. O discurso de autoajuda, nesses meios, é mais elaborado para conquistar a atenção do enunciatário e dessa forma, estabelecer o contrato de comunicação através de alterações na competência do destinatário, estimulando-o a querer-fazer, saber-fazer e poder-fazer determinada ação.

Portanto, é prudente dividir os *sites* desta pesquisa em três segmentos distintos: o gênero do “como fazer”, que se apresenta no meio eletrônico de forma mais despretensiosa e menos manipuladora (no sentido da semiótica discursiva), o gênero “como fazer e autoajuda” para os *sites* que fazem uso dos dois segmentos (cerca de 50% das categorias voltadas para ambos os campos) e o gênero dos *sites* de “autoajuda” para aqueles que apresentam mais de 50% das categorias focadas nesse campo e que utilizam programas narrativos para modalizar os sujeitos-destinatários da comunicação.

<sup>22</sup> Termo utilizado primeiramente por Paulo Freire.

<sup>23</sup> As descrições dos *sites* que compõem o *corpus* deste projeto encontram-se nos subitens a seguir.

TABELA 3 – GÊNEROS POR PREDOMINÂNCIA

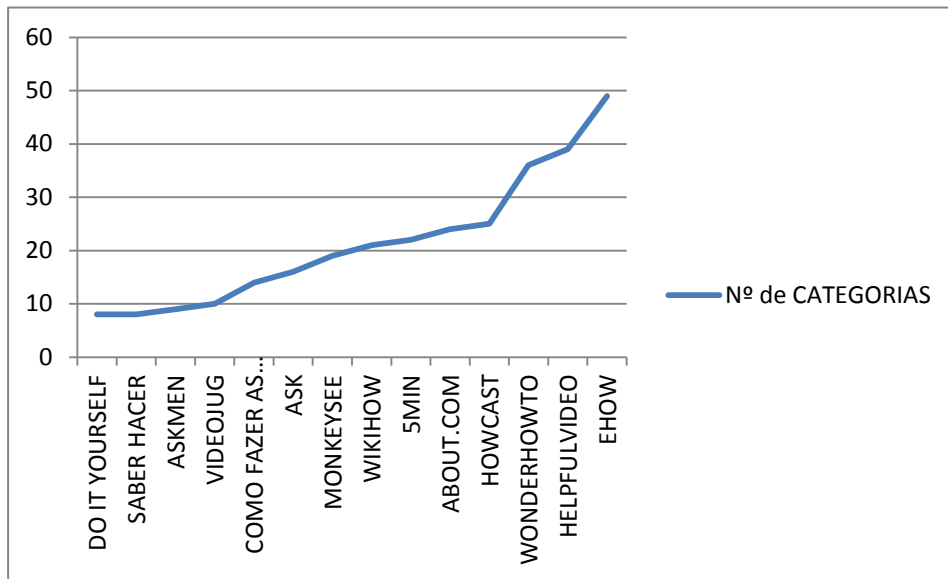
COMO FAZER	COMO FAZER E AUTOAJUDA	AUTOAJUDA
0% de autoajuda	Até 50% de autoajuda	Mais de 50% de autoajuda
<i>Do it Yourself</i>	<i>5min</i> <i>About.com</i> <i>Ask</i> <i>Como Fazer as Coisas</i> <i>eHow</i> <i>Helpfulvideo</i> <i>Howcast</i> <i>Monkeysee</i> <i>Wonderhowto</i>	<i>Askmen</i> <i>Saber Hacer</i> <i>WIKIHOW</i> <i>Videojug</i>

Considerando essa divisão, não desmerecemos o poder informacional dos demais 10 *sites*, mas os 4 *sites* do gênero “autoajuda” serão esmiuçados nesta pesquisa, posteriormente, porque fazem uso de estratégias comunicacionais para modalizar as ações e apresentam palavras de ordem peculiares à busca da felicidade:

- *Askmen* - com a palavra de ordem “torne-se um homem melhor”;
- *Videojug* - com a palavra de ordem “seja bom na vida”;
- *Saber Hacer* - com a palavra de ordem “latino, seja um bom imigrante” e,
- *WIKIHOW* - com a palavra de ordem “compartilhe seus conhecimentos e aprenda mais”.

Muitas são as categorias temáticas que os 14 *sites* oferecem. Alguns dividem seus temas em 8 categorias e outros, em até 49, sendo que na maioria das vezes os temas se subdividem em “subtemas” para melhor facilitar a navegação do usuário. A seguir, apresentamos um gráfico que relata a diferença no mapeamento das categorias (disponíveis em forma de *menu* na página principal) de cada endereço eletrônico estudado.

GRÁFICO 1 – MAPEAMENTO DO NÚMERO DE CATEGORIAS



Fonte: Dados obtidos através de navegações nos *sites* no período de setembro de 2010.

Como podemos conferir no gráfico, enquanto o *Do it Yourself* e o *Saber Hacer* apresentam em torno de 10 categorias, o *eHow* apresenta-se com quase 50, ou seja, a maneira de se abordar os *tags* (que são as palavras-chave dispostas no *menu* principal, neste caso “as categorias”) varia de acordo com o *site*. Essa diferenciação dificulta a navegação do usuário, pois é necessário que este, mesmo já tendo navegado em algum *site* similar, primeiro se familiarize com a página virtual para, conseqüentemente, poder nela navegar de maneira mais rápida e eficiente.

A tabela a seguir foi montada para melhor explicitar a quantidade de categorias expostas em cada *site* e ressaltar as categorias com temáticas voltadas para a imagem pessoal do indivíduo, aqui listadas em três grupos: beleza e moda (na cor laranja); saúde, bem-estar e atividades físicas (na cor verde); comportamento, socialização e carreira (na cor azul); sendo que todos estes grupos se interligam, diretamente ou indiretamente, através das temáticas relacionadas ao corpo.

TABELA 4 – MAPEAMENTO DAS CATEGORIAS DOS SITES

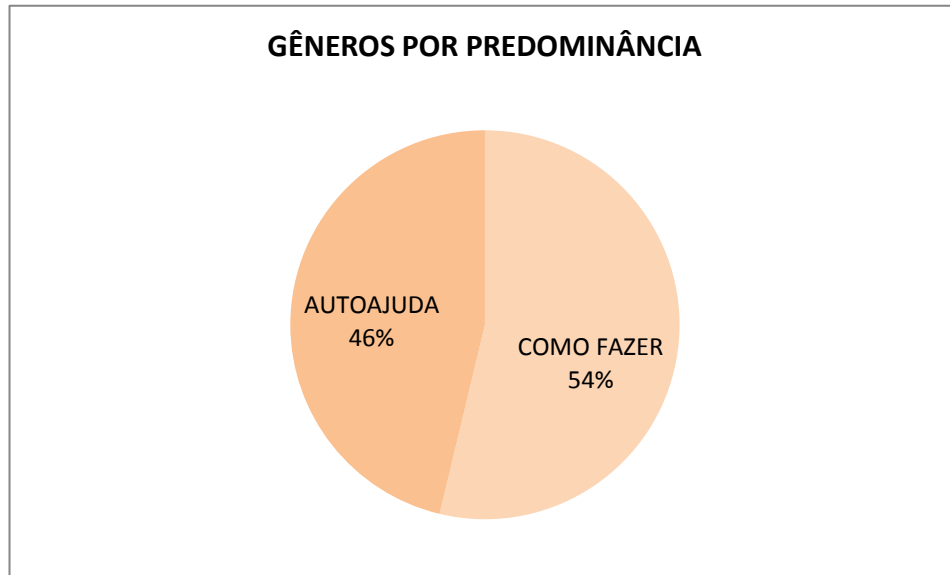
SITE	CATEGORIAS									
5MIN	artes	automóveis	negócios	esportes radicais	moda	atividade física	comida	jogos	saúde	
	casa	conhecimentos	dicas de vida	música	novidades	pais & filhos	pessoas	animais de estimação		
	espiritualidade	esportes	tecnologia	viagem	jogos eletrônicos					
ABOUT.COM	automóveis	negócios & finanças	idades & metrópoles	computação & tecnologia	educação	eletrônicos & aparelhos portáteis	entretenimento	About em espanhol	comida & bebida	
	saúde	passatempos & jogos	casa & jardim	indústria & comércio	trabalhos & carreira	notícias & questionamentos	pais, filhos & família	pessoas & relacionamentos		
	animais de estimação	religião & espiritualidade	compras	esportes & recreação	estilo	viagem	jogos eletrônicos			
ASK	entretenimento	novidades	carros	meio ambiente	moda	comida	para adolescentes	saúde & atividade física	casa &	modo de vida
	crianças	dinheiro	esportes	tecnologia	viagem	jogos eletrônicos	viral			
ASKMEN	carros	celebridades	encontros & sexo	entretenimento	moda	viver bem	saúde & esportes	poder & dinheiro	top 10	
COMO FAZER AS COISAS	habilidades manuais & arte	beleza & saúde	carros, motos e outros	casa, móveis e decoração	celulares e portáteis	comidas e bebidas	eletrodomésticos e eletrônicos	entretenimento, hobbies e lazer	esportes e atividade física	
	festas, celebrações e férias	jogos e jogos eletrônicos	informática e computadores	roupas, moda e estilo	testes e avaliações					
DO IT YOURSELF	decoreação & pintura	elétrica & eletrônica	reforma da parte externa da casa	jardinagem & espaços livres	equipamentos, ferramentas & trabalhos com madeira	limpeza doméstica	reforma & remodelação na parte interior da casa	canalização, aquecimento, condicionador de ar & ventilação		

EHOW	artes & habilidades manuais	artes & entretenimento	beleza & cuidados pessoais	negócios	reparos no carro & manutenção	carreira	carros	programas de computador	computadores
	cultura & sociedade	doenças & condições patológicas	drogas & suplementos	educação	eletrônicos	saúde da família	moda & estilo		
	atividade física	comida & bebida	cuidados com a saúde	bem-estar	passatempos & ciências	feriados & celebrações	construção de casas & remodelação	designer de casa & decoração	manutenção & reparos da casa
	segurança de casa & dicas domésticas	limpeza doméstica	internet	busca de trabalho & emprego	gramado & jardins	direito	saúde mental	Música	
	pais & filhos	finanças pessoais	animais	cuidados com as plantas	plantas	propriedade & investimento	receitas	atividades recreativas	relacionamentos & famílias
	esportes	brinquedos & jogos	US viagem	férias & planejamento de viagens	casamentos & festas	controle de peso & imagem corporal			
HELPFULVIDEO	animais	artes & literatura	negócio & finanças	carros & veículos	catálogos	classificados	computadores	construção	habilidades manuais
	discussões & opiniões	educação	eletrônicos	entretenimento	moda & beleza	finança	descobertas	profissionais	
	comidas & bebidas	jogos	saúde	casa & jardinagem	como as coisas funcionam	internet	trabalhos & currículos	Crianças	experiência de vida
	filmes	música	novidades	lugares	religião	consertos	comentários	Ciência	
	sociedade & políticas	esportes	tecnologia	ferramentas	tutoriais & lições				

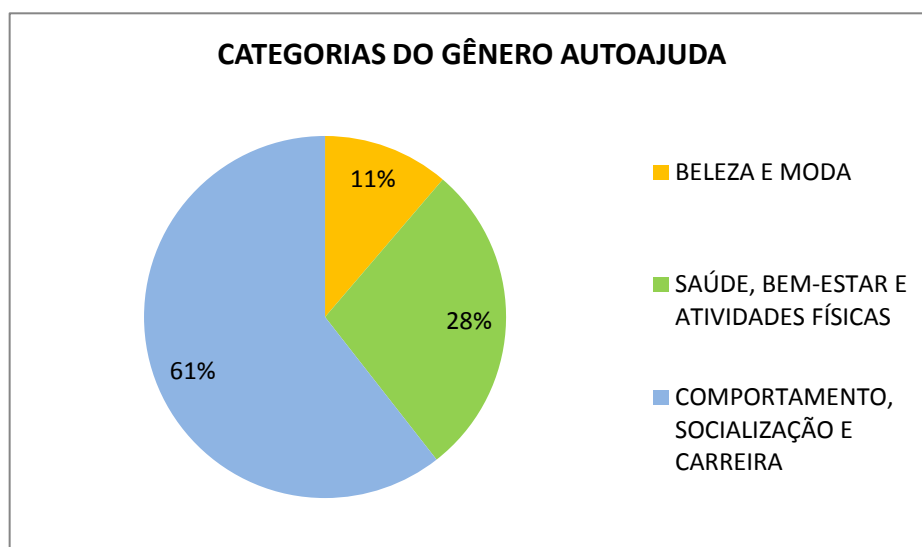
HOWCAST	artes & mídia	negócios & finanças	carreira & educação	carros & meios de transporte	habilidades manuais & passatempos	meio ambiente	primeiros socorros & segurança	comida & bebida	jogos
	saúde & nutrição	feriados & celebrações	casa & jardim	crianças	linguagem & referências	mente & corpo	pais, filhos & família	artes performáticas	
	cuidados pessoais & estilo	animais de estimação	religião & espiritualidade	sexo & relacionamentos	esportes & atividade física	tecnologia	adolescentes	Viagem	
MONKEYSEE	automóvel & mecânica	beleza & moda	carreira & educação	eletrônicos & aparelhos portáteis	comida & bebida	jogos	saúde & atividade física	passatempos & habilidades manuais	feriados & temporadas
	casa & jardim	amor & relacionamentos	música & dança	outros	pais & filhos	finanças pessoais	animais de estimação	segurança	
	esportes & lazer	viagem							
SABER HACER	carreira & trabalhos	cidadania	educação superior	computador & internet	saúde	pais & filhos	finança pessoal	segredos do sucesso	
VIDEOJUG	beleza & estilo	criatividade & cultura	família & educação	comida & bebida	saúde & bem-estar	relacionamentos	amor & encontros	dinheiro & carreira	esportes & atividades ao ar livre
	tecnologia & carros								
WIKIHOW	artes & entretenimento	carros & outros veículos	computador & eletrônicos	educação & comunicações	estilo de vida da família	finanças, negócios & direitos	alimentação	saúde	passatempos & habilidades manuais
	casa & jardim	feriados & tradições	cuidados pessoais & estilo	animais de estimação & animais silvestres	filosofia & religião	relacionamentos	esportes & atividade física	Viagem	
	Wikipow	munho do trabalho	juventude	outros					

<b>WONDERHOWTO</b>	<i>top how-to topics</i>	álcool	artes & habilidades manuais	automóveis, motos & aviões	beleza & estilo	negócios & dinheiro	computadores & programação	Dança	encontro & relacionamentos
	dieta & saúde	preparação contra desastres	educação	eletrônicos	família	cinema & teatro	arte clássica	atividade física	
	comida	jogos de azar	jogos	passatempo & brinquedos	casa & jardim	hospitalidade & entretenimento	linguagem	mágica & truques de jogos de salão	motivação & autoajuda
	música & instrumentos	atividades recreativas ao ar livre	animais de estimação & animais silvestres	brincadeiras & truques golpistas	programas de computador	espiritualidade	esportes	Viagem	
	jogos eletrônicos	armas							

Com base na tabela anterior foi possível elaborar o gráfico abaixo. Uma diferença quantitativa irrisória de apenas 8% entre os gêneros.



De um total geral de 305 itens listados, 16 deles são direcionados para o tópico “beleza e moda”, 40 itens para “saúde, bem-estar e atividades físicas” e 86 para “comportamento, socialização e carreira” – lembrando que alguns tópicos se repetem em alguns *sites*. Ou seja, 46% das categorias abordadas nos *sites* apresentam temáticas direcionadas à imagem pessoal do indivíduo, um número elevado se pensarmos na quantidade de temas possíveis. Já o gráfico abaixo nos revela o quanto as categorias do gênero autoajuda relacionadas ao comportamento, socialização e carreira se destacam entre as demais.



Para melhor explicitar as categorias de cada eixo temático abordado no gênero autoajuda, segue abaixo uma tabela com a divisão dos temas e exemplificação de temáticas abordadas em cada um deles.

TABELA 5 – PALAVRAS-CHAVE DAS CATEGORIAS

<p>BELEZA E MODA</p>	<p>Beleza Corpo Cuidados pessoais Estilo Imagem corporal Moda Roupas</p>
	<p>Ex.: como cuidar da pele, como se maquiar, como dar nó em gravata, como escolher roupa, etc.</p>
<p>SAÚDE, BEM- ESTAR E ATIVIDADES FÍSICAS</p>	<p>Atividade física Atividades ao ar livre Atividades recreativas Bem-estar Controle de peso Cuidados com a saúde Dieta &amp; saúde Esportes Esportes &amp; lazer Esportes radicais Estilo de vida da família Juventude Mente Nutrição Recreação Saúde Saúde da família Saúde mental Viver bem</p>
	<p>Ex.: como fazer ginástica, como se alimentar de forma saudável, como fazer exame, etc.</p>

<p>COMPORTAMENTO, SOCIALIZAÇÃO E CARREIRA</p>	<p>Adolescentes Amor &amp; encontros Busca de trabalho &amp; emprego Carreira Casamentos &amp; festas Celebidades Cidadania Cidades &amp; metrópoles Crianças Criatividade &amp; cultura Comunicações Cultura &amp; sociedade Dinheiro &amp; carreira Direitos Discussões &amp; opiniões Encontros &amp; sexo Entretenimento Educação Educação superior Experiência de vida Família Feriados &amp; celebrações Férias Filosofia Finanças Hobbies Hospitalidade &amp; entretenimento Linguagem &amp; referências Modo de vida Motivação &amp; autoajuda Negócios Pais &amp; filhos Pessoas Poder &amp; dinheiro Preparação contra desastres Profissionais Propriedade &amp; investimento Relacionamentos Religião &amp; espiritualidade Segredos do sucesso Segurança Sociedade &amp; políticas Trabalhos &amp; currículos Tradições</p> <p>Ex.: como se comportar no trabalho, no relacionamento amoroso, na balada, como interagir com criança, etc.</p>
---	---

Muitos dos outros tópicos listados nos *sites* que inicialmente são compostos por palavras que não envolvem diretamente a imagem pessoal das pessoas, como por exemplo, a

categoria “carros” e “comida e bebida”, interferem indiretamente na percepção que temos do outro; pois ter um bom carro, muitas vezes é sinal de que o indivíduo é bem sucedido profissionalmente, e saber manter uma alimentação saudável, muitas vezes é sinal de que o mesmo mantém o corpo bem nutrido e, portanto, está livre de problemas de saúde. Isso amplia para mais de 46% o conjunto de temáticas que abordam os assuntos de imagem pessoal nos *sites* aqui estudados.

## 2. APRESENTAÇÃO DOS *SITES* DO SEGMENTO “COMO FAZER”

Este tópico apresenta os elementos principais dos 10 *sites* do *corpus* deste projeto do gênero “como fazer”: *5min*, *About.com*, *Ask*, *Como Fazer as Coisas*, *Do it Yourself*, *eHow*, *Helpfulvideo*, *Howcast*, *Monkeysee* e *Wonderhowto*.<sup>24</sup>


A imagem a seguir contempla a página principal do *site 5min* que pode ser visualizado na internet no endereço eletrônico <http://www.5min.com>. Assim que o usuário acessa a página, aparecem na barra superior as palavras “*Life Videopedia*”<sup>25</sup>, que faz com que o internauta interprete os variados tipos de temáticas abordados nessa página através da utilização de recurso audiovisual e ao lado da marca do *site* a frase “*You one-stop shop for instructional videos and DIY projects*”<sup>26</sup>, já revela de forma resumida que através de programas narrativos os enunciadores dos projetos “faça você mesmo” buscam modalizar os enunciatários por meio de guias instrucionais pré-moldados.

---

<sup>24</sup> As imagens das páginas principais de cada um destes *sites* estão disponíveis em formato “.jpeg” em um CD no final desta dissertação.

<sup>25</sup> Tradução livre: 5min. – Videoteca sobre assuntos da vida;

<sup>26</sup> Tradução livre: Seu *shopping* de vídeos instrucionais e projetos “faça você mesmo”.


[Home](#) [Videos](#) [Studios](#) [Upload](#) [About](#) [Solutions](#)

Hi thiana [My Account/](#) [Log Out](#)

**5min Life Videopedia** | Your one-stop shop for instructional videos and DIY projects

All

[Featured](#) | [Most Viewed](#) | [Top Rated](#) | [Most Discussed](#) | [Recently Added](#) | Today

**Categories**

- Arts
- Auto
- Business
- Extreme
- Fashion
- Fitness
- Food
- Games
- Health
- Home
- Knowledge
- Life Tips
- Music
- News
- Parenting
- People
- Pets
- Spiritual
- Sports
- Tech
- Travel
- Video Games


### Smin's Highlights

**How to Save Money on Amazon**

**Top Worst Tech Gifts For Dads**

**How Happiness Affects Weigh...**

**Anthony Weiner Enters Treat...**



**EVERY WEB PAGE**

**EVERY SCREEN**

**WE TAKE VIDEO EVERYWHERE**

**5minMedia** VIDEO EVERYWHERE [TRY IT NOW](#)

**Studio Picks on 5min**

**Smin Faves** Popular Now

- CNET**  
Videos Shared: 1,604  
Member Since: 2/9/10
- The Style Network**  
Videos Shared: 386  
Member Since: 6/18/09
- The Doctors**  
Videos Shared: 2,694  
Member Since: 5/3/09
- Simon&Schuster**  
Videos Shared: 2,326  
Member Since: 11/2/10
- E!**  
Videos Shared: 493  
Member Since: 4/25/10

**Smin NewsFeed**

**Fresh videos** Latest Activity

**AolNewsNow** uploaded a video:  
NFL Coming Back to Los Angeles?, today.

**AolNewsNow** uploaded a video:  
Newsy Now: June 13 (2130 GMT), today.

**PopSugarRush** uploaded a video:  
Pippa Middleton Breaks Up With Boyfriend, today.

**Now blogging**

**Cheers!**  
6/5, 2011 by Ashley  
As the beaches open and bbq's become weekly events, there isn't any other way to spend summers than toasting! Champagne, wine, beer, sangria, vodka, margaritas, rum punch, everything and anything feels so refreshing during summer. A lot of people have their preference for summer drinks but I'm all about my frozen margaritas. There are so ... [Read More](#)

**ps2**  
ps2 games  
**sony playstation 3**  
guitarbox 3  
**pc game**  
nintendo ds  
**monkeysearough**

**Food**  
Searing Tips to Cook the Perf...  
By: **hungrynation**  
Views: 97,704  
Rating: 0  
[More In Food](#)

**Fashion**  
Dresses by Naana Tennachie Yan...  
By: **WatchMojo**  
Views: 2,437  
Rating: 0  
[More In Fashion](#)

**Home**  
How to Create a Home Escape P...  
By: **MonkeySe...**  
Views: 1,495  
Rating: 0  
[More In Home](#)

**Business**  
Lack of New Homes Is Slow...  
By: **MoneyWatch**  
Views: 310  
Rating: 0  
[More In Business](#)

**Fitness**  
How Happiness Affects Weigh...  
By: **PopSugar...**  
Views: 614  
Rating: 0  
[More In Fitness](#)

**Health**  
5 Anti-Aging Foods to Firm...  
By: **TheDoctors**  
Views: 9,043  
Rating: 0  
[More In Health](#)

**Tech**  
10 Tech Gadgets and Apps For...  
By: **BNET**  
Views: 7,081  
Rating: 0  
[More In Tech](#)

**Travel**  
Your Healthy Flight Guide  
By: **illumistream**  
Views: 3,468  
Rating: 3.5  
[More In Travel](#)

**People**  
Olga Gardner Galvin on the...  
By: **ReasonTV**  
Views: 114  
Rating: 0  
[More In People](#)

**Auto**  
Behind the Smoke Episode 8...  
By: **GTChannel**  
Views: 1,317  
Rating: 0  
[More In Auto](#)

You are in: 5min.com

**Topics in 5min.com**

- Digital Arts
- Painting Techniques
- Magic Tricks
- Pilates
- Italian Recipes
- Diabetes Information
- Heart Disease
- Home Decor
- Home Repairs
- Meditation Technique

**Check more videos in 5min.com**

- Unlock iPhone
- Easy Gravy Recipe
- Japan's Attack At Pearl Harbor
- Sensual massage
- How to view Myspace private profiles
- How to Paint Jack Sparrow of Pirates of the Caribbean
- Delicious Bruschetta Recipe
- Cranberry sauce

**Featured on 5min.com**

- Top Worst Tech Gifts for Dads
- Gas Saving Tips for Your Road Trip
- Grilled ribeye recipe
- Easy Tips for Grilling Veggies
- Asian Grilled Salmon Recipe
- Grilled Chicken Skewers Recipe
- 3 Ways to Simplify Your Summer Makeup...
- Treat Sunburn
- How to Make Classic Gazpacho
- Healthy Ways to Lose Weight for Summer

**My Account**

- Log Out
- Join now
- FAQ
- Site Map

**5min.com**

- About Us
- Privacy Policy
- Terms and conditions
- Contact Us

**Developers**

- API documents

**Community**

- Press
- Blog

**Products**

- VideoSection
- PlayerSeed
- ThumbSeed
- BarSeed

**Solutions**

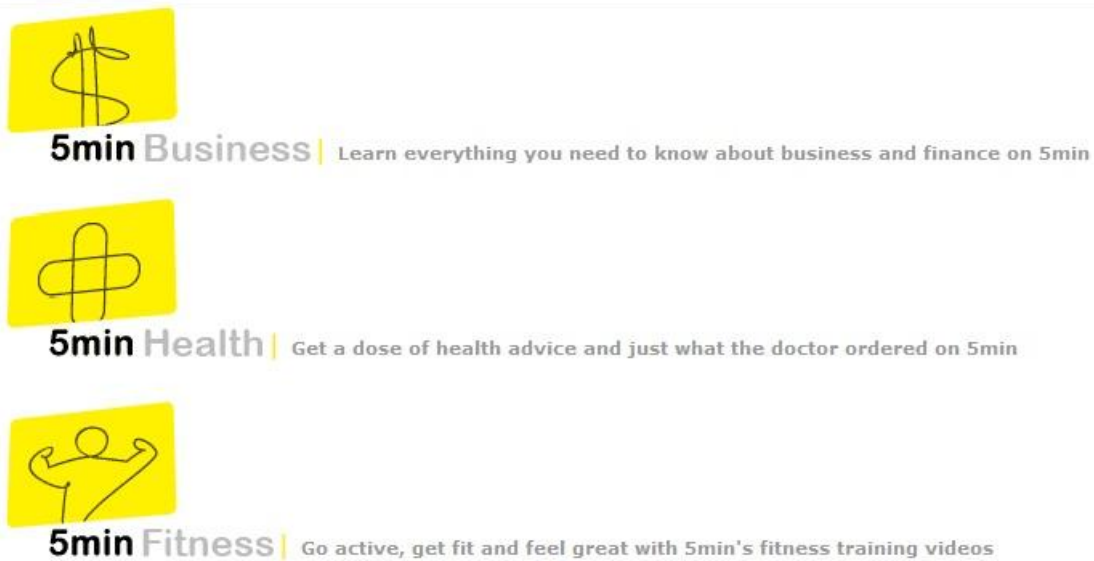
- Content Owners
- Site Publishers
- Advertisers

Copyright © 2011 Smin Ltd. All Rights Reserved.

Legenda: Página principal do site 5min.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.5min.com> em junho de 2011.

No plano de expressão, o percurso gerativo de sentido é efetivado com a organização das informações expostas, com base nas modulações quadradas que, juntas, criam harmonia e dividem os tópicos em destaque. Sem alternância de plano de fundo e com uma navegação tradicional por meio de barra de rolagem na vertical, o *site* divide suas temáticas em 22 categorias que são expostas na lateral esquerda do monitor com iconogramas que fazem referência às categorias *linkadas* e também ao *site 5min* como um todo. Ao clicar em cada uma das categorias, frases de apoio ao contrato comunicacional do *site* são exibidas referindo-se especificamente ao tópico abordado, como podemos conferir a seguir:



Legenda: *5 min. Negócios – Aprenda tudo que você precisa saber sobre negócios e finanças no 5min;*  
*5 min. Saúde – Pegue uma dose de conselhos sobre saúde e recomendações médicas;*  
*5 min. Condição física – Faça atividade, tenha um bom condicionamento físico e sinta-se bem com base nos nossos vídeos de treinamento.*

Fonte: Imagem disponível em: <http://www.5min.com>. Acesso em: maio de 2012.

Todas as categorias do *5min* se subdividem várias outras, por exemplo: a categoria *Artes* se ramifica em:

- |                        |                      |                         |
|------------------------|----------------------|-------------------------|
| - balões;              | - desenho & pintura; | - origami;              |
| - habilidades manuais; | - filmagem;          | - fotografia;           |
| - dança;               | - joias;             | - escultura;            |
| - design;              | - malabarismo;       | - escrita & publicação; |
| - arte digital;        | - mágica;            | - outros.               |

E todas as subcategorias se ramificam em temáticas mais específicas dentro das suas páginas, como por exemplo, em *dança* que se ramifica em: dança de Bollywood, salsa, balé, dança do ventre, dança latina, entre outras.

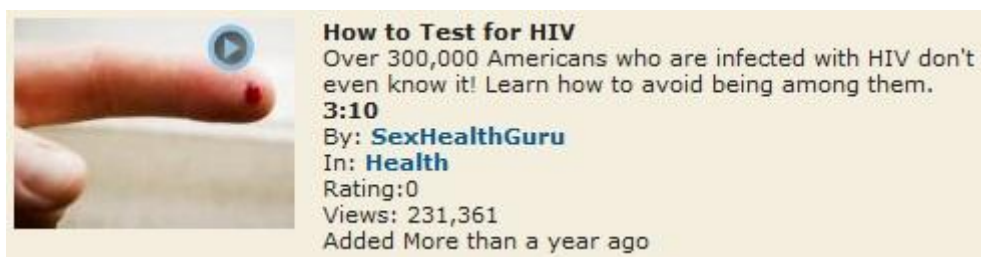
Além disto, o *site* disponibiliza diversos mecanismos de busca para que o usuário escolha o que mais lhe convém. Vários blocos com imagens estáticas retiradas de alguns vídeos são expostos na página principal em forma de *links*, facilitando o acesso dos internautas. A exibição do número de *views* (quantidade de vezes que os usuários assistiram ao vídeo) faz parte da enunciação, para mostrar o grau de popularidade de cada um dos audiovisuais. Além disso, também na página inicial, observamos o destaque de amostras de 4 vídeos em animação *flash*, não necessariamente sobre videoaulas – em determinados momentos, alguns vídeos são sobre celebridades. Os exemplos utilizados na exibição deste quadro são modificados ao longo do tempo; segue modelo abaixo:



Legenda: Destaques do 5 minutos.

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.5min.com>. Acesso em: junho de 2011.

Assuntos polêmicos como o vírus da AIDS e HIV, religião, racismo, entre outros, também fazem parte da gama de vídeos disponíveis na página virtual.



Legenda: Como fazer o teste de HIV. Mais de 300 mil americanos são infectados com o vírus HIV e não sabem disto! Aprenda a evitar a entrar neste grupo.

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.5min.com>. Acesso em: junho de 2011.



Legenda: Como amar Deus com a sua mente.

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.5min.com>. Acesso em: junho de 2011.

Está disponível para o usuário uma listagem com a indicação dos vídeos mais vistos pelos internautas e outra com os vídeos que recentemente foram disponibilizados no *site*, além de identificação do usuário, através de *login*, espaço designado para os comentários e divulgação de questionamentos dos internautas. Ao navegar no *site* é possível encontrar vídeos com discussões como “*How the tsunami affects the automotive industry*”, ensinamentos sobre como jogar sinuca, entre outros. Uma de suas peculiaridades é que muitos dos vídeos que compõem a extensa “biblioteca” são retirados de filmagens televisivas (alguns divulgando outros *sites*), e em sua maioria apresentam comentários de tendências do mundo da moda, informações sobre celebridades (como pensam, o que fazem e o que vestem) – alguns com canais específicos no *site*.



Legenda: Como escolher um vestido de dama de honra. Todas nós temos nos nossos guarda-roupas um vestido de dama de honra que nunca usaremos novamente. Mas não precisa ser assim. Nós nos encontramos com a editora-chefe de noivas para saber suas regras sobre a escolha de vestidos de damas de honra que as senhoritas irão amar. Produzido por Better.TV

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.5min.com>. Acesso em: junho de 2011.



Legenda: Página exclusiva para o canal *Better.TV Studio*

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.5min.com>. Acesso em: junho de 2011.

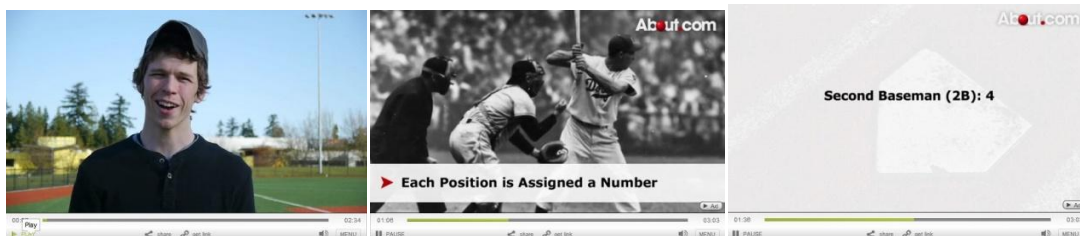
Ao assistir algumas das modalizações disponíveis no site *5min*, o internauta poderá observar a existência de muitas propagandas indiretas nos vídeos, em que pessoas intituladas “especialistas” das ações em exposição vendem os seus serviços, ao mesmo tempo em que exemplificam alguma ação por meio de receitas modalizadoras. A tabela a seguir revela exemplos de temas abordados na mídia com algumas observações:

LINK	CATEGORIA	TÍTULO	O QUE EXIBE?	DETALHES
<a href="http://www.5min.com/Video/Top-5-Hidden-Attractions-of-India-396442324">http://www.5min.com/Video/Top-5- Hidden-Attractions-of-India-396442324</a>	Viagem	Top 5 - Atrações ocultas da Índia	Indicações de cinco lugares para visitar na Índia	Fala pausada da narradora
<a href="http://www.5min.com/Video/Wild-Striped-Bass-with-Cheesy-Creamy-Orzo-Recipe-516957322">http://www.5min.com/Video/Wild- Striped-Bass-with-Cheesy-Creamy-Orzo- Recipe-516957322</a>	Comida	Receita de peixe com queijo cremoso	Ensinando a cozinhar	Fala pausada do japonês entrevistado e da apresentadora
<a href="http://www.5min.com/Video/Introduction-to-Wall-Yoga-517066884">http://www.5min.com/Video/Introduction- to-Wall-Yoga-517066884</a>	Atividade física	Introdução de ioga na parede	Mulheres tranquilas praticando a atividade física	Falas pausadas dos narradores que condiz com o relaxamento que a prática da atividade física produz
<a href="http://www.5min.com/Video/What-Is-Hidradenitis-Suppurativa-517211311">http://www.5min.com/Video/What-Is- Hidradenitis-Suppurativa-517211311</a>	Saúde	O que é hidradenite supurativa?	Programa de TV de médicos especialistas, resolvendo problemas diversos	Tem a marca do programa “ <i>The doctors</i> ” exibida o tempo todo no canto da tela
<a href="http://www.5min.com/Video/London-Undergrounds-Ghost-and-Paranormal-Activities-516895152">http://www.5min.com/Video/London- Undergrounds-Ghost-and-Paranormal- Activities-516895152</a>	Pessoas	Fantasmas de Londres e atividade paranormal	História sobre fantasma e atividades paranormais no metrô de Londres	Feito em formato de documentário
<a href="http://www.5min.com/Video/Dos-and-Donts-of-Home-Lighting-295431751">http://www.5min.com/Video/Dos-and- Donts-of-Home-Lighting-295431751</a>	Casa	Iluminação	Mostra o que comprar e o que não comprar	Música de fundo, voz da apresentadora empolgada
<a href="http://www.5min.com/Video/Explaining-Cell-Biology-with-Music-517283879">http://www.5min.com/Video/Explaining- Cell-Biology-with-Music-517283879</a>	Conhecimento	Explica o que é uma célula utilizando música	Jovens cheios de energia mostrando como é fácil estudar	Interessante forma de ensinar
<a href="http://www.5min.com/Video/The-History-Of-the-Pit-Bull-517286859">http://www.5min.com/Video/The-History- Of-the-Pit-Bull-517286859</a>	Animais de estimação	História do Pit Bull	Depoimentos de donos de animais da mesma raça e história sobre o animal	Feito em formato de documentário

Já o *site About.com* é um grupo corporativo que fundou sua página virtual em 1996 e, desde março de 2005 foi adquirida pelo *The New York Times Company*. Disponível no endereço eletrônico <http://www.about.com>, é um *site* conciso, que disponibiliza artigos e vídeos modalizadores através de listagem dos tópicos abordados e tem como *slogan* “*Need. Know. Accomplish*” (“Necessite. Saiba. Realize”). Como evidenciado anteriormente, esse *slogan* faz uso de palavras-chave que são organizadas intencionalmente desta forma na enunciação para impactar o sujeito-enunciatário da comunicação e lembrá-lo de que o *site* pode ajudá-lo na busca por receitas modalizadoras, estratégia essa que favorece o estabelecimento do contrato comunicacional e se soma à predisposição do enunciatário em querer-saber um conhecimento para poder-fazer determinada ação com sucesso. Na página inicial também nos deparamos com uma variedade de temáticas, muitas divulgadas em forma de artigos que se utilizam, algumas vezes, de vídeos para fortalecer determinados discursos.

Assim como o *site 5min*, o *site About.com* não alterou significativamente as interfaces das suas páginas, permanecendo com o mesmo padrão de modalização durante esta pesquisa. Desta forma, na página principal observamos o destaque de cerca de 7 a 8 amostras de modalizações que sempre vão se alternando com o passar dos dias de acordo com a preferência do editor que escolhe a informação que deve ou não ser destacada na mídia. É importante percebermos a utilização de fotografias artísticas nas apresentações das ações modalizadoras, em sua maioria fotos de pessoas sorrindo, felizes ao praticar as ações.

Você sabe sobre as abreviações comuns na pontuação de um jogo de beisebol? O *About.com* disponibiliza uma videoaula sobre essas abreviações que ajudam a entender como se joga este esporte de forma bastante convincente. A modalização se utiliza de um narrador jovem, praticante do esporte, que revela os seus conhecimentos de forma a conquistar a atenção dos internautas e, para facilitar o entendimento, o vídeo disponibiliza um texto escrito na enunciação:



Legenda: 1º quadro exibe o narrador da modalização, o 2º quadro mostra a utilização de tópicos para destacar a informação a ser modalizada e o 3º quadro mostra o texto escrito para reforçar a informação.

Fonte: Imagens retiradas de videoaula disponível em: <http://video.about.com/baseball/Common-Abbreviations-in-Baseball-Scoring.htm>. Acesso em: maio de 2012.

**About.com** *Need. Know. Accomplish.*

What can we help you accomplish today? **GO**

Editors' Picks Explore Topics Browse Categories

### 6 Quick Ways to Beat Stress

Feeling overwhelmed? There are several ways to soothe your stress—and they only take five minutes. From aromatherapy to simply having a good laugh, try one of these techniques when you need to relax.

By Elizabeth Scott, M.S.

## How to Control Dandelions

If you can't beat 'em, eat 'em

By David Beaulieu

**VIDEO:**

### Is Your Dog Healthy?

with Janet Tobiassen-Crosby, DVM

### How to Travel With Your Pooch

By Jenna Stregowski, RVT

**EN ESPAÑOL:**  
¿Qué necesitas en una computadora?  
Por Angel Luis Sanchez Iglesias

### Free Summer Movies for Kids

By Stacy Fisher

### Learn to Grill Almost Any Vegetable

### 11 Things the Hairstylist Won't Tell You

By Kendra Aarhus

Explore Topics: # A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Legenda: Página principal do *site About.com*.

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.about.com>. Acesso em: junho de 2011.

Para a visualização somente de vídeos, o *site* disponibiliza uma página exclusiva, o <http://video.about.com>, com divisão em 19 categorias que, no total, apresentam mais de 5 mil vídeos. A categoria que apresenta o maior número de vídeos é *comida & bebida*, com 2600 vídeos, seguida de *casa & jardim*, com 1360 vídeos; as temáticas menos abordadas nas videoaulas são as relacionadas com a categoria *religião* que possui apenas 74 vídeos disponíveis no *site*<sup>27</sup>. O *About.com* disponibiliza a reprodução das falas dos personagens dos seus vídeos logo abaixo da exibição dos audiovisuais, um auxílio importante para a fixação da modalização na mente dos enunciatários.

A busca por conhecimento também pode ser realizada pelas letras iniciais dos temas através do *link* “explorar tópicos” ou pelo *link* “navegar por categorias”, que é composto da divisão dos temas em 24 categorias que também se multiplicam em subcategorias (conforme imagens a seguir). Neste último, a estruturação dá-se por meio de blocos com identificação através de cores, tipologias e imagens representativas das categorias participantes da enunciação.

**About.com** *Need. Know. Accomplish.*

Editors' Picks | **Explore Topics** | Browse Categories

# A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

<b>123</b>	Aliens	Appliances	Automotive	Bestsellers	E
15-Minute Fashion	All About Baby	Aquariums:	Aviation and	Beyond the Classroom	E
19th Century History	Allergies	Freshwater	Aerospace	Bicycling	E
20th Century History	Alternative Medicine	Archaeology		Biology	E
80s Music	Alternative Music	Architecture	<b>B</b>	Biotech / Biomedical	E
<b>A</b>	Alternative Religions	Art History	B&Bs	Bipolar Disorder	E
A Balanced Life	Alzheimer's Disease	Arts / Crafts Business	Baby Clothes	Birding / Wild Birds	E
Accessories	American Food	Asia Travel	Baby Products	Birds	E
Acne	American History	Asian History	Baby's First Year	Black Hair	E
Action Figures	Amsterdam Travel	Assisted Living	Back & Neck Pain	Blogging	E
ADD / ADHD	Amusement Parks	Asthma	Back to School	Blues	E
Addictions	Ancient / Classical	Astrologia	Baking	Board / Card Games	E
Adoption / Foster Care	History	Astrology	Baltimore	Boating	E
Adventure Travel	Angels and Miracles	Astronomy	Banking / Loans	Body Piercing	E
Advertising	Animal Careers	Atheism	Barbecues & Grilling	Bodyboarding	E
Africa Travel	Animal Rights	Atlanta	Baseball	Bodybuilding	
African History	Animals / Wildlife	ATVs / Offroading	Basketball	Bonds	(
African-American	Animated TV	Austin	Be Heart Smart	Book Publishing	(
History	Animation	Australia / New	Beadwork	Borderline Personality	(
Agnosticism / Atheism	Anime	Zealand Travel	Beauty	Boston	(
AIDS / HIV	Antiques	Australian / New	Beauty Day & Night	Bowling	(
Air Travel	Antivirus Software	Zealand Food	Beauty Supply	Boxing	(
Albuquerque	Anxiety Disorders	Autism Spectrum	Bed & Breakfasts	Brazil Travel	(
Alcoholism	Apartment Living /	Disorders	Beer	Bread Baking	(
	Rental	Auto Repair		Breast Cancer	(

Explore Topics: # A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

<sup>27</sup> Informações retiradas do *site*. Acesso em: 30 de maio de 2012.



Legenda: Página secundária relacionada à temática *Pessoas & Relacionamentos*.

Fonte: Imagens retiradas do site <http://www.about.com>. Acesso em: junho de 2011.

É possível observar o caráter informacional das várias videoaulas em exposição. Muitas são concebidas por pessoas que se dizem especialistas nos assuntos e que, de forma didática, o passo a passo e as dicas são minuciosamente disponibilizados para o sujeito-enunciário da comunicação. Como podemos vislumbrar no endereço eletrônico: <http://video.about.com/candy/How-to-Color-Fondant.htm>.


Outro site que também faz parte do mesmo grupo de modalidades “como fazer” é o Ask. Na imagem a seguir podemos visualizar sua página principal.

Web Images News Videos Encyclopedia Themes Advanced Search Settings Sign In

Peel Me!

**Ask**  Ask

**Question of the Day**

 **What are the odds of winning the lottery?**

See the Answer


Popular Questions

What's D-Day?


How many people have received the Medal of Honor?

Is Justin Timberlake single?


Help end breast cancer



 Ask will make a donation every time you answer a question! Join us today »

How's the weather?

 Check the weather and make the most of your day. Get your local forecast »

Join the fight

 **Fight breast cancer by answering questions**

Follow Us:  

About - Privacy - AskEraser - Advertise - Careers - Answers - iPhone - Help ©2011 Ask.com

Legenda: Página principal do *site Ask*.

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.ask.com>. Acesso em: junho de 2011.

O *Ask* possui página eletrônica disponibilizada na *web* no endereço eletrônico <http://www.ask.com>, desde o ano de 1996. Segundo o seu grupo corporativo, com sede na Califórnia, mas presente também no Reino Unido e em outros países da Europa, o *site* atrai mais de 90 milhões de usuários por mês. Apresenta *login* para os usuários e vídeos em 16 categorias, além de *links* de busca para imagens, notícias, mapas, *games*, entre outros. Nesse sentido, não evidencia, como os demais *sites*, as modalizações do “como fazer”, tornando-se um ambiente virtual mais direcionado a ser somente um banco de dados com característica de entretenimento, já que não apresenta um discurso modalizador que, com um ponto nodal, amarra toda a comunicação.

Uma de suas características é apresentar todos os dias um questionamento diferente na sua página principal, como mostra a imagem anterior no item “*Question of the day*” (questão do dia), o que pode estimular as constantes visitas dos internautas na página virtual. O modo de se navegar no *site* é considerado tradicional da internet, através de barras de rolagens e percurso do olhar do internauta de cima para baixo, e a transição entre as páginas funciona na base de *links* criados para estimular um querer-saber-fazer do enunciário. Muitos dos seus vídeos são retirados das emissoras de televisão e possivelmente por este motivo as informações em geral são focadas no entretenimento dos usuários, em que as dicas são relatadas informalmente por apresentadores de programas. Como podemos conferir nos vídeos disponíveis em <http://www.ask.com/videos/topics/fashion>. É importante destacar que o principal meio de busca dos saberes, disponível para os internautas, é o campo “pesquisar”, posto em destaque na parte superior central da página inicial do *site*.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.ask.com>. Acesso em: junho de 2011.

O quarto *site*, que também faz parte do grupo “como fazer”, apresenta um diferencial: é o único *site* (encontrado no momento de desenvolvimento desta pesquisa) brasileiro. O *Como fazer as coisas* está disponível em <http://www.comofazerascosas.com.br>. Ele dispõe de um *login* para o usuário – que pode contribuir atualizando a página com novas videoaulas. A divulgação dos vídeos mais recentes e uma listagem das 14 categorias (que se subdividem em outras) são visíveis em página principal. Porém, o *site* não é atualizado desde maio de 2011.





# Como Fazer as Coisas

[Cadastre-se](#) ou [faça login](#) e compartilhe todo o seu conhecimento aqui.

Você está aqui: [Início](#)

Categorias
<a href="#">Artesanato e Arte</a>
<a href="#">Beleza e Saúde</a>
<a href="#">Carros, Motos e Outros</a>
<a href="#">Casa, Móveis e Decoração</a>
<a href="#">Celulares e Portáteis</a>
<a href="#">Comidas e Bebidas</a>
<a href="#">Eletrodomésticos e Eletrônicos</a>
<a href="#">Entretenimento, Hobbies e Lazer</a>
<a href="#">Esportes e Fitness</a>
<a href="#">Festas, Celebrações e Férias</a>
<a href="#">Games, Jogos e Vídeo Games</a>
<a href="#">Informática e Computadores</a>
<a href="#">Roupas, Moda e Estilo</a>
<a href="#">Testes e Avaliações</a>
<b>Ads by Google</b>
<a href="#">Artesanato</a>
<a href="#">Artesanato Madeira MDF</a>
<a href="#">Bordado Fita</a>
<a href="#">Fuxico</a>

**Como Fazer as Coisas**


### [Como emagrecer e acabar com as celulites no Photoshop.](#)

Quer emagrecer rapidinho? perder vários quilos em alguns minutos? então esqueça as dietas, academias e exercícios, o negócio é o Photoshop. Saiba como alterar suas fotos para que você pareça muitos quilos mais magra ou magro.

por Jota às 11:06 de 26/05/2011 em Photoshop



### [Como aproveitar o máximo de espaço em casas ou apartamentos pequenos](#)

Veja a criatividade dessas pessoas que conseguem morar em apartamentos muito pequenos e com muito conforto.

por Pety às 22:33 de 12/05/2011 em Aproveitamento de Espaço

**Facebook**

Encontre-nos no Facebook [facebook](#)

**Como Fazer as Coisas**

Curtir

98 pessoas curtiram **Como Fazer as Coisas**.

Paula Lilian Juliana

Denise... Tiziane... FicaBeth...

Plug-in social do Facebook

---

**Orkut**

ComoFazerAsCoisas no

orkut

---

**Twitter**

Como Fazer as Coisas

Siga-nos no

twitter

---

**Amigos**

Participar deste site

Google Friend Connect

Membros (378) [Mais >](#)



Legenda: Página principal do site *Como fazer as coisas*.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.comofazerascosas.com.br>. Acesso em: junho de 2011.

É importante ressaltar que apesar de abordar algumas temáticas semelhantes às aquelas apresentadas nos outros *sites* analisados nesta pesquisa, os valores do *Como fazer as coisas* se distanciam do padrão informacional dos *sites* em idioma inglês, focando mais no setor de entretenimento do que no modalizador de ações. Contudo, duas imagens são fixas no *site*: a primeira, de um *notebook* e outros instrumentos como o microscópio, que pode auxiliar na busca de “como fazer” alguma coisa e a segunda imagem é um conglomerado de imagens de ferramentas como o martelo, o alicate e a tesoura, o que nos faz compreender o contrato comunicacional, centralizado no aprendizado do uso de instrumentos para *saber fazer*.



Fonte: Imagens retiradas do *site* <http://www.comofazerascosas.com.br>. Acesso em: junho de 2011.

A maioria das videoaulas elaboradas com pequenas edições são originadas de filmagens caseiras, como podemos observar na videoaula que ensina “como fazer uma linda flor ou rosa de eva”<sup>28</sup>. Apesar dos recursos visuais do *site* não serem muito atrativos, ele apresenta critérios de avaliação para os enunciatários das videoaulas, um recurso de interatividade disponível para o usuário cadastrado no ambiente virtual. Como podemos visualizar na imagem a seguir:

<sup>28</sup> Disponível em <http://www.comofazerascosas.com.br/como-fazer-uma-linda-flor-ou-rosa-de-eva.html>. Acesso em junho de 2011.




Legenda: Dê a sua nota para este *post*.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.comofazerascosas.com.br>. Acesso em: junho de 2011.

Com uma interface bem estruturada e visualmente mais atrativa do que o *Como Fazer as Coisas*, o *Do it Yourself* também faz uso da linguagem verbal-escrita para conduzir os internautas nas enunciações. O *Do it Yourself* ou simplesmente *DIY* (sigla), foi fundado em 1995 e desde então se encontra no mundo virtual. O seu nome que, em português, quer dizer “faça você mesmo” já induz o destinatário da informação a pensar que ele irá se deparar com algum tipo de autoajuda simples e prática, que facilitará a sua vida.

A frase “*Home repair projects and how-to articles*” (projetos de reparos para casas e artigos de “como fazer”) apresentada no canto superior esquerdo da sua página inicial, já indica o conteúdo que o sujeito-internauta, então enunciatário da mensagem, poderá visualizar na página eletrônica, que é exposta, abaixo do *slogan*, através de suas 13 categorias relacionadas a itens do lar: cuidados com o carro, jardinagem, pinturas de paredes, decoração, como limpar um ambiente, consertos para a casa, entre outros. Esse é bem similar ao <http://www.diynetwork.com>, que instrui projetos somente relacionados à melhoria da casa. Confira a seguir a imagem da página principal do *Do it Yourself*:



**FREE Samples** plus free tips, tools & coupons up to **35% off**

We have **340+** varieties of hardwood, laminate, bamboo, and cork – at unheard of low, low prices – and flooring experts ready to answer your questions

**LUMBER LIQUIDATORS**  
www.lumberliquidators.com

HOW-TO SHOP VIDEOS FORUMS FIND A CONTRACTOR

Login Register

DoItYourself Custom Search

Home repair projects and how-to articles

**how-to topics**

- AC, Heating & Ventilation
- Automotive Repair
- Crafts & Recreation
- Decorating
- Electrical & Lighting
- Exterior Home Improvement
- Gardening & Patio
- Hardware & Tools
- Household & Cleaning
- Interior Home Improvement
- Painting
- Plumbing
- Interactive Room Designer

Ads by Google

**4 Quartos - Duet Klabin**

190m<sup>2</sup> - 4 Quartos, 2 Suites e Double Terrace. Acesso e Conheça!

www.duetklabin.com.br

**Rubaroc Rubber Surfacing**

Save your old pool deck or patio with rubber safety surfacing.

www.rubaroc.com

**Pond Aeration Fountains**

Increase Oxygen and SAVE Made in USA

www.thepowerhouseinc.com

**standdesignBunting**

The qualified contractor for your fair presence.

www.standdesignbunting.de

**Membrane Contactors**


Liqui-Cel® Membrane Contactors Liquid Degassing Solutions

www.liqui-cel.com

**community forums**

Featuring over 100 topics of interest to DoItYourselfers.


**Preferred Partners:**  
RenovationExperts.com



**How to Free Up Space in the Kitchen**

**GET IDEAS!**

Kitchen Organization Gardening Trends Deck Planning Moen



**Building a Water Feature**

Create your own backyard oasis by installing a pond or waterfall. Installing water features like these takes time, effort, and detailed planning. We'll walk you through the project from conception to completion. Get started here.

**Interior Home Improvement & Remodeling**

- Doors
- Windows
- Walls
- Kitchens
- Home Repair
- Energy Efficient Homes
- Ceilings
- Building & Remodeling
- Bathrooms
- Basements
- Attics
- Flooring

**Electrical & Electronics**

- Wiring Projects
- Home Lighting
- Home Electronics & Automation

**Green Home & Green Living**

- Green Living
- Green Home
- Environmental Protection
- Eco-friendly Autos

**Plumbing, Heating, Air Conditioning & Ventilating**

- Plumbing
- Heating
- Bathroom Repair & Installation
- Air Conditioning & Ventilating

**Hardware, Tools & Woodworking**

- Woodworking Projects
- Tools for Handy Women
- Power Tools
- Lock & Security Hardware
- Workshop Planning
- Hand Tools & Carpentry Tools
- Fastener & Nail Hardware

**Lifestyle, Crafts & Recreation**

- Cooking
- Weddings
- Your Health
- Travel
- Sports
- Shopping
- Senior Living
- Recipes
- Nutrition & Weight Loss
- Home Canning & Preserving
- Family
- Employment
- Education
- Crafts & Hobbies
- Holidays & Celebrations

**Exterior Home Improvement**

- Pools, Spas, Hot Tubs & Saunas
- Sunrooms & Outdoor Storage
- Roofing
- Driveways & Sidewalks
- Lumber & Siding
- Gutters & Drainage
- Garages
- Decks
- Chimneys
- Building Materials

**Decorating & Painting**

- Window Treatments
- Wallpaper
- Interior Painting
- Exterior Painting
- Decorate with Color
- Painting Tips & Tools
- Home Accents
- Designers & Ideas
- Design by Room
- Furnishings
- Decorating for Kids

**Gardening & Outdoor**

- Landscaping
- Trees & Shrubs
- Lawn Care
- Planning a Garden
- Outdoor Pest Control
- Garden Maintenance
- Fruits, Vegetables & Herbs
- Flowers & Ornamental Plants
- Fertilizer, Compost & Soil
- Water Garden Features
- Greenhouses
- Fences
- Utilizing Outdoor Space

**Cars, Trucks & Boats**

- RVs & ATVs
- Motorcycles
- Boating & Sailing
- Auto Safety
- Auto Repair
- Auto Maintenance & Care
- Auto Buying & Selling

**Household & Cleaning**

- Pets
- Organizing Your Home
- Natural Disasters
- Indoor Pest Control
- Indoor Hazards
- Cleaning & Stain Removal

**Special Home Improvement Features**

- Norma Vally
- Kathy Peterson Inspired Projects

**Articles We Like**

**How to Maintain the Proper Humidity Levels in Your Home**

By Darcy Logan It is important to maintain the proper humidity levels in your home and workplace. Indoor humidity levels should be between 30 to 50 percent with the ideal level ... [more »](#)

More Articles About: Home Moisture & Humidity Control

- How to Frame a Door
- Auto Q & A - Your Auto's Heating and Cooling
- How to Prevent Springtime Allergies Indoors

Ads by Google

**Rubaroc Rubber Surfacing**

Save your old pool deck or patio with rubber safety surfacing.

www.rubaroc.com

**Pond Aeration Fountains**

Increase Oxygen and SAVE Made in USA

www.thepowerhouseinc.com

Sign up for our FREE newsletter!

email address

DoItYourself.com no Facebook

3,552  on Twitter

**Did It Myself! Project**

**From Weedgrass To Stone**

updated by chtown June 13, 2011

[previous](#) | [next](#)

**Top Searches of the Day**

bathroom tile replacing subfloor bearing replacement on a 1990 toyota corolla brick walls how to paint a popcorn ceiling generator shallow well pump 120 build fountains frony yard

**Question of the Day**

Q. No matter how high a heat setting I use on my dryer, it takes 20-50 minute cycles to dry, even the smallest amount of clothes. Any ideas why my clothes do not dry at normal settings?

[Read Answer](#)

More Q&A's on Interior and Exterior Home Improvement, Decorating, Cleaning, Automotive, Electrical, Gardening, Hardware, Daily Living, Real Estate, Plumbing, Heating, and Air

**Tips and Tricks**

**Surge Suppressors Vary**

Point-of-use surge suppressors vary in reliability and cost. Outlet strips with circuit breakers offer no surge protection at all. Inexpensive surge suppressors offer some protection and may even include connected-equipment insurance. More reliable units offer connected-equipment guarantees in the \$10,000-\$25,000 range.

DoItYourself.com®, founded in 1995, is the leading independent home improvement and repair website. We welcome your comments and suggestions. All information is provided "AS IS." Website operating problems contact [webmaster@doityourself.com](mailto:webmaster@doityourself.com). Questions of a Do It Yourself nature should be submitted to our "DoItYourself.com Community Forums". Copyright © 1995-2010 DoItYourself.com Inc. All rights reserved. You may freely link to this site, and use it for non-commercial use subject to our terms and conditions of use. View our [Privacy Policy](#) here.

[RSS](#) | [Advertise](#) | [Find a Contractor](#) | [Interactive How-to's](#) | [About Us](#) | [Careers](#) | [Terms](#) | [Privacy Policy](#) | [Site Map](#)

**ib Internet Brands Home & Garden**

DOITYOURSELF.COM IS AN INTERNET BRANDS COMPANY.

Legenda: Página principal do site *Do it yourself*.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.doityourself.com>. Acesso em: junho de 2011.

A narrativa hipermidiática desenvolve cada tema através da subdivisão das temáticas que serão modalizadas. Por exemplo, ao acessarmos o item “elétrica & eletrônicos” nos deparamos com as subtemáticas “máquinas de limpeza”, “iluminação”, “refrigeradores” etc. E, para o contrato de comunicação entre o enunciador e o enunciatário ser estabelecido, este último tem que acreditar nas modalizações de ações ali expostas como verdadeiras.

Após a realização de cadastro no *site*, o enunciatário está apto a receber *newsletters*, a submeter seus projetos pessoais nos espaços pré-especificados para receber opiniões de outras pessoas e, assim, interagir de forma mais efetiva com as narrativas em exposição. *Links* que exibem as palavras-chave mais pesquisadas no *site*, *links* com perguntas e respostas que se alteram dia após dia e *links* com dicas e truques aumentam a interação do internauta-enunciatário com o que é enunciado. O *site* também disponibiliza *links* para o usuário encontrar profissionais do ramo perto das suas localidades (*link: find a contractor*) e, assim, poder contratar serviços que ele não se considera apto a fazer.

Muitas das suas videoaulas são retiradas de outros *sites*, a exemplo do *site* do grupo *5min* e o do grupo *Monkeysee*. Contudo, a coerência textual que envolve todo o *site* permanece presente independentemente da origem das informações. É importante destacar que avaliando o *site*, no geral, é possível perceber a preocupação que os empreendedores da página eletrônica têm com o meio ambiente; como podemos observar no vídeo de título “*Futuristic Electric Car*”, disponível em <http://videos.doityourself.com/category/Electrical-and-Electronics>. Esta aproximação com a ecologia também pode ser visualizada na própria iconografia da marca, com seus galhos de árvores verdes e vivos, dando leveza junto ao logotipo da empresa composta da mesma coloração. A palavra “*yourself*” (você mesmo) em negrito reforça o caráter modalizador do enunciador para com o enunciatário e o balãozinho de desenho animado (em formato de casinha – indicando o lar como temática do *site* – é posto propositadamente em cima do imperativo “faça” (*do it*)) indica que a enunciação se propõe a “falar” com o internauta-destinatário da comunicação de forma amigável e informal, como uma conversação entre amigos na sombra de uma árvore.



Algumas mudanças de *layout* do *Do it yourself* foram realizadas por seus administradores no decorrer desta pesquisa. Entre eles a própria marca, que separou as palavras que compõem o seu logotipo; mudou a cor e excluiu os galhos de árvore com folhas verdes, o que facilita a leitura da marca a longa distância.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.doityourself.com>. Acesso em: fevereiro de 2012.

Em termos de temáticas abordadas nada mudou. Todavia, a maior alteração se deu na forma como os conteúdos são apresentados; agora com a exibição de mais imagens na página principal, com a predominância da cor branca no plano de fundo e da cor amarela no *menu* principal. Em fevereiro de 2012, o *site* mesmo após 2 meses das comemorações natalinas de 2011, ainda exibe a imagem de uma bola vermelha de árvore de natal, em cima de uma camada de neve na parte inferior da página principal, descontextualizando-se do atual momento.

do it yourself

how-to's video did it myself forums shop find a contractor

How-To Categories

ARTIGOS DE DECORAÇÃO E MÓVEIS EXCLUSIVOS

ECONOMIZE ATÉ 70%\*

WESTWING

CLIQUE AQUI

Home / Lifestyle, Crafts & Recreation

## Cooking

featured how-to's

**A Wine Refrigeration Guide**

When people think of wine refrigeration, they sometimes get confused as to when and how they should go ...

**How to Stock Up Right on Kitchen Utensils**

**Easy Techniques for Using a Boning Knife**

**Knife Sharpening Tools to Have in Your Kitchen**

**Getting Acquainted with the Knives in Your Knife Block Set**

follow us

Quar pagar menos pelo mesmo hotel?

with **decolar** **WASM**

O MELHOR PREÇO PARA SEU HOTEL

related products

Jarrow 100% Organic Coconut Oil, Expeller Pressed, Ideal for Cooking, 16 oz. \$ 6.45

Maytag Gemini MET865SXW Electric Range - Freestanding - 30" Wide - 2 Ovens \$ 957.00

Maytag MGR775SWW Gas Range - Freestanding - 30" Wide - 1 Oven(s) - 4 Cooking \$ 738.00

find products

do it yourself PRESENTS a NEW **HOME** design center

need project help?

Type of job:

ZIP:

search

newsletter sign-up

Email address:

sign up

featured video

Planting Seeds Outdoors

view more

did it myself

Up and Moved

by mheat, February 13, 2012

submit a project

forum activity

Boilers - Home Heating Steam and Hot Water Systems

Getting the best of both a night setback and ODR?

by TBurr, 02-28-12 at 07:40 AM

read more

advertise | find a contractor | about us | careers | terms | privacy policy | site map

do it yourself

Lifestyle • Home & Gardens

An Internet Brands, Inc. Property

www.doityourself.com

Legenda: Página principal do site *Do it yourself*.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.doityourself.com>. Acesso em: fevereiro de 2012.

Blog Win a Trip to New York City with eHow Food & Eddie Nealon Contender

**eHow**  
Trusted advice for the entire life

family food health home money style more

This Season Grow: Cook, Eat. Welcome, Thara Ribeiro | [Logout](#)

**52,000**  
More than 52,000 career professionals learned how to write an executive summary this past month.

**Rachael Ray & Buddies on eHow Food**

**home**  
Fresh Ideas: Bok Choy  
Udon soup with bok choy is a simple dish that only takes about 15 minutes. Learn how to grow bok...

**style**  
Tips for the Best Faux Glow  
Preserve your skin's radiance with a sunless tan. Avoid sun exposure with our streak-free guide.

**health**  
Prepare for Your Dermatology Appointment  
Dermatologists (doctors who treat diseases of the nails, hair and skin) see patients for conditions ranging from persistent nail fungus...

**family**  
From Job Charts to First Jobs: Teaching Kids Responsibility  
Ashley warily eyed the control panel on the washing machine. She suspected that one false move might break the machine...

**money**  
How to Live Thrifty  
In times of economic downturn, many people start to look for ways to reduce their household budget and save extra.

**food**  
Crazy for Kebabs  
Eco-friendly cookbook author and caterer Louisa Shafia demonstrates a recipe for marinated chicken kebabs inspired by her own Persian heritage...

**Today's Top How To**  
How to Keep Hair Healthy in the Summer  
The combination of chlorine and sun, as well as heat, humidity and salt, can wreak havoc on your hair...

**Browse How Tos**

<ul style="list-style-type: none"> <li>Arts &amp; Crafts</li> <li>Arts &amp; Entertainment</li> <li>Beauty &amp; Personal Care</li> <li>Business</li> <li>Car Repair &amp; Maintenance</li> <li>Careers</li> <li>Cars</li> <li>Computer Software</li> <li>Computers</li> <li>Culture &amp; Society</li> <li>Diseases &amp; Conditions</li> <li>Drugs &amp; Supplements</li> <li>Education</li> <li>Electronics</li> <li>Family Health</li> <li>Fashion &amp; Style</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitness</li> <li>Food &amp; Drink</li> <li>Healthcare</li> <li>Healthy Living</li> <li>Hobbies &amp; Celebrations</li> <li>Home Building &amp; Remodeling</li> <li>Home Design &amp; Decorating</li> <li>Home Maintenance &amp; Repair</li> <li>Home Safety &amp; Household Tips</li> <li>Housekeeping</li> <li>Internet</li> <li>Job Search &amp; Employment</li> <li>Lawn &amp; Garden</li> <li>Legal</li> <li>Mental Health</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Music</li> <li>Parenting</li> <li>Personal Finance</li> <li>Pets &amp; Animals</li> <li>Plant Care</li> <li>Plants</li> <li>Real Estate &amp; Investment</li> <li>Recipes</li> <li>Recreational Activities</li> <li>Relationships &amp; Family</li> <li>Sports</li> <li>Toys &amp; Games</li> <li>US Travel</li> <li>Vacations &amp; Travel Planning</li> <li>Weddings &amp; Parties</li> <li>Weight Management &amp; Body Image</li> </ul>
---	--	--

**eHow**

About eHow | [How to by Topic](#) | [How to Videos](#) | [Sitemap](#)

Copyright © 1999-2011 Demand Media, Inc.  
Use of this web site constitutes acceptance of the eHow Terms of Use and Privacy Policy | Ad Choices en-US

**Driven by DemandMedia**

Legenda: Página principal do site eHow.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.ehow.com>. Acesso em: junho de 2011.

A imagem da página anterior nos mostra o *eHow*, *site* que apresenta uma interface semelhante à do grupo *Videojug* (do gênero da autoajuda), está disponível em <http://www.ehow.com> e conta com um acervo de mais de 150 mil videoaulas produzidas tanto por profissionais, como por pessoas comuns. Divide suas modalidades em 48 categorias de vídeos que se diferenciam através do uso das cores e diferentes tipografias e, se subdividem, em diversas outras categorias específicas. Por exemplo: a cor verde representa assuntos ligados ao *dinheiro*, a cor vermelha à *comida*, a cor azul à *saúde*, entre outros. Com relação à utilização de fontes podemos observar como elas são inseridas na enunciação; como podemos conferir na imagem abaixo, a categoria de *moda* é apresentada com fonte cursiva e *tecnologia* com uma tipologia com característica de uma família de fonte digital.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.ehow.com>. Acesso em: junho de 2011.

O *slogan* do *eHow*, que no começo desta pesquisa era “*Trusted advice for the curious life*” (Conselhos confiáveis para a vida curiosa), passou a ser “*Discover the expert in you*” (descubra o especialista em você); esta troca de *slogans* ressalta a transição do contrato comunicacional do *site*, antes focado em ser um distribuidor de informações ditas confiáveis e que agora tornou-se um banco de dados que disponibiliza informações para o aperfeiçoamento de saberes. Disponibiliza *login* para identificação do usuário nos espaços destinados a comentários dos vídeos e/ou artigos, e em diversas videoaulas existe o texto escrito de toda fala dos enunciadores (abaixo da exibição dos vídeos), como podemos visualizar em “*Step by step crafts kids*”<sup>29</sup>, na imagem a seguir.

<sup>29</sup> Disponível em [http://www.ehow.com/video\\_8246686\\_step\\_by\\_step-crafts-kids.html](http://www.ehow.com/video_8246686_step_by_step-crafts-kids.html). Acesso em jun.2011.



## Video Transcript

Hi, my name is Paige Brown, and I'm an artist. Today, I'm going to show you guys how to do a step-by-step craft with kids. I'm going to show you by making a mask. All you need is some markers, some paper and some scissors. Make sure that there's only half a piece of paper because you don't need the whole thing for a mask. Now we want to make our mask more fit our face. So we're going to draw a shape on it. Remember, when you're doing craft for kids you want to have everything set up in front of them so you don't lose attention. So you could draw this out for them and have them cut in the line. Always have them have their fingers behind the scissors so they don't cut themselves while they're cutting the paper. Encourage your child to try to cut as close to the line as they can and if they mess up, it's okay. You'll have a shape that looks like this when you're done. Now you need to have some eye holes so that they can see through their mask. Now, you want to help them to cut out the circle because it's on the inside. You're going to fold the mask in half, make a cut on the inside of the eye and you can use that to cut the rest of the circle. Repeat for the other eye. Now, kids love being able to draw their own flair so give them the box of markers and tell them to decorate. They can make squiggles, hearts, stars, rainbows, their name, whatever they way. You're going to want to add string to the sides so that they can wear it around and show all their friends what they've created. So that's how you do a step-by-step craft with kids. Thank you for watching and look for more videos from me, Paige Brown.

Legenda: A descrição do vídeo ensina passo a passo como criar uma máscara para crianças.

Fonte: Imagens retiradas do *site* <http://www.ehow.com>. Acesso em: junho de 2011.

Já o *Helpfulvideo*, com uma interface que lembra o início do desenvolvimento dos designs da internet, é carente de recursos que atraem a atenção e estimulam a curiosidade do sujeito-internauta, como podemos conferir na exibição da imagem da página principal do *site* a seguir:

Home Sell your video Buy videos Upload video Online TV Downloads FAQ Help

**helpfulvideo.com**™ Check helpfulvideo for safety and security

**Sell and buy videos**

- A video is worth a thousand words
- Publish your videos, and extend your rich across the web
- Sell your videos, and earn money of your unique expertise and content
- Post video classifieds
- Build and promote brand across the web
- The use of this website is governed by the website Terms of Use

















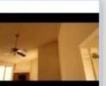







11:32:27 [Tweet](#) 23 Powered by PayPal

Ask question and get help from people who know the answer [Upload video now](#) [Sell your video now](#) [RSS feed Subscribe](#) [Bookmark Us](#) [Recommend helpfulvideo to friend](#)













Sign our guest book [Type word\(s\) and click the link back here for RSS feed](#) [Subscribe.Type word\(s\) and click back here for video Subscription](#)

Type here word(x) or video ID# number(s) divided by space and click search [search](#) **LIVE HELP**

show categories

 Learn How to Play Chess comments:0	 Chess Mentor comments:0	 Resorts Il 6 comments:0	 Network Funding LP - Houston Mortgage and Home Loans - Houston Mortgage comments:0	 St. Lucia Weather 5 comments:0	 Introduction to Social for Mac comments:0
 Resorts Il 5 comments:0	 RealD Inc. (NYSE:RLD) 4Q and Fiscal Year 2011 Financial Results comments:0	 How to Create a System Image in Windows 7 comments:0	 National Health Partners (NHP) Two New Marketing Campaigns for its CARExpress comments:0	 Criminal Lawyer comments:0	 Centennial College's Mechanical Engineering Technology Program comments:0
 web hosting India comments:0	 Riverside Auto Accident Lawyer comments:0	 Auto Accident Lawyer comments:0	 Phoenix Rent To Own - 14428 N 33rd Pl Phoenix AZ, 85032 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Glendale Rent To Own - 5534 W Sunnyslope Lane Glendale, AZ 85302 - Lease Option For Sale Home comments:0	 Phoenix Rent To Own Lease Option Homes For Sale - 4048 W Townley Avenue Phoenix, AZ 85051 comments:0
 Phoenix Rent To Own - 4156 W Camino Acequia Road Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Phoenix Rent To Own - 4101 W Morten Avenue Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Phoenix Rent To Own - 3828 W Mercer Lane Phoenix, AZ 85029 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Phoenix Rent To Own - 4007 W Lane Avenue Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Glendale Rent To Own - 7790 W Myrtle Avenue Glendale, AZ 85303 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 The Buzz - Car Insurance Quote Comparison comments:0

will expire after one month fr

 maquinas tragamedas gratis comments:0	 Phoenix Rent To Own - 4238 W Camino Acequia Phoenix, AZ 85051 - Lease Option For Sale Home comments:0	 Glendale Rent To Own - 8346 N 55th Avenue Glendale, AZ 85302 - Lease Option For Sale Home comments:0	 Phoenix Rent To Own - 9001 W Campbell Avenue Phoenix, AZ 85037 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Phoenix Rent To Own - 3801 W Barnes Lane Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Phoenix Rent To Own - 3831 W Gniswold Road Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0
 Glendale Rent To Own - 4314 W El Camino Drive Glendale, AZ 85302 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Glendale Rent To Own - 8714 N 53rd Avenue Glendale, AZ 85302 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Glendale Rent To Own - 4861 N North Lane Glendale, AZ 85302 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Peoria Rent To Own - 7926 W Greer Peoria, AZ 85345 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Phoenix Rent To Own - 3312 W Malapai Drive Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	 Phoenix Rent To Own Homes - 3858 W Malapai Drive Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes for comments:0

home : [about](#) : [FAQ](#) : [privacy](#) : [terms of use](#) : [contact us](#) : [links](#)

©2006 - 2011 helpfulvideo.com. All rights reserved

Legenda: Página principal do site eHow.

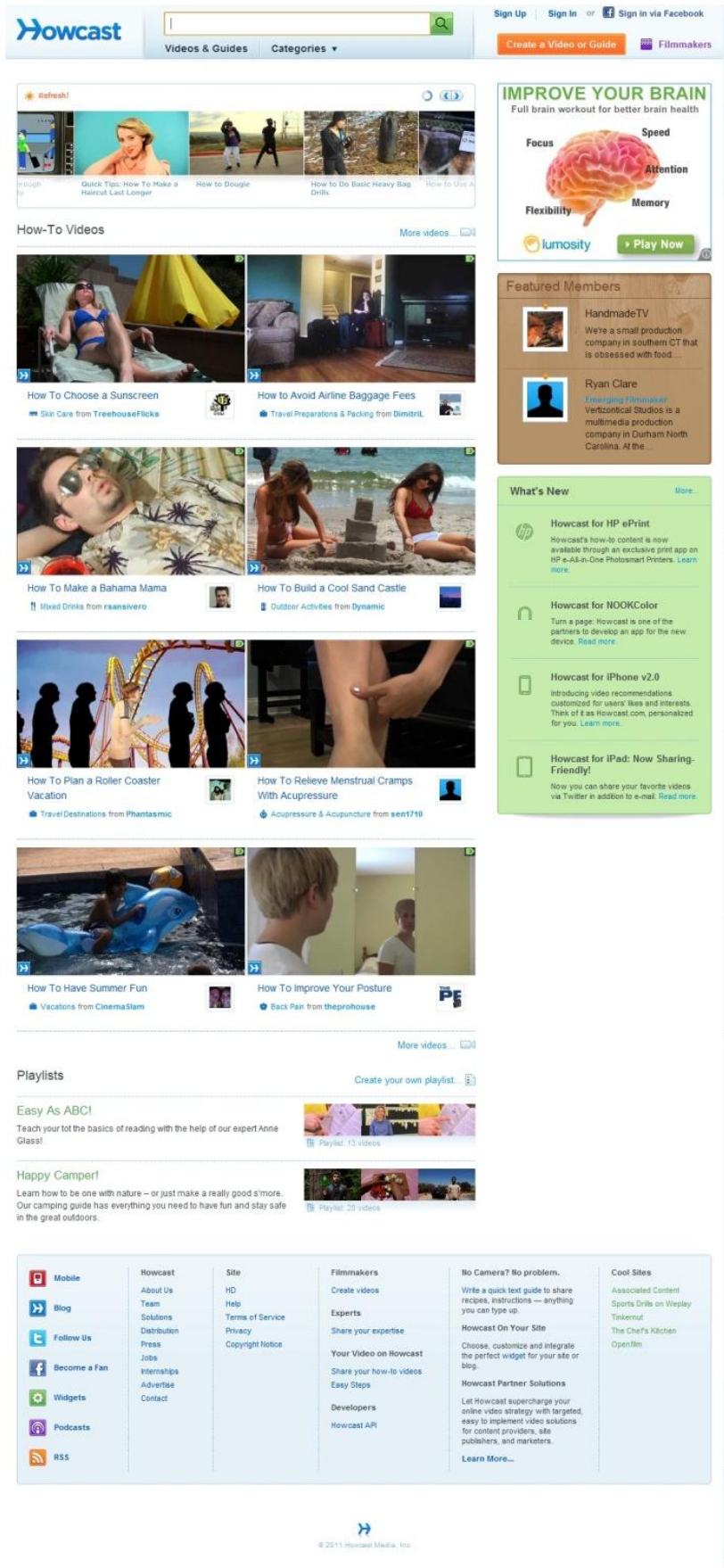
Fonte: Imagem retirada do site <http://www.helpfulvideo.com>. Acesso em: junho de 2011.

Com o endereço eletrônico <http://www.helpfulvideo.com>, o *site* expõe o seu conteúdo através de mecanismos de busca (inserindo palavras-chave para realizar a pesquisa ou através de um *link* de uma das suas 38 categorias) e disponibiliza vídeos para *download* gratuito e vídeos pagos, comercializados *online*. O aspecto visual da página principal remete ao estilo de varejo, em que o que importa é a troca de vídeos, a compra e a venda. Algumas mensagens localizadas na parte superior da página reforçam esta ideia: “*Um vídeo vale mais que mil palavras*”, “*Venda os seus vídeos e ganhe dinheiro com a sua experiência*”. A navegação na página virtual é tradicional, em blocos, e não existem sinais que apontem para uma tentativa de modalização explícita para o sujeito-enunciário na enunciação. O compartilhamento dos saberes sobre o cotidiano não é o foco do contrato comunicacional deste *site*, mas sim o comercial e o compartilhamento de qualquer tipo de vídeo, sejam eles instrucionais ou não.



Legenda: Imagem que resume o discurso de todo o *site*: “*Compre e venda vídeos*”.  
Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.helpfulvideo.com>. Acesso em: junho de 2011.

Em contrapartida, a página principal do *Howcast*, faz melhor uso da interface para atrair a atenção dos sujeitos-internautas. Como podemos visualizar a seguir:



Legenda: Página principal do site eHow.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.howcast.com>. Acesso em: junho de 2011.

Disponível em <http://www.howcast.com> este *site* divulga milhares de vídeos instrucionais e também oferece plataforma móvel do seu conteúdo, importante nos dias de hoje devido à mobilidade das plataformas digitais. Com videoaulas repletas de linguagem informal, oferece uma aprendizagem em que o internauta, devido ao efeito de proximidade, poderá se identificar com as modalidades expostas na enunciação e assim firmar o contrato comunicacional.

Ele apresenta uma lista com 25 categorias que se subdividem em categorias mais específicas a depender do tema pesquisado pelo internauta. O enunciador, objetivando modalizar o sujeito-enunciatário, disponibiliza nas videoaulas explicações passo a passo de variadas ações, como se fossem receitas de bolo. Podemos conferir um exemplo de modalização em “*How to write a thank you letter*”<sup>30</sup>.



- Step 1: Decide length & paper size
- Step 2: Decide handwritten or typed
- Step 3: Start by thanking person
- Step 4: Refer to past & future
- Step 5: Close w/ personalized thanks
- Step 6: Proofread note

Legenda: Como escrever uma carta de agradecimento. 1º passo: decidir comprimento e tamanho do papel; 2º passo: decidir se manuscrita ou digitada; 3º passo: começar a agradecer a pessoa; 4º passo: fazer referência ao passado & futuro; 5º passo: finalizar com um agradecimento personalizado; 6º passo: revisar o que escreveu. Fonte: Imagem e textos retirados do *site* <http://www.howcast.com>. Acesso em: junho de 2011.

Para estabelecer uma identidade virtual da marca, em todas as modalidades o *Howcast* expõe o seu símbolo, que é o desenho de uma seta apontada para a direita, que percorre na tela inicial de cada vídeo exibido para o lado direito da tela, indicando que com as modalidades ali disponíveis, o enunciatário poderá praticar determinada ação no futuro, pois o mesmo, após assistir à modalização, *saberá como fazer* a ação e estará apto a praticá-la de forma bem sucedida.

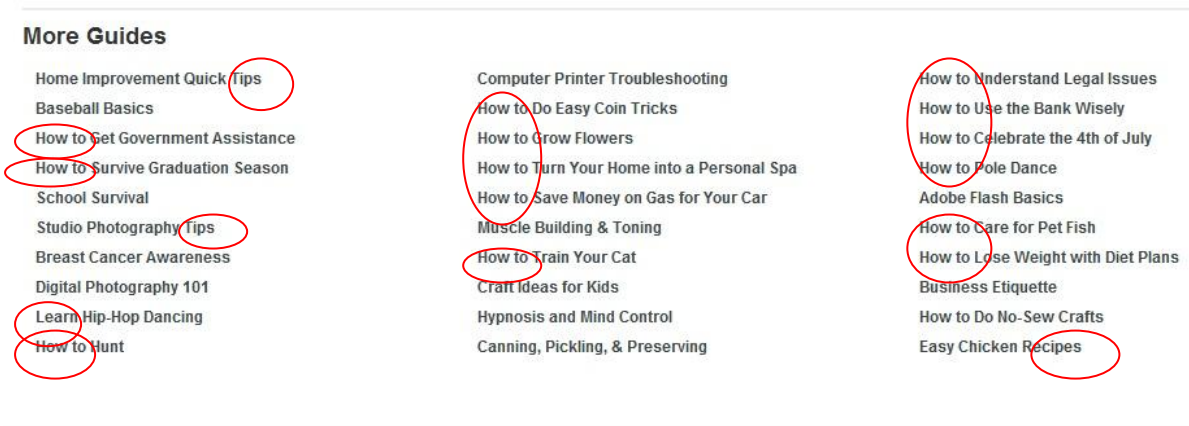
<sup>30</sup> Disponível em <http://www.howcast.com/videos/875-How-To-Write-a-Thank-You-Letter>. Acesso em jun.2011.



Legenda: Símbolo do *Howcast*.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.howcast.com>. Acesso em: junho de 2011.

Algumas palavras e expressões como: “aprenda”, “como fazer”, “princípios de” e “tutorial” são utilizadas frequentemente nas modalizações dos saberes cotidianos, tanto que em um dos campos de *links* de busca de modalizações preestabelecidos na enunciação encontramos por diversas vezes a mesma palavra “como fazer” (*how to...*), além de “dicas”, “aprenda”, “receita”.



Fonte: Imagem retirada do site <http://www.howcast.com>. Acesso em: junho de 2012.

Distinto do *Howcast*, o *Monkeysee*, disponível em <http://www.monkeysee.com>, no início da pesquisa apresentava o *slogan* “*See how the experts do it*” (veja como os peritos fazem), e posteriormente passou a ser “*Watch, learn, discover*” (Veja, aprenda, descubra); assim como o *eHow* transferiu o foco do contrato comunicacional do “ELE sabe” para o “EU posso saber”, manipulando o enunciatário a acreditar na sua capacidade de aprendizagem. Apesar da mudança do *slogan*, o restante do site permaneceu relativamente igual no decorrer desta pesquisa.

**monkeysee**  
See how the experts do it.

Sign Up | Login | Help

Search

**Categories**

- ▶ Auto & Mechanical
- ▶ Beauty & Fashion
- ▶ Careers & Education
- ▶ Electronics & Gadgets
- ▶ Food & Drink
- ▶ Games & Gaming
- ▶ Health & Fitness
- ▶ Hobbies & Crafts
- ▶ Holidays & Seasonal
- ▶ Home & Garden
- ▶ Love & Relationships
- ▶ Music & Dance
- ▶ Other
- ▶ Parenting
- ▶ Personal Finance
- ▶ Pets
- ▶ Safety
- ▶ Sports & Leisure
- ▶ Travel

**FEATURED HOW TO VIDEOS**

**Buy Precious Metals**

**Gold and Silver Buying**  
In this video series, learn the basics of buying gold and silver to diversify your portfolio.  
[SEE the video >](#)

**FEATURED VIDEOS**

- Basic Fire Safety
- How to Cut and Peel a Watermelon
- Gold and Silver Buying
- How to Make Wine

Recommended | Most Viewed | Newest | Hot Now

June Gardening Tips | Choosing a Swim Skirt | How to Mow Your Lawn

Honey Recipes | Understanding and Living with Hair Loss | What is Arthritis?

Smoothing Service Basics | Physiological Musical Benefits | How to Become a Professional Coach

Soy Foods | Salad Recipes - Portabella and Basil Salad | Infant Safety in the Home

**IMPROVE YOUR BRAIN**  
Full brain workout for better brain health

Focus | Speed | Attention | Memory | Flexibility

lumosity [▶ Play Now](#)

**Expert Spotlight**

**Michael Weiss**  
Michael is a Three-time U.S. Men's Champion, Two-time World Bronze...[More >](#)

**Sherry Tyra**  
Sherry Tyra, owner of C.H.I.C., is the Assistant Designer on HGTV's...[More >](#)

**Edelman Financial**  
Acclaimed Financial Advisor Barron's has seven times...[More >](#)

[Home](#) | [Terms and Conditions](#) | [Privacy Statement](#) | [FAQ](#) | [About Us](#) | [Contact Us](#) | [RSS](#) | [Link to Us](#) | [Filmmakers](#) | [Blog](#)  
© Copyright 2010 Knowlera Media LLC. All rights reserved.

**monkeysee**

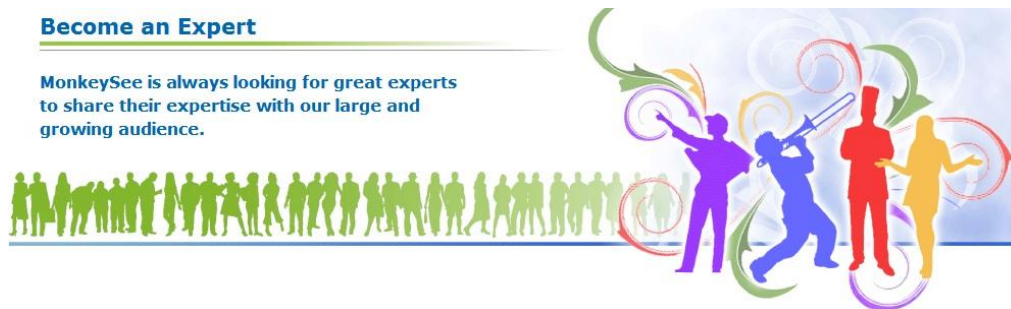
Legenda: Página principal do site *Monkeysee*.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.monkeysee.com>. Acesso em: junho de 2011.

Ao analisar algumas das modalizações listadas em suas 19 categorias, a partir das temáticas, podemos observar que o público-alvo desta corporação são as pessoas que vivem em espaços urbanos, como por exemplo: “como escolher acessórios para o Iphone 3G” e “como escolher instituições de caridade”. A depender da temática explorada é possível identificar a utilização de linguagem formal e informal nos audiovisuais; isso também varia conforme o especialista-enunciatório da mensagem modalizadora.

No plano de expressão do percurso gerativo de sentido é notória a utilização de blocos retangulares que dividem as informações, separando e identificando cada categoria, como se fosse uma espécie de catálogo, com amostras de tipos de vídeos que podem ser visualizados em cada segmento. Já no plano do conteúdo podemos averiguar a ampla presença dos textos verbais escritos e visuais que fortalecem o contrato comunicacional e conduzem os regimes de visibilidade, assim como a existência de imagens de fotografias em que as pessoas são fotografadas “naturalmente” realizando as ações do cotidiano que ali serão oferecidas, de modo didático, pelo programa modalizador, que pode trazer para o enunciatório uma identificação maior com o enunciado.

O *Monkeysee* é um *site* distribuidor de vídeos na internet. O usuário pode divulgar as modalizações que lhe interessaram nas suas páginas pessoais de forma fácil e gratuita e também pode se tornar um especialista contribuinte de novas modalizações no canal informacional. Dessa forma, com a inversão do contribuinte da modalização, o enunciatório passa a também ser um dos enunciadores do *site*.



Legenda: Torne-se um especialista. *Monkeysee* está sempre à procura de grandes especialistas para compartilhar seus conhecimentos com o nosso grande e crescente público (Tradução livre).

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.monkeysee.com>. Acesso em: junho de 2012.

Para finalizar a apresentação dos *sites* do segmento do “como fazer”, o *Wonderhowto* reúne conteúdo de diversos outros *sites* especializados na proposta de ensino dos fazeres cotidianos, e divide a exibição de modalizações expostas nas videoaulas por meio de categorias e subcategorias.



Legenda: Página principal do site Wonderhowto.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.wonderhowto.com>. Acesso em: junho de 2011.

Disponível em <http://www.wonderhowto.com>, ele é apresentado com característica estritamente informativa, no intuito de passar credibilidade para o enunciário através da enunciação publicada. Apesar de não apresentar um *slogan* para fortalecer o discurso do *site*, a sua marca por si só resume o seu contrato comunicacional. Em tradução livre a palavra “wonder” remete ao “querer saber” algo. Dessa forma, o *site* se autodenomina como detentor de conhecimento e por isso estão inseridos na representação visual da marca os ícones de uma lupa, o símbolo matemático de “igual” (=) que significa “achar o conhecimento” e o símbolo de um botão de controle “play”, sinalizando que é só o internauta clicar na informação que lhe interessa para poder visualizá-la.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.wonderhowto.com>. Acesso em: junho de 2011.

Ao analisarmos as videoaulas distribuídas dentre as suas 36 categorias, é possível perceber um diferencial na categoria “tecnologia”, que se destaca por usar uma didática possivelmente bem aceita por pessoas que se dizem “nerds”. E assim como o *Monkeysee*, o *site* disponibiliza espaço para que os enunciários divulguem novas modalidades no *site* (transformando-se em enunciadore) e apresenta um fluxo de navegação tradicional da internet: de cima para baixo e da esquerda para a direita, podendo ser diferenciado dependendo do internauta que acessa todo o conteúdo. Além disso, igualmente aos demais *sites*, ele apresenta as publicidades de produtos e serviços de outras empresas como fonte de renda para a manutenção constante das informações disponibilizadas.

### 3. ANÁLISE DOS SITES DO SEGMENTO AUTOAJUDA

Os *sites Askmen, Saber hacer, Videojug e Wikihow*<sup>31</sup> apresentam contratos comunicacionais distintos, apesar de todos compartilharem a ideia de serem doadores de competência para os internautas, pois eles, através de palavras de incentivo, buscam estimular

---

<sup>31</sup> As imagens das páginas principais de cada um destes *sites* estão disponíveis em um CD no final desta dissertação.

o indivíduo a alcançar o sucesso na realização de suas atividades. Portanto, há um enunciador que sabe e quer transmitir um saber, e em posição de encontro há o enunciatário que busca aprender um saber, seja um programa de instruções de como emagrecer, de como fazer um *striptease* ou de como dobrar uma camisa em 2 segundos. Veremos em cada *site* como se dá a distribuição dos temas, figuras, simulacros de vivência pelas imagens exibidas, e os regimes de sentido que objetivam fazer com que o sujeito destinatário da mensagem escolha praticar a ação da maneira que foi recomendada na enunciação. Os *sites* são bancos de dados multimidiáticos que com interfaces diferentes, buscam atrair os olhares dos enunciatários para assim estabelecerem os contratos comunicacionais. Contudo, é possível identificar que a programação das informações são semelhantes entre si, devido à estruturação e à disponibilização dos textos.

Dando complexidade à noção de interface, extrapolamos o mundo físico das máquinas em conexão para pensarmos na produção de sentido resultante de enunciados e enunciações públicas na web. Interfaces são construídas de materiais significantes e prestam-se a participar da produção de sentido em prol da ocorrência de interações. (BRETAS; SILVA, 2006, p. 4).

Ainda de acordo com os mesmos estudiosos, é necessário que os envolvidos na comunicação compartilhem de um mesmo código ou linguagem para ser possível a interação (BRETAS; SILVA, 2006). Por fazerem uso das linguagens verbal, visual e sonora, os *sites* são mídias sincréticas. Investigaremos a enunciação para entendermos os percursos gerativos dos saberes expostos na enunciação e os regimes de interação que estes mantêm com o seu público. Destaca-se, contudo, que a seleção do *corpus* não é explorada em sua totalidade devido ao elevado nível de fluxos de novas informações, postas diariamente nesse meio, portanto, procedeu-se à delimitação de seu emprego, conforme sua pertinência no exame das especificidades referentes aos contratos comunicacionais praticados.

Os subitens a seguir exibem imagens das páginas principais dos cinco *sites* classificados como *sites* do gênero “autoajuda”, destacando os pontos mais relevantes para esta pesquisa através de explicações sobre de que se trata em cada figura.

### 3.1. *Askmen*

Com o endereço eletrônico <http://www.askmen.com>, o *site* divulga vídeos destinados ao público masculino sobre diversos temas, que em sua maioria se resumem a dinheiro, diversão, mulher e sexo. De tal maneira que o grupo se intitula como “*Men’s Online*

*Magazine*” (revista online para os homens). O seu *slogan* “*Become a better man*” (torne-se um homem melhor), resume o intuito de toda a enunciação, que é fazer com que o destinatário-manipulado atribua como positivas as doações de competência do destinador-manipulador da informação. O *slogan*, neste caso, também considerado como a palavra de ordem da comunicação, conecta todas as informações existentes no *site*, determinando uma coerência textual em todo discurso.

O fluxo de navegação é conduzido de forma pré-moldada pelo enunciador, ou seja, os caminhos possíveis para a exploração dos *links* disponíveis no *site* são estabelecidos pelos programadores antes mesmo do internauta acessar a página. Apesar de ser mais comum acessar a página de cima para baixo, devido à existência de barra de rolagem na vertical (modo de navegação tradicional da internet), o sujeito-destinatário poderá conduzir o seu olhar para a página virtual como quiser: da direita para a esquerda, focando apenas um dos quadrantes laterais ou a barra de *links* na horizontal na parte superior, entre outros. O sistema funciona na base de *links* que, ao serem clicados, ocasionam as transições entre as páginas eletrônicas do *site*. Alguns desses *links* são imagens, outros são textos, escolhidos criteriosamente pelo enunciador para despertar no enunciatário um querer-fazer e um saber-fazer. Todavia, “a manipulação só será bem-sucedida quando o sistema de valores em que ela está assentada for compartilhado pelo manipulador e pelo manipulado, quando houver uma certa cumplicidade entre eles” (BARROS, 2010, p. 33).

Search AskMen... Google AM Q Feedback? Email Us [Follow @askmen - 43.2K followers] [Curtr] 99 ml

15 MILLION READERS WORLDWIDE

**AskMen** BECOME A BETTER MAN **HOMEPAGE**

NEWSLETTER SIGN UP: What's going on in your city? Get on the list. Enter your e-mail address [Sign Up] To change your newsletter settings, Log in

OUR FAVORITES: Home Top 10 Video Galleries LOOK BETTER: Fashion Grooming Health & Sports LIVE BETTER: Dating & Sex Fine Living Power & Money KNOW BETTER: Entertainment Celebs Cars

Top 99 Women Top 49 Men Top 29 Cities Great Male Survey AskMen Specials AskMen Books AskMen Lounge

**ANYONE CAN BE CHOSEN** POWER UP WITH BRISK GREEN TEA AND YOU COULD WIN. PLAY NOW CHECK OUT GREEN LANTERN EMERALD KNIGHTS ON BLU-RAY™ AND DVD 6-7-11

**DAILY BRIEF**

5 STORIES GUYS SHOULD KNOW TODAY

- 1 Bret Lockett To Finally Meet Kim Kardashian - In Court (TMZ)
- 2 Fox Thinks Obama Is Inviting Hoodlums To The White "Hizzouse" (Media Matters)
- 3 It's (Kinda Sorta) Official: The iPhone 5 Is Coming In September (The Register)
- 4 Weird Operation Will Make UK Woman Her Own Mother (Telegraph)
- 5 Political Sex Scandal Survivors (The Daily Beast)

**The Best Places To Meet Women**  
Check out the bars where the most beautiful women in the world go to be seen - and get picked up.

SUNDAY MONDAY TUESDAY WEDNESDAY THURSDAY FRIDAY SATURDAY

**TODAY'S TOP VIDEOS**

VIRAL STAFF PICK: Are You Sure That's How You Pronounce It?

DAILY BETTER MAN: 3 High-Speed Driving Tips

SEXY BREAK: Lindsay Ellingson's Hottest Commercial

**BETTER MAN BASICS**  
6 TIPS TO IMPROVE YOUR DAY IN 60 SECONDS

TWITTER QUOTE FACT JOKE SEX TIP EXERCISE TIP

Suggestion 677: The Hooters coupons are probably a mistake. [Read more](#)

Tweet 0 Follow Us Curtr

**ASK MANY POLLS**

What Would You Rather Have?

- A child
- None
- A dog
- Both

[Vote] [See Results] [Share]

**G FIT** SERIES **CYCLE RIDE #1** 45-MINUTE MIX HOSTED BY CYCLING MASTER GREGG COOK. GET IT NOW

**LATEST ARTICLES**  
BECOMING A BETTER MAN STARTS HERE

**DATING & SEX**

**The Best Places To Meet Women**  
Check out the bars where the most beautiful women in the world go to be seen - and get picked up.  
RELATED TO THIS ARTICLE:

- The Cosmopolitan Of Las Vegas
- Top 10: Hotel Pool Parties
- Mondrian Soho

**Are All Men Sex Addicts?**  
Anthony Weiner has entered rehab to weather out his sex scandal. But if sexting is an addiction, does that mean we all have it?  
RELATED TO THIS ARTICLE:

- Anthony Weiner's Women
- Male Politicians And Sex
- The Best Of Weiner's Erotic Texts

**MEN'S FASHION**

**Never Get A Sweat Stain Again**  
Spare yourself embarrassment by taking control of excessive moisture.  
RELATED TO THIS ARTICLE:

- Excessive Sweating 101
- Body Chemistry: Sweat
- Body Odor

**How To Dress Like a Frenchman**  
This actor knew how to make a wrinkled, half-undone shirt look good. It's time we learned how to pull it off.  
RELATED TO THIS ARTICLE:

- Alain Delon: Style Icon
- Gregory Peck: Style Icon
- Steve McQueen: Style Icon

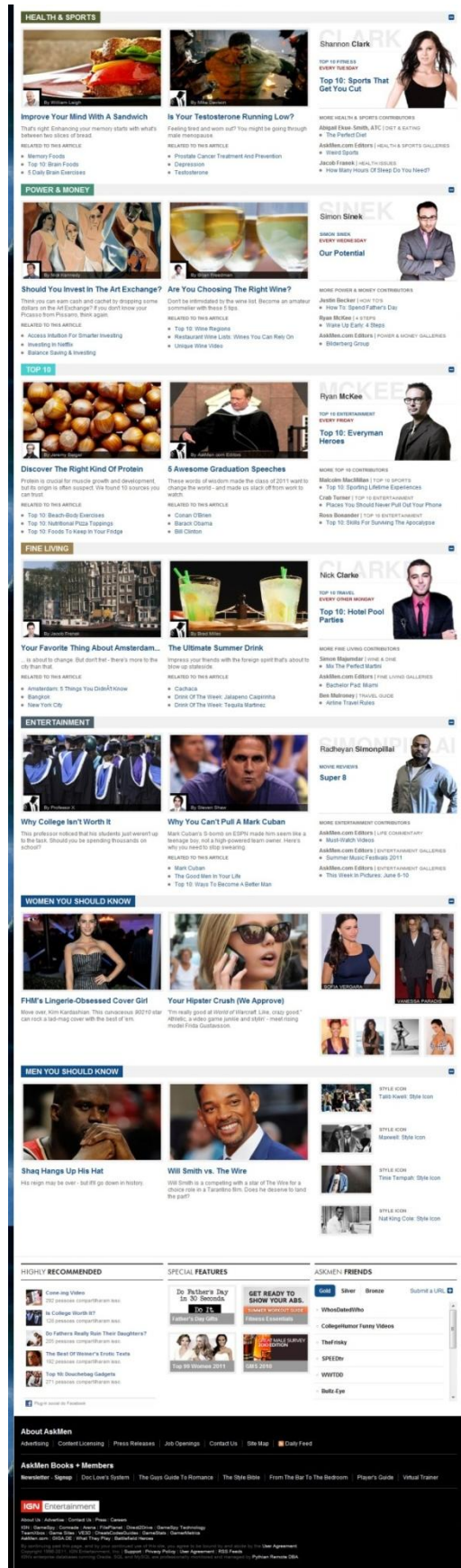
**Doc Love**  
DOC LOVE EVERY THURSDAY  
**She Has A Child**

**Watch Snob**  
WATCH SNOB EVERY TUESDAY  
**Watch Value**

MORE DATING & SEX CONTRIBUTORS: John M. Borack | SINGLE GUY'S OPINION, Bros Before Hos: Lessons From John Lennon, AskMen.com Editors | WEEKLY PICKUP LINE, Weekly Pickup Line, David Wygant | DATING TIPS, Where Has Her Libido Gone?

MORE FASHION CONTRIBUTORS: Sachin Bhola | FASHION GALLERIES, AskMen's Best-Dressed List May 30 - June 5, AskMen.com Editors | FASHION GALLERIES, Festival Fashion, Adam Fox | FASHION TIPS, Break The Fashion Rules

Continuação na página seguinte.



Continuação da página anterior. (formato reduzido para caber)

Legenda: Página principal do site Askmen.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.askmen.com>. Acesso em: junho de 2011.

A interface é atrativa aos olhos do internauta-homem devido à utilização das cores, em geral azul, preto e branco, e também devido à organização das informações com a utilização de imagens coloridas, recursos em *flash* e textos encorpados em blocos assimétricos retangulares que subdividem de forma racional as temáticas.

A hierarquização das informações é constituída principalmente através de uma barra superior que, dependendo do tema abordado, pode mudar de cor para verde, marrom, e cinza, por exemplo. Dividindo suas categorias em:

- “*our favorites*” – com listagem do que o enunciador considera ser os 10 artigos mais interessantes de cada categoria, galeria de vídeos e galeria de fotos de mulheres sensuais;
- “*look better*” – com informações sobre moda, esportes, saúde e exemplos de projetos de sucesso;
- “*live better*” – com temáticas sobre relacionamentos, sexo, boa vida, poder e dinheiro; e
- “*know better*”<sup>32</sup> – para os enunciatários saberem sobre assuntos ligados ao entretenimento. Celebidades, carros, motos, guias de cidades, etc.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.askmen.com>. Acesso em: abril de 2012.

Nesse *site*, as videoaulas são um dos recursos que complementam o contrato comunicacional. Assim como os demais textos não são o carro-chefe da comunicação. De maneira que, diferentemente dos *sites 5min* e *Videojug*, o grupo não apresenta uma exibição clara dos vídeos que são constantemente mais acessados. Em contrapartida, eles lançam diariamente os chamados “*today’s top videos*” (os melhores vídeos do dia) que podem ser visualizados pelos sujeitos-internautas. Abaixo, alguns exemplos de links de videoaulas em exposição:



Legenda: Conheça pessoas na noitada; como conversar com as garotas; como identificar um caso de uma noite. (tradução livre)

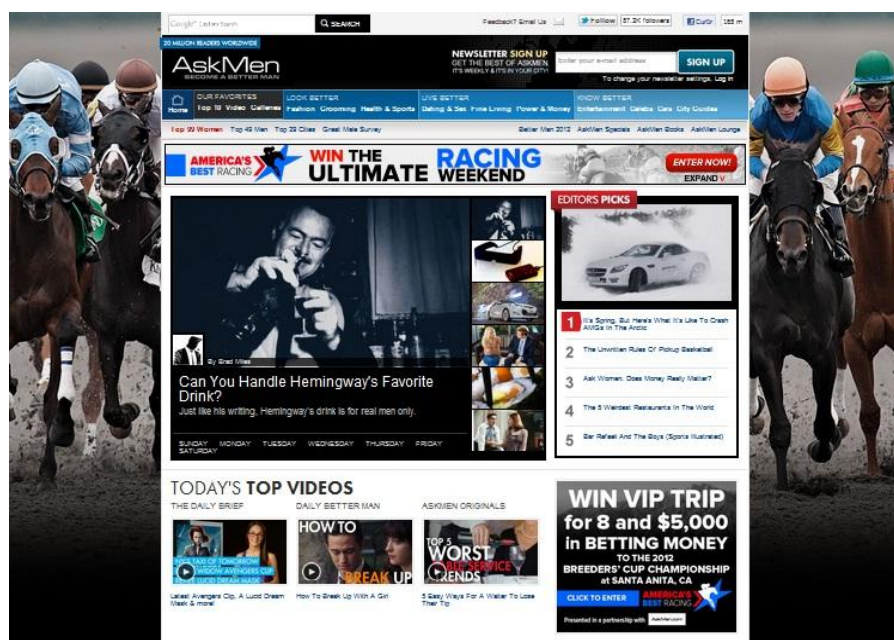
Fonte: Imagens retiradas do *site* <http://www.askmen.com>. Acesso em: junho de 2011.

<sup>32</sup> Em tradução livre: Nossos favoritos. Aparência melhor. Viver melhor. Saber melhor.

A estrutura principal do *site* é mantida em todas as páginas que o compõem: o *menu* principal de navegação na parte superior da página e a barra preta com links na parte inferior da página são fixos, existe uma conformidade da tipologia e cores utilizadas nos textos e a diagramação dos artigos expostos mantém um padrão. Já o plano de fundo é alterado, dependendo da campanha publicitária que está sendo divulgada no *site*, como podemos conferir nas imagens a seguir. Na primeira imagem observa-se a presença da figura de um *ultrabook* da marca DELL como plano de fundo do *site* e, na segunda imagem, publicada 2 meses após a 1ª imagem, o plano de fundo é uma fotografia de corrida de cavalos, fazendo referência à publicidade do evento de corrida de cavalos da América.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.askmen.com>. Acesso em: fevereiro de 2012.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.askmen.com>. Acesso em: abril de 2012.

As temáticas do *Askmen* são apresentadas por tópicos que se alteram diariamente e a divisão por categorias de informação, distribuídas em blocos assimétricos, quadrados ou retangulares (como já podemos visualizar na imagem da página principal), ajudam o internauta a localizar seus pontos de interesse. A disponibilidade de *login* para os usuários aproxima o destinatário das narrativas ali expostas, pois o mesmo passa a “ter voz” dentro do *site*, ou seja, passa a poder contribuir com novas informações e opiniões através dos campos de interação, como as enquetes e comentários de artigos e vídeos, como podemos conferir no artigo “*Picking Up Women On Public Transport*” de Marcus Ho, relatando as dicas de um jovem solteiro<sup>33</sup>.

Toda apresentação do *site* faz uso de uma linguagem descontraída – diferentemente do *About.com*, que é mais didático – e muitos dos seus vídeos são de entrevistas com celebridades – a exemplo do vídeo em que Elsa Pataky fala em entrevista a Jordana Brewster que gosta de homens que dirigem seus carros de forma rápida<sup>34</sup>. Podemos observar também neste mesmo endereço eletrônico que antes do internauta poder visualizar um vídeo, filmes publicitários, muitas vezes, são obrigatoriamente apresentados na tela do monitor. É interessante também ressaltar que vídeos de outros grupos corporativos, que possuem páginas virtuais na web são divulgados no *Askmen*, a exemplo dos vídeos de origem do grupo *Howcast* e *Am Game Changer*.

A aproximação do destinatário com as informações modalizadoras também se dá através da publicação de histórias reais de internautas que buscam respostas de especialistas, como o *Doc Love* (especialista), que com os seus conhecimentos sobre como conquistar uma mulher, explica a *Fish*, um homem de 30 anos, como ele pode descobrir se a sua paquera está gostando ou não dele<sup>35</sup>.

---

<sup>33</sup> Disponível em: [http://www.askmen.com/dating/%20curtsmith\\_300/345\\_picking-up-women-on-public-transport.html](http://www.askmen.com/dating/%20curtsmith_300/345_picking-up-women-on-public-transport.html). Acesso em: fevereiro de 2012.

<sup>34</sup> Vídeo disponível em: [http://www.askmen.com/video/dating\\_/1206-jordana-brewster-and-gal-gadot-interview.html](http://www.askmen.com/video/dating_/1206-jordana-brewster-and-gal-gadot-interview.html). Acesso em: fevereiro de 2012.

<sup>35</sup> Disponível em: [http://www.askmen.com/dating/doclove\\_800/801\\_does-she-like-me.html](http://www.askmen.com/dating/doclove_800/801_does-she-like-me.html). Acesso em: fevereiro de 2012.

**Does She Like Me?**  
HOW DO YOU KNOW IF SHE LIKES YOU?

30 pessoas curtiram isso. Seja o primeiro

Share Email Print RSS

Pages: 1 | 2

0  
POST A COMMENT  
2  
BY DOC LOVE  
Doc Love

DOC LOVE EVERY THURSDAY

**FIRST IMPRESSION**  
THIS ARTICLE MAKES ME

8% LAUGH	27% THINK
10% FURIOUS	2% HAPPY
6% SAD	48% A BETTER MAN

“ You call the girl up and ask her out. If she says yes, she digs you. If she says no, she doesn't. Simple as that. ”

*This week, Doc Love, author of "The System," explains how to better understand a woman's Interest Level in you.*

Hey Doc,

ASKMEN GALLERIES

Gallery of The Day  
Jennifer Lopez  
+ More Galleries

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.askmen.com>. Acesso em: fevereiro de 2012.

A imagem acima também exibe no canto esquerdo do site uma enquete que fortalece a interatividade do enunciador com o enunciatário de forma simples e prática, somente clicando uma vez no tipo de emoção que o sujeito-internauta sentiu ao ler a publicação. A enquete titulada como “*First Impression*” (primeira impressão) permite que o internauta escolha dentre 6 opções já predeterminadas, o tipo de sentimento que a leitura do artigo lhe provocou: se o fez sorrir, pensar mais sobre o tema, se o fez ficar chateado com algo, se o mesmo se sentiu feliz ou triste ou se lhe provocou um turbilhão de emoções que o tornou “um homem melhor”, sendo que esta última opção está diretamente associada ao contrato comunicacional do *Askmen*: tornar os homens enunciatários “homens melhores”, aprimorando assim, suas habilidades além de minimizar as suas deficiências – curiosamente esta última opção (que fortalece todo o discurso do site) na maioria das vezes é a que mais apresenta votos positivos dos internautas, neste caso, 48% dos votos.

Para reforçar o programa modalizador do site como um todo, ele modifica diariamente tópicos que interagem com o sujeito-enunciatário por meio da disponibilização de espaço virtual para manifestação de opinião e participação em pesquisas, como na imagem a seguir:

## BETTER MAN BASICS

6 TIPS TO IMPROVE YOUR DAY IN 60 SECONDS

TWITTER QUOTE FACT JOKE SEX TIP EXERCISE TIP



Health tip: Just 15 minutes of exercise per day can extend your life span by nearly 3 years. [Read more](#)

Tweet 0

Follow @askmen

Curtir 10

## ASK MANY POLLS

POWERED BY GREATMALESURVEY.COM

### What Do You Lie About The Most?

- Your social life
- Your salary
- The status of your relationship
- Your shoe size
- Your height

**Vote**

See Results

More Polls

[More Data on GreatMaleSurvey.com](#)

Legenda: 6 dicas para melhorar o seu dia em 60 segundos (tweet do dia, uma citação de alguém, frase de um fato, uma piada, uma dica de sexo e uma dica de exercício). E ao lado uma enquete sobre um assunto aleatório, neste caso: “sobre o que você mente mais?”.

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.askmen.com>. Acesso em: abril de 2012.

Outro ponto importante para a interatividade é o envio por parte do enunciador de boletins informativos por e-mails (*newsletter*) sobre novas informações postadas no *site* para os internautas sempre se manterem atualizados. Além disso, os grupos *Do it yourself*, *Ask* e *Videojug* também enviam e-mails, mas não com a mesma constância.

### 3.2. Saber Hacer

O *Saber hacer*, de origem latina, apresenta-se em idioma espanhol e inglês e é direcionado a um público de imigrantes latinos em terras americanas. Todos os seus vídeos, distribuídos em 8 categorias, assim como todos os tópicos explorados no *site*, podem ser visualizados tanto na língua inglesa, como na língua espanhola; sendo que as videoaulas também são disponibilizadas em arquivos comercializados na sua loja *online*.

A navegação do *site* é tradicional com barra de rolagem vertical no canto direito da tela, e a organização das informações são divididas em blocos retangulares que, junto à predominância das cores verde, azul, laranja e branca, nos remetem aos livros que são utilizados nos cursinhos de idiomas.

Search SaberHacer.com:

About Us [Start contributing today!](#)  
[Log-In](#) [Create Your Account](#)

**SABER HACER**  
 know-how. now.

[Best Mba School](#) Study in the USA. Scholarship opportunities. [www.hult.edu](#)  
[Global Emerging MBA](#) MBA in China, India & Russia The 21st Century Global Leaders MBA [www.eseune.edu](#)  
[Interactive MBA Online](#) 9 Specialisations, Expert Tutors, HD Video Lectures, 24/7 Access [StudyInterActive.org/Online-MBA](#)

AdChoices ▶

Get from Knowing to Doing in no time!

Share with a friend

Sign up for our Newsletter:    
 Español  English

English > Video Categories

**Video Categories**

Careers and Jobs  
 Citizenship  
 College Education  
 Computers & Internet  
 Health  
 Parenting  
 Personal Finance  
 Secrets of Success

Welcome to Saber Hacer! Here you'll find trustworthy, how-to and educational videos for Latinos in both English and Spanish. Saber Hacer experts share their "know how" and guidance specifically for Hispanics on topics like Careers and Jobs, College Education, Personal Finance, Parenting and Family, Health, Citizenship, Computers and Internet. We're growing so keep coming back to see new videos.

**Featured Videos**

**Bilingual and looking for work**  
 Being bilingual is a big asset. The booming Latino population...

**Home Buying - Insurance Basics**  
 Your house is probably your biggest financial investment - so...

**When is "one more" drink too many?**  
 More and more Latinos are suffering from alcoholism. It is a...

**Diabetes and your Dinner Plate**  
 Experts say almost fifty percent of Latinos will have diabetes....

1 2 3 4 5 6 7 8 9 ... next > last >

**Video Categories**

**Careers and Jobs** Get expert guidance in these Career and Job related videos

**Citizenship** Get expert guidance about the US citizenship process in these videos

**College Education** College education videos to help you get to college and be successful

**Computers & Internet** Learn Internet secrets and computer skills in these videos

**Health** Get expert advice on health matters for Latinos in these health videos

**Parenting** Experts give tips and advice for Latino families in parenting videos

**Personal Finance** Personal Finance videos to help you manage your money and finances

**Secrets of Success** Successful Hispanics share their secrets of success in these videos

**The Cranfield MBA**  
*A life-changing experience*

**Brasil Private Equity**  
 Fórum para Limited Partner e Investidores  
[www.latinmarkets.org](#)

**Education abroad**  
 Complete your education abroad at a top university in Switzerland.  
[uniss.ch/Masters\\_Programs\\_Europe](#)

**Investment Banking Course**  
 LBO Financial Modeling & Valuation  
 Weekend Training in Sao Paulo  
[www.ibankingtraining.com](#)

AdChoices ▶

Follow SaberHacer.com on Facebook!

**Latest Resources**

- College Information
- Financial Aid & Student Loan Basics
- College Entrance Exams
- Preparing for College
- Scholarships for Latinos

More...

**Latest FAQs**

- Where can I find my local USCIS office?
- How can I find out the status of my naturalization application?
- What happens if I can't make the interview appointment I'm provided?
- When does my time as a Permanent Resident begin?
- How do I become a naturalized citizen?

More...

At Saber Hacer, you can count on us to provide you trustworthy, how to, and educational videos that are relevant to you and your family. And we want you to share the guidance information with your family and friends which is why you'll find our videos in both English and Spanish. If you would like to suggest topics you want to learn more about, please feel free to [contact us](#). We'd love to hear from you.

About Us | Contact Us | Privacy Policy | Terms of Use | Advertise with Us | Sitemap

© 2010 Saber Hacer™. All of the content on the site is copyrighted and property of Saber Hacer™ ALL RIGHTS RESERVED.

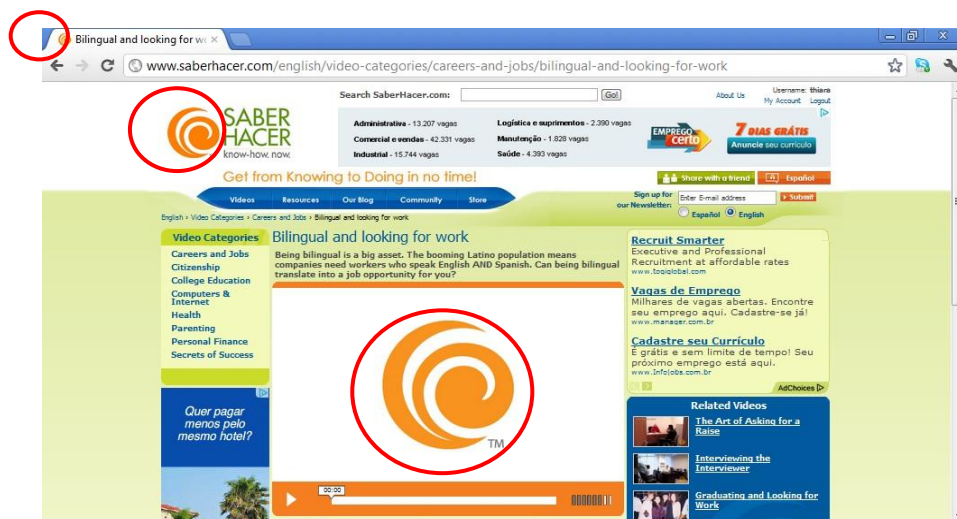
Legenda: Página principal do site Saber hacer.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.saberhacer.com>. Acesso em: junho de 2011.

A característica educacional é trabalhada neste *site* de maneira que as modalidades são explanadas, muitas vezes, com letreiros, depoimentos de especialistas renomados e roteiros de gravação que se baseiam nos aspectos de um documentário. Para complementar, alguns recursos de interatividade estão disponíveis ao destinatário: cadastro de usuários, espaço para comentários e dicas, além de boletins informativos por e-mail<sup>36</sup>.

Diversos *links* interligam as temáticas abordadas na enunciação, dentre os principais estão os que dividem as categorias, em *links* com questionamentos de usuários e *links* com imagens que também fazem parte das conexões comunicacionais apresentadas no *site*.

Para apresentar uma identidade da empresa e fixar a marca na mente do destinatário, o contrato comunicacional do *Saber Hacer* utiliza a iconografia de sua marca em muitas das áreas dispostas no *site*, como podemos conferir na imagem seguinte. Em laranja (cor que significa afirmação/positividade) uma espécie de onda que sai da parte de baixo da página e gira da esquerda para a direita dando a volta por cima, revela possivelmente para o enunciatário um ciclo de mudanças, superação e vivacidade positiva.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.saberhacer.com>. Acesso em: fevereiro de 2012.

A partir das narrativas divulgadas na página principal, a enunciação indica o intuito que o enunciador tem em modalizar o enunciatário de forma rápida e prática. O *slogan*, que é reforçado por uma frase logo abaixo, é posto na parte superior da página, para que o internauta (destinatário da informação) possa visualizá-lo assim que abrir o *site* no seu monitor. Já a palavra de ordem, que neste caso é “latino, seja um bom imigrante”, não é explícita, mas é possível ser identificada com base nos discursos da mídia em questão.

<sup>36</sup> Porém, em mais de 1 ano de observação, nenhum *newsletter* (boletim informativo) foi recebido pela pesquisadora.



Get from Knowing to Doing in no time!

Legenda: *Saiba como. Agora – Aprenda a fazer coisas sem perder muito tempo*

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.saberhacer.com>. Acesso em: fevereiro de 2012.

### 3.3. Videojug

O grupo *Videojug*, fundado em 2006 por uma equipe do Reino Unido, convoca os enunciatários em suas narrativas a todo instante. Disponibiliza mais de 60.000 (sessenta mil) vídeos e guias sobre variados assuntos do cotidiano e possui uma média de popularidade de 3.947 visitas por dia<sup>37</sup>. É a partir da imagem de sua página principal, captada no dia 14 de junho de 2011 e exibida anteriormente, que os programas modalizadores serão sinalizados.

O *site* é um dispositivo do mundo virtual que visa tornar o indivíduo-usuário mais bem sucedido na vida. Verifica-se esse fenômeno no campo verbal através do *slogan* “*get good at life*” (dê-se bem na vida), aqui considerado também como a palavra de ordem do contrato comunicacional. Uma descrição por escrito do conteúdo da página é exposta no canto direito superior: “*Welcome to Videojug! With over 60,000 free, professionally-produced 'how to' videos and guides, we provide expert solutions & step-by-step advice on getting good at life*”<sup>38</sup>. O usuário – sujeito que navega a página virtual – pode buscar informações, dicas ou respostas para as suas curiosidades ou questionamentos sobre afazeres do cotidiano; muitos destes afazeres são ligados às ações de comportamento do indivíduo (como por exemplo: saber como andar como uma modelo<sup>39</sup>) e/ou ligados aos fazeres do cotidiano, que são as ações que envolvem atividades com objetos (como por exemplo: como fazer uma sopa de abóbora<sup>40</sup>). A linguagem utilizada na videoaula é modificada, dependendo do que está sendo modalizado. Por exemplo: se o discurso for sobre cirurgia plástica, certamente a linguagem culta é utilizada na enunciação. Já quando o discurso é sobre namorados, a linguagem coloquial é mais explorada.

<sup>37</sup> Informação obtida no site <http://www.alexa.com>. Acesso em: novembro de 2010.

<sup>38</sup> Tradução livre: “*Bem-vindo ao Videojug! Com mais de 60.000 vídeos grátis, vídeos e guias de 'como fazer' produzidos profissionalmente, nós oferecemos soluções especializadas e conselhos passo a passo sobre como se dar bem na vida*”.

<sup>39</sup> Disponível em: <http://www.videojug.com/film/how-to-walk-like-a-runway-model>. Acesso em: 03 nov. 2011.

<sup>40</sup> Disponível em: <http://www.videojug.com/film/how-to-make-pumpkin-soup>. Acesso em: 03 nov.2011.

**videojug**  
get good at life

Sign Up | Login or Sign in via Facebook | Help

Expert Videos | Q & A | Users | Contribute

I want to get good at...

Welcome to Videojug! With over 60,000 free, professionally-produced 'how to' videos and guides, we provide expert solutions & step-by-step advice on getting good at life.

**Featured**

get good at FINDING LOVE  
Step-by-step guides to dating

**People Are Getting Good At**

Arm & Shoulder Workouts | BMXing  
Bullying | Cartoon Drawing  
Clothing Stains | Computer Basics  
Cricket | Freestyle Football | Italian  
Manicures | Personal Hygiene  
Routine Maintenance For Cars | Tanning  
Top Tips For Dieting | Tricks Of The Greats

All Topics

**People Are Watching**

Elementary-Age Learning  
Views 4,168  
Topic Psychology Of Learning

How To Improve Your Classical Seat In Horse Riding  
Views 69,255  
Topic Horse Riding

Parkour: Diving Kong  
Views 9,418  
Topic Parkour

More Videos & Articles

**People Are Asking**

How Do I Help MYSELF To Emotionally Cope With My Husband's Crack Addiction During His Recovery And Relapses?  
From: forbetterorforworse | Be the first to answer!

My Last Cystoscopy Showed A Red Patch, Usually It Is A Raised 'lump' When Cancer Has Returned. So What Is The 'red Patch'?  
From: J'ovinggirl | Be the first to answer!

What Happened To The Ability To Download For Use On Mobile Devices?  
From: dsugden | 2 replies | Latest 22 hours ago

Does This Jewelry Come In A Tiffany's Box?  
From: Heinoesler | Be the first to answer!

I Have A 05 Peugeot 206 With 70,000 Miles On The Clock. At Low Revs It Sounds Like Birds Chirping Under The Bonnet. Whats The Cause?  
From: danielweeneey | Be the first to answer!

More Q & A

**Explore Channels**

BEAUTY & STYLE | CREATIVE & CULTURE

FAMILY & EDUCATION | FOOD & DRINK

HEALTH & WELLBEING | LIFESTYLE & HOME

LOVE & DATING | MONEY & CAREERS

SPORTS & OUTDOORS | TECHNOLOGY & CARS

**What's Going On Today?**

**Spotlight**

How To Be The Best Dad In The Galaxy  
Views 107,843  
Topic Behaviour & Communication

How To Avoid E. Coli Poisoning At Home  
Views 4,824  
Topic Cooking Tips & Techniques

How To Prune Tomatoes  
Views 91,563  
Topic Pruning

More like this

**Latest Videos**

How To Choose The Best Food For Cats  
Views 17  
Topic Cat Care

How To Live With A Neurotic Cat  
Views 17  
Topic Cat Behaviour & Training

How To Stop Cats From Urinating In The House  
Views 27  
Topic Cat Behaviour & Training

How To Prepare Quinoa  
Views 22  
Topic Vegetable

**videojug BEHIND THE SCENES**  
Check out the new blog [HERE](#)

Join Us On **facebook**

Follow Us On **twitter**

**Social**

Join Us

Follow Us

Videojug on YouTube

Mobile

**Site**

Help

Contact Us

Tags

Terms & Disclaimer

Privacy Policy

Blogs

Widgets

Sitemap

**Corporate**

About Us

Advertise

Corporate Video Production

Media centre / Press Info

Videojug Corporate Site

Copyright © 2006-2011 Videojug Corporation Limited

**videojug**  
get good at life

Legenda: Página principal do site Videojug.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.videojug.com>. Acesso em: junho de 2011.

A interação entre o enunciador e o internauta se efetiva à medida que este último se cadastra no *site* através de um *login* e, conseqüentemente, começa a interagir com os enunciadores, selecionando suas videoaulas favoritas, comentando vídeos de outros usuários, participando de debates e interagindo nos canais do *site*, disponíveis em redes sociais como Facebook, Twitter, entre outros. É importante destacar que com essa interatividade acentuada, a enunciação é posta por enunciadores múltiplos, pois além do *site*, muitos dos usuários-internautas também fazem doação de saberes, tornando-se coprodutores (ou pode-se dizer também coenunciadores) dos textos – reforçando a credibilidade do que fora dito pelos administradores do *site*.

É na página inicial que o contrato de comunicação começa a ser construído. Em toda a sua extensão existe a disseminação do discurso modalizador de ações do cotidiano, um fazer persuasivo na enunciação que transmite ao usuário uma competência de saber fazer algo, mostrando que ele é capaz de ser e agir em diferentes situações, a partir do momento que busca a aprendizagem passo a passo de como executar uma ação da melhor forma possível, de como se tornar bom em encontros, de como se tornar um bom economizador de dinheiro ou de como se tornar um leitor veloz, por exemplo, proporcionando a sensação de um possível bem-estar para o indivíduo, em termos de sucesso e de realização pessoal. Tal estrutura é similar ao modelo de persuasão das revistas brasileiras, como podemos conferir em uma pesquisa disponível em hipermídia (citada no capítulo anterior) intitulada: *Regimes de visibilidade em revistas*<sup>41</sup>, que estudou os contratos comunicacionais de revistas nacionais do segmento feminino, masculino, executivos, bem-estar, homossexuais, negros e jovens.

Palavras e frases como: “*people are getting good at*”, “*people are watching*”, “*how to...*”, “*step by step guides to dating*” e a narrativa “*I want to get good at...*”<sup>42</sup> são formas de convocações expostas na enunciação, que junto com os demais saberes objetivam que o internauta creia nas mensagens modalizadoras e, dessa forma, estabeleça o contrato fiduciário, em que o enunciatário acredita no dizer-verdadeiro do enunciador, para posteriormente serem construídos caminhos para o usuário. O indivíduo-internauta também é motivado a buscar novos conhecimentos através da ferramenta de busca do *site* “*Search*”, que disponibiliza os mapas cognitivos (de modalização de ações ofertadas pelos enunciadores) para que o usuário possa alcançar valores como o sucesso, o prazer, o enriquecimento e crescimento pessoal. Todavia, para conquistá-los é necessário que o enunciatário siga todo o

<sup>41</sup> Lançado em 2011 e disponível em hipermídia, DVD. Coordenador do projeto: professor Dr. José Luiz Aidar Prado – PUC/SP. E-mail: [aidarprado@gmail.com](mailto:aidarprado@gmail.com).

<sup>42</sup> Tradução livre: “Em que as pessoas estão se dando bem em...”, “o que as pessoas estão assistindo”, “como fazer...”, “guia passo a passo de encontros”, “Eu quero ser bom em...”.

modelo receitado no *site*. Desse modo, há uma modalização intencionada que faz com que o usuário “perceba” a necessidade de “ser bom” em algo que está explícito no *site*. É como se a mídia fornecesse um olhar privilegiado para o indivíduo se informar sobre os assuntos do cotidiano de forma fácil, rápida e prática através das videoaulas, em uma espécie de cursinho em que o sujeito-usuário pode escolher o que será aprendido dentre os tópicos listados, sem a necessidade de pagar pela visualização do conteúdo publicado, pois tudo é de graça para o internauta. Os recursos financeiros para a manutenção constante do *site* são adquiridos através da disponibilização de espaços publicitários no próprio meio de comunicação (como todos os outros *sites* analisados nesta pesquisa) ou através da criação de vídeos para empresas de outros segmentos.

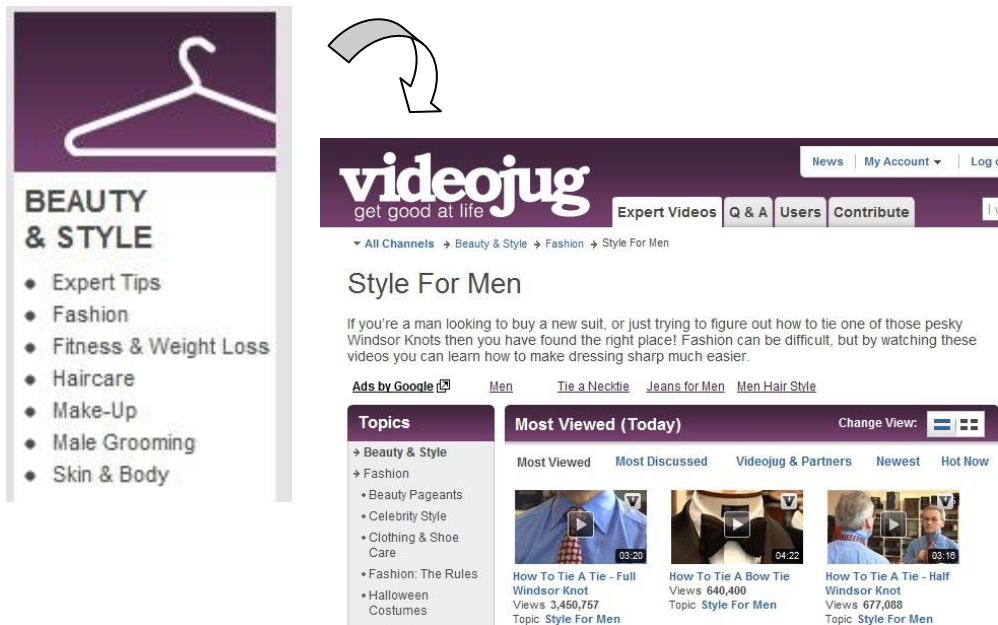
As informações também são apresentadas em forma de *tags*, que são palavras-chave hierarquicamente organizadas para agrupar as informações semelhantes e facilitar a busca dos saberes do enunciatário; no *site* em questão os *tags* são organizados por ordem alfabética e podem ser visualizados quando o internauta clicar no *link* “*Tags*”, existente na barra inferior da *homepage*. A navegação é então direcionada para outra página do *site* que é exclusiva para a visualização de palavras-chave (já compostas de *links*) que guiarão as ações dos internautas, como mostra a imagem a seguir. Essa forma de disponibilização de *links* é mais uma opção de busca de informações para o usuário.



Fonte: imagem recortada do <http://www.videojug.com/tagcloud>. Acesso em: junho de 2011.

Outra ferramenta de busca destacada no *site* é o “*explore channels*” (explore os

canais), em que a busca pelos conhecimentos é efetuada através de 10 categorias que se subdividem em outras. Essas categorias são apresentadas em cores distintas que facilitam a navegação do usuário no *site*, um recurso hipermidiático para atrair a atenção do internauta e ajudá-lo a compreender sua estruturação. A imagem a seguir exemplifica um percurso de navegação com este sistema de busca.



Fonte: imagem recortada do <http://www.videojug.com/tagcloud>. Acesso em: junho de 2011.

Ao posicionar o mouse em cima do quadrado roxo na página principal, ele se expande mostrando as subcategorias abordadas no *site*. Quando alguma subcategoria é clicada, ocorre alteração de página no visor do monitor do usuário. Para facilitar o reconhecimento desta mudança, as cores dos tópicos padrão do *site* também se alteram para a cor roxa. Quando a temática é a família, a cor se altera para amarelo, na categoria relacionamento a cor é vinho, e assim por diante. Não priorizando os motivos culturais para a escolha de cada cor nas categorias, aqui ela se adéqua como informação, um código simbólico que organiza e facilita a navegação do internauta no *site* e o faz adentrar no mundo dos conhecimentos sobre “beleza & estilo”, como exemplificado acima. A exploração das cores dependerá, portanto, do contexto. “A cor, quando ocupa o espaço destacado e adequado, adquire uma simbologia e pode ser utilizada a favor da informação e da comunicação”. (GUIMARÃES, 2004, p. 137).

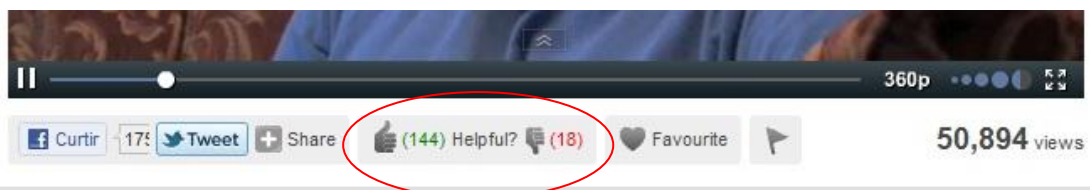
Para facilitar a navegação do sujeito-usuário, o percurso realizado por este é gravado no sistema do *site* e disponibilizado visualmente em forma de *links* no canto superior

da página virtual, possibilitando uma fácil regressão à categoria anterior que o interessa. Como podemos conferir em um recorte da imagem anterior:



Fonte: imagem recortada do <http://www.videojug.com/tagcloud>. Acesso em: junho de 2011.

O *site* constrói programas para o enunciatário assistir e, de forma guiada, aprender a partir das receitas em exposição. Nas videoaulas, muitos dos conselhos são apreendidos pelo internauta tanto no campo da manifestação verbal (oral e escrita), quanto no campo da visualidade (demonstração dos ensinamentos através dos actantes-atores do vídeo), em que os saberes são apresentados de forma contextualizada, em formato de historinhas, como podemos conferir em “*How to go on date to the movies*”<sup>43</sup> ou então, através de discursos de especialistas, como em “*What to never do on a first date*”<sup>44</sup>. Quando o internauta-enunciatário dos saberes transmitidos crê e aceita os percursos de ações propostos na enunciação, o contrato de veridicção, o dizer-verdadeiro do discurso enunciado é estabelecido na comunicação. Uma aceitação que podemos conferir, muitas vezes, através de uma minienquete disponível logo abaixo da videoaula em exposição.



Fonte: imagem recortada do <http://www.videojug.com/tagcloud>. Acesso em: junho de 2011.

*Helpful* (útil) – simbologia de uma mão fechada com o polegar apontado para cima para a resposta “sim” ou a mão fechada com o polegar apontado para baixo para a resposta “não”, caracterizando questionamento realizado através do símbolo cultural que nos países ocidentais significa “legal/gostei/curti/concordo” ou “ruim/não gostei/não curti/discordo”. Esta ferramenta mede a satisfação de quem já visualizou a videoaula. O que

<sup>43</sup> Tradução livre: Como ter um encontro no cinema. Disponível em: <http://www.videojug.com/film/how-to-go-on-a-date-to-the-movies>. Acesso em: 19 out.2011.

<sup>44</sup> Tradução livre: O que não se deve fazer em um primeiro encontro. Disponível em: <http://www.videojug.com/film/what-to-never-do-on-a-first-date>. Acesso em: 19 out.2011.

indica que se 144 pessoas já visualizaram o vídeo e “curtiram” o que assistiram, provavelmente, “eu”, agora interessado na mesma informação, também irei gostar. Pois no percentual de 100% das pessoas que já assistiram e sinalizaram sua satisfação, praticamente 89% gostou do guia modalizador em exposição, uma porcentagem muito elevada que influencia a ação do indivíduo que ainda não visualizou a videoaula.

Estão disponíveis para o sujeito-usuário do *website* espaços destinados para que ele faça comentários e ou dê dicas sobre as videoaulas postadas no campo virtual. É possível também ler comentários de outros internautas ou somente aprovar ou reprovar a opinião do outro, através do mesmo símbolo de “curtir” ou “não curtir”, exemplificado na imagem anterior. A exposição desses comentários é determinada por três tipos de escolhas já preestabelecidas pelo programador do *site* – é possível ver os comentários através da listagem dos comentários mais recentes, mais antigos ou mais populares; a forma de visualização das mensagens será de acordo com a preferência do usuário, como podemos constatar na imagem a seguir:



Fonte: imagem recortada do <http://www.videojug.com/tagcloud>. Acesso em: junho de 2011.

Os destinatários da comunicação, então internautas usuários do *site*, ao interagir escrevendo comentários e até mesmo publicando vídeos, deixam de ser meros receptores da informação; eles são dotados de uma competência cognitiva no momento que passam a exercer algum tipo de influência na enunciação. O regime de interatividade é realizado em razão de uma confiabilidade e uma credibilidade que o usuário tem perante a mídia, pois este confia que estará disponibilizando suas opiniões para a sociedade através de uma ferramenta bem vista aos olhos da população – uma vez que o *site* já o modalizou a acreditar em tais afirmativas. Como afirma Marroni:

[...] ao se pensar em sujeitos competentes, constata-se que eles deverão ser possuidores de uma competência prévia que lhes permita agir “conscientemente”, como o *querer-fazer*, o *poder-fazer* e o *saber-fazer*. Desta forma, a dimensão cognitiva é hierarquicamente superior à dimensão pragmática, pois a interação não é um simples fazer resultante de uma ação mecanicista. Para interagir, o sujeito tem que estar com uma pré-modalização que lhe possibilite compartilhar saberes. (MARRONI, 2011, p. 80).

Na interação é estabelecida uma relação de confiança entre os sujeitos envolvidos, em que há uma influência de uns sobre outros através de uma manipulação de fazer-fazer, bastante explorada nos vários tipos de convocação em exposição no *site*. A modalização se realiza na medida em que o sujeito-enunciário quer-fazer a ação, ou seja, quer realizar a sequência de comportamentos programados e aprendidos no meio de comunicação. O fato de não-saber algo é o que conduz todo o percurso realizado pelo destinatário-usuário do *site*, fazendo com que ele busque informações para solucionar problemas ou apenas aprender algo por curiosidade.

De modo geral, as videoaulas deste grupo apresentam simulacros de vivência. Como na área de artes cênicas, muitas vezes existe nos vídeos uma encenação teatral, em que os atores – aqui considerados sujeitos-actantes da enunciação – simulam a aplicação das instruções ofertadas por um narrador-oculto, reforçando e exemplificando visualmente o que é dito. Os cenários exibidos no audiovisual também são escolhidos diante do contexto em que os modos de agir são operados. A possível identificação do enunciário com o sujeito-actante da ação (neste caso os atores que praticam a ação no vídeo) só aumenta a probabilidade de se firmar a modalização dos fazeres e/ou afazeres. Essas simulações são comuns nos vídeos quando os assuntos são relacionados ao “agir” social do indivíduo. O audiovisual disposto no *link* <http://www.videojug.com/film/how-to-be-the-perfect-girlfriend> ensina “como ser uma namorada perfeita” e nele, podemos analisar um exemplo de simulacro de vivência.



Fonte: Imagens retiradas de trecho do vídeo “How to be the perfect girlfriend” do site *Videojug*. Acesso em: junho de 2011.

É importante observar que o internauta, então telespectador da modalização de como ser a namorada perfeita, acompanha as cenas narradas na 3ª pessoa, enunciação enunciativa - debreagem, mas em determinados momentos o sujeito-enunciador se dirige diretamente a ele, como mostra o terceiro quadro da imagem acima, em que a suposta “namorada” olha para a câmera como se estivesse olhando para o “namorado” e discutindo diretamente com ele. Dessa maneira, é instaurado um jogo de enunciação, agora enunciação enunciativa de “eu/tu”, “aqui, agora” – uma embreagem –, um efeito de proximidade do internauta com o que está sendo transmitido no discurso modalizador. Posteriormente, outras análises mais aprofundadas sobre as videoaulas serão trabalhadas a partir de mapas cognitivos, para melhor compreendermos os percursos gerativos de sentido.

No *site* do grupo *Videojug*, após constantes análises das videoaulas disponíveis no ambiente virtual, é possível identificar algumas temáticas que geralmente causam polêmicas em discussões, a exemplo dos vídeos sobre assuntos religiosos (como a religião pode fazer você se sentir feliz), sobre política (como se tornar um membro parlamentar), sobre armas (como manuseá-las e suas leis), sobre opção sexual (como aceitar sua opção sexual), sobre divórcio (estratégias para um divórcio amigável), sobre racismo (penalidades de um preconceito), entre outros. Contudo, apesar da existência de vídeos em que a temática são as “crianças”, o público-alvo das modalizações não é o infantil, pois o enunciador se dirige aos pais e educadores de crianças, que estão mais aptos a receber as informações sobre como entender uma criança, como encontrar uma babá e como manter a segurança de uma criança dentro de casa.

### 3.4. *Wikihow*

Get our free iPhone App Sign Up or Log In or Log In via Help

**wikiHow**  
the how to manual that you can edit

Home Articles Community My Profile

*collaborative*  
“The world's how to manual.”  1.1M

**Learn**

Learn how to from one of our 113,366 How To Articles.  
Find your topic.

[Explore Articles >](#)

**Write**

Share your how to with millions of people.  
Write a how to or answer requests.

[Start Writing >](#)

**Wiki**

Work together to make how to better for everyone.  
Find ways to get started or take our tour.

[Join Now >](#)

**Featured Articles** RSS

[View Popular Articles >](#) [View Random Article >](#) [See More Featured Articles >](#)

[Write An Article](#) [Random Article](#)

**wikiHow Worldwide**  
wikiHow in other languages:  
español, Deutsch, Français, Italiano, Nederlands, Português, العربية. You can also help start a new version of wikiHow in your language.

**Recent Changes** 108

WikiRicardo patrolled an edit to Rahulbaskaran85  
4 minutes ago

BKValuemeal just uploaded a new Image: Trkmenu2.jpg  
4 minutes ago

WikiRicardo patrolled an edit to Abc123jem  
4 minutes ago

[Want to join in?](#)

**Things to Do** - collapse

- [Write an Article](#)
- [Request a New Article](#)
- [Answer a Request](#)
- [Login for more!](#)

**Places to Visit** + expand

**Follow Us On...**

**Browse Articles by Category**

Arts & Entertainment	Holidays & Tradition
Cars & Other Vehicles	Personal Care & Style
Computers & Electronics	Pets & Animals
Education & Communications	Philosophy & Religion
Family Life	Relationships
Finance, Business & Legal	Sports & Fitness
Food & Entertaining	Travel
Health	wikiHow
Hobbies & Crafts	Work World
Home & Garden	Youth
	<b>Other</b>

Share this Article:

**New Articles**

Taper Trouser Legs

Draw Faghorn Leghorn

Draw Marlin the Marlin

Draw Peppermint Patty from Peanuts

Draw Mater from Cars

**wikiHow**  
the how to manual that you can edit

**Home**

About wikiHow  
Help  
Terms of Use  
RSS  
Site map

**Explore Categories**

Arts and Entertainment	Cars and Other Vehicles	Computers and Electronics	Education and Communications
Family Life	Finance and Business	Food and Entertaining	Health
Hobbies and Crafts	Holidays and Traditions	Home and Garden	Other
Personal Care and Style	Pets and Animals	Philosophy and Religion	Relationships
Sports and Fitness	Travel	wikiHow	Work World
Youth			

wikiHow is a carbon neutral website.
 All text shared under a Creative Commons License.
 Powered by Mediawiki.

Legenda: Página principal do site WikiHow.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.wikihow.com>. Acesso em: junho de 2011.

*Wikihow* é um *site* “wiki”: sua construção parte de colaboração dos membros; em que os internautas associados gratuitamente criam e disponibilizam informações e, estas, podem ser editadas pelos demais usuários com o objetivo de melhorar cada vez mais o discurso do tema pautado. Disponível em <http://www.wikihow.com>, o *site* faz uso do *slogan* “*The how to manual that you can edit*” (o manual de como fazer que você pode editar) e a sua palavra de ordem, com base no contrato comunicacional de todo o *site* é “compartilhe conhecimentos e aprenda mais”, uma frase que usa o imperativo para guiar o enunciatário e logo em seguida, com as palavras “aprenda mais” já informa a consequência positiva que ele obterá se seguir todo o programa narrativo, ou seja, adquirir saber.

A interatividade com o enunciatário acontece através de cadastro que possibilita ao internauta espaços para este publicar artigos, dicas e comentários, participar de discussões e responder questionamentos. Essa interação é muito bem divulgada assim que o internauta entra na página principal do *site*, através da “fala” enunciada no meio da tela, deixando claro que o enunciatário pode colaborar com seus conhecimentos neste meio. É importante observar também como a palavra “*collaborative*” está posta na enunciação; como se alguma pessoa estivesse escrito à mão com uma caneta vermelha, enfatizando a atividade colaborativa:

*collaborative*  
“ The world's how to manual.”

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.wikihow.com>. Acesso em: fevereiro de 2012.

O *layout* em tonalidade clara (predominância de tons de branco e cinza) dá leveza na organização das informações tanto da página principal, como nas demais páginas que compõem o *site*. E o fluxo de navegação do *site*, no geral é tradicional. É importante destacar a existência de um *menu* extra em todas as páginas secundárias do *Wikihow*. É através dela que o enunciatário poderá participar da enunciação como colaborador. Como no exemplo a seguir:



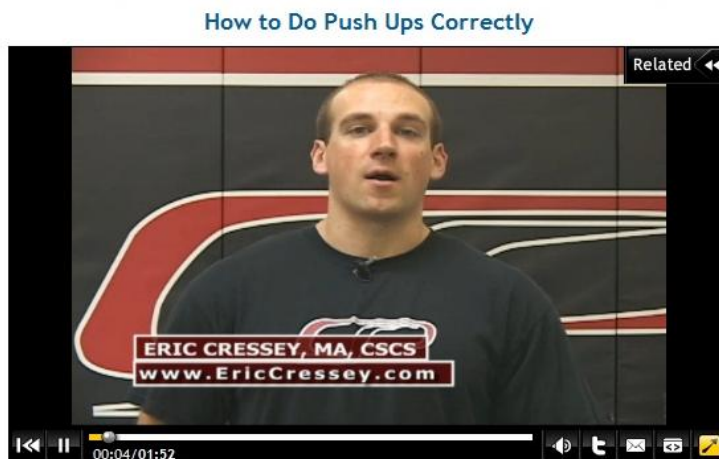
Legenda: *Menu* que disponibiliza ao enunciatário visualizar o artigo, editar o conteúdo do mesmo, participar de discussão sobre a temática ou visualizar o histórico de quando as mudanças no texto foram realizadas. Além de poder divulgar a informação no *Pinterest*, no *Facebook* ou no *Google +*.

Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.wikihow.com>. Acesso em: abril de 2012.

Como as divulgações de artigos recebem maior destaque, os audiovisuais tornam-se segundo plano, muitas vezes como parte integrante de uma explanação inicializada em um artigo. A linguagem formal é a mais utilizada em todo o *site*; diferentemente dos outros, neste podemos verificar a ausência de palavras informais como *hi* (oi) e *thanks* (obrigado) nas apresentações das informações.

#### 4. MAPEAMENTO GERAL DAS VIDEOAULAS

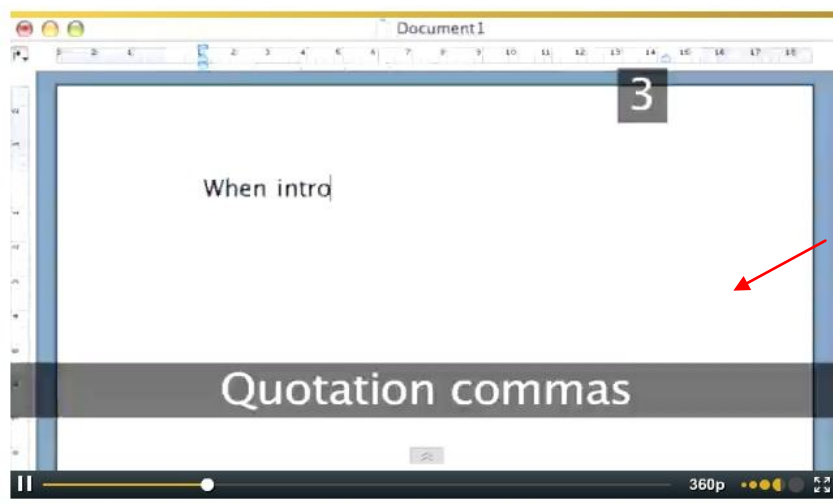
Um dos modelos mais comuns das videoaulas dos *sites* é aquele em que algum especialista, que se predispõe a ensinar algo para quem visualiza a videoaula, começa seu discurso com uma saudação, como um “*Hi!*” (oi), seguido de uma apresentação pessoal: “*This is Eric, and this is your Monday Minute...*” (este é o Eric, e este é o seu Minuto da Segunda-feira – nome do programa), como podemos conferir na página virtual <http://www.5min.com/Video/How-to-Do-Push-Ups-Correctly-404160386>, que ensina como fazer flexões corretamente.



Fonte: Imagem retirada do site <http://www.5min.com>. Acesso em: junho de 2011.

Também verificamos situação similar em uma videoaula realizada por uma especialista em cabelos, que ensina como fazer um penteado, disponível através do endereço eletrônico <http://video.about.com/beauty/Quick-and-Easy-Updo.htm>. Suas primeiras palavras são “*Hi, I’m Tesa Peltz for the Mark Garrison Salon in New York City for About.com Style. Today I’m going to show you how to do a quick and easy updo*” (Oi, eu sou a Tesa Peltz do salão de beleza da cidade de Nova Iorque, Mark Garrison, para o About.com Estilo. Hoje, eu vou mostrar como você pode fazer um penteado rápido e fácil – o rabo de cavalo). E suas palavras finais são: “*thanks for watching, to learn more visit us at style.about.com*” (obrigada por nos assistir, para aprender mais, visite nosso site [style.about.com](http://style.about.com)). Podemos observar que há semelhanças nos cumprimentos iniciais, nas formas de conduzir as orientações passo a passo e nas palavras de estímulo e despedida em variadas videoaulas, qualquer que seja a categoria que estas se encontrem.

É possível perceber, ao navegar nos sites, que muitas das videoaulas reforçam suas dicas com letreiros que descrevem a ação dos sujeitos enunciadorees da comunicação, como podemos conferir na videoaula “*How to use quotation marks*” (Como usar aspas), que demarca o letreiro com um retângulo na cor cinza na barra inferior da tela, disponível no endereço eletrônico <http://www.videojug.com/film/how-to-use-quotation-marks>.



Fonte: Imagem retirada do *site* <http://www.videojug.com>. Acesso em: junho de 2011.

Ao observarmos o objeto em estudo identificamos que as videoaulas podem ser divididas em:

- filmagens caseiras;
- vídeos de especialistas;
- vídeos com opiniões de celebridades;
- vídeos que abrem discussões sobre temas relevantes na sociedade;
- vídeos com apresentações similares (ex.: formas de saudação, uso de ilustrações, vídeos sem narração, etc.).

Esse mapeamento se ramifica em todos os *sites* envolvidos no *corpus* da pesquisa. Bem como os registros das palavras-chave que são facilmente visualizados nos *sites* como forma de facilitar a navegação do usuário na página virtual. Como o contexto de aprendizagem está direta ou indiretamente inserido em todas estas páginas eletrônicas, subdivisões das temáticas em modos de “como fazer”, modos de “como ser/agir” e modos de “reflexão” (relatos sobre temas variados) são necessárias no mapeamento geral para a análise dos *sites* e suas videoaulas gratuitas. Contudo, esta divisão do estudo das videoaulas, por não ser o foco deste projeto, não será analisada no momento, podendo ser posteriormente objeto de estudo de projeto sucessor a este.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos sobre as modalizações dos saberes nos *sites* instrucionais se fizeram presentes para sabermos como funciona a disponibilização dos conhecimentos sobre o cotidiano na internet, e como ocorrem os modos de doar competência na enunciação para os internautas-enunciatários. Podemos perceber o que o enunciador quer dizer e como ele, de fato, diz as suas mensagens para o enunciatário, utilizando o *querer saber* deste último para praticar os programas de manipulação.

O título deste trabalho, “saiba como funciona e seja feliz” poderia facilmente ser confundido com uma palavra de ordem de qualquer um dos 14 *sites* analisados no *corpus*, não importando se as suas modalizações fossem sobre o “como fazer” ou o “como ser”. Todos os *sites* se denominam excelentes doadores de competências e defendem a ideia de que, se o enunciatário aplicar em seus planos de ações, as modalizações que foram ofertadas, ele alcançará plena satisfação e sucesso na realização da tarefa. Quem ousaria não seguir essas instruções tão perfeitas?

A leitura inicial desta dissertação nos conduziu a pensarmos sobre as mudanças dos laços sociais no mundo globalizado, ou seja, como as relações sociais estão se transformando e como a internet é uma forte aliada na transmissão de conhecimentos, sejam esses culturais ou técnicos. As questões sobre o capitalismo contemporâneo também foram levantadas devido à relação homem x capital (financeiro e intelectual), em que o homem contemporâneo, não detentor de determinadas habilidades e/ou conhecimentos, busca especialistas para satisfazer suas necessidades ou busca uma autoaprendizagem. Já nossos estudos sobre a biopolítica revelaram que o homem moderno deve ser um empreendedor de si mesmo; deve atualizar seus conhecimentos e reciclar as suas deficiências pessoais para conseguir conviver bem com os outros na sociedade. Para Tucherman:

Então viver se torna uma operação de marketing: uma estratégia de valorização de si, de aumento da autoestima a partir de condutas valorizantes e escolhas estratégicas. [...] Eis a autoajuda, oferecendo conselhos, exemplos e certezas num *fast-food* emocional, em que são servidas porções calculadas de autoestima, liberdade, felicidade, saúde, bem-estar e realização. De uma coisa temos certeza: como produto, a autoajuda é um sucesso, talvez não de aperfeiçoamento de si, mas certamente de marketing. (TUCHERMAN, 2010, p. 42).

Assim como na literatura de autoajuda, em que é “comum encontrar-se, nas primeiras páginas, capa, ou contracapa, um conjunto de chamadas em destaque, redigidas em

estilo comercial, onde se lê *o que este livro pode fazer por você*” (RÜDIGER, 1996, p. 209), os *sites* aqui estudados também divulgam as suas chamadas em blocos, como propagandas dos artigos e videoaulas nas interfaces coloridas das suas páginas principais, de acordo com o exemplo a seguir, em que os textos escritos e as imagens são *links* que levam o enunciatário a visualizar a mensagem modalizadora completa.



Legenda: *Links* sobre “Dicas rápidas: como suavizar sobrancelhas”, “como se tornar um agente da CIA” e “como escolher aulas de ioga”.

Fonte: Imagens retiradas do *site* <http://www.howcast.com>. Acesso em: abril de 2012.

A interação *online* não só facilitou como também estendeu o compartilhamento dos saberes em nível mundial, pois reúne virtualmente as pessoas interessadas nas mesmas temáticas. Em virtude deste amplo espaço virtual, tudo indica que, em breve, muitos outros *sites* instrucionais, como os que analisamos, também surgirão em idioma português. É importante ressaltar que o *eHow* lançou no final da realização desta pesquisa a sua versão beta (teste) do *site* em versão brasileira, já objetivando conquistar o mercado potencial. As estratégias utilizadas pelos enunciadores dos *sites* para conquistar a atenção dos enunciatários são das mais variadas, de níveis textuais diversos: na interface há a utilização de cores nos *layouts* das páginas principais e secundárias; exploração de diversas temáticas; uso de tipologias diferenciadas e *links* com acesso ao banco de dados do *site*; entre as figuras há imagens com pessoas sorridentes e felizes, vídeos e iconografias que conectam os subtemas às identidades visuais de cada *site*. No decorrer das navegações, o internauta se depara com os destaques especiais para algumas temáticas, havendo em termos de interatividade, a utilização de enquetes, canais de participação dos internautas por meio de espaços destinados a comentários; todos esses procedimentos visam possibilitar para o internauta uma navegação fácil e bem sucedida nos *sites*.

Apesar da existência de tantos guias modalizadores que instruem detalhadamente cada passo de como o indivíduo deve realizar as ações para alcançar plena satisfação nos resultados de suas atividades, muitas vezes é uma tarefa difícil para o sujeito-actante praticar

uma ação da mesma forma que aquela representada no programa modalizador. Contudo, a procura por satisfazer seus desejos e suas necessidades fará sempre do homem um questionador, um curioso sobre como funciona o cotidiano e como a felicidade pode ser por ele conseguida. Segundo Freire Filho:

A felicidade se insinua, no imaginário popular e científico, como um projeto de engenharia individual, orientado por uma legião de especialistas na reprogramação da mente, na turbinagem do cérebro ou no retoque da aparência. Várias são as rotas mapeadas pelos missionários do bem-estar subjetivo e pelos apologistas da *potencialização da performance* – cabe ao consumidor escolher as estratégias que se ajustam melhor às suas inclinações e aos seus interesses. (FREIRE FILHO, 2010, p. 13).

Esta pesquisa buscou compreender como os temas e as figuras inseridas nos *sites* se interligam para, através das narrativas, estabelecerem os contratos de comunicação e os regimes de visibilidade que os enunciadores aprovam como verdadeiros e ideais para os seus enunciatários alcançarem o sucesso e/ou realização pessoal almejados. Estratégias de aperfeiçoamento de habilidades manuais, como demonstrado no *Wonderhowto* no vídeo “como transformar um estilingue em um arpão mortal”<sup>45</sup>, são receitadas por especialistas pertencentes à temática em questão, pessoas que são supostamente bem sucedidas e de confiança para ofertar os saberes.

O mapeamento das temáticas abordadas no recorte do *corpus* possibilitou a sua subdivisão em dois segmentos: “como fazer” e “autoajuda”, que nos auxiliou no entendimento de como os *sites* que disponibilizam modalizações sobre o cotidiano se organizam para conquistar a atenção do internauta e assim conectá-lo com a enunciação exposta. Para tanto, as chamadas nas páginas principais servem como uma espécie de catálogo da aprendizagem, em que basta um clique para se adquirir um novo conhecimento, e melhor, sem a necessidade de pagar para consumir a informação.

Na maioria das modalizações, principalmente nas modalizações expostas nas videoaulas gratuitas, o que é oferecido na enunciação para o enunciatário são as mudanças positivas, é a idealização de que com aquelas modalizações o indivíduo vai se capacitar e assim terá condições de se autotransformar em um homem capaz de praticar as ações de forma plausível e prestigiada na sociedade. A transformação é a grande chave para abrir as portas do sucesso profissional, do sucesso amoroso, do sucesso no controle de peso para manutenção de um corpo ideal e do sucesso nas interações sociais – sejam elas interações familiares ou até mesmo virtuais. Diferentemente da maioria das revistas femininas em

<sup>45</sup> Disponível em <http://www.wonderhowto.com/how-to-turn-sling-shot-into-deadly-spear-gun-218327/>. Acesso em: dezembro de 2011.

circulação no Brasil, estes *sites* não contemplam o consumo exacerbado de produtos como os cremes milagrosos para uma pele saudável, intervenção cirúrgica para rejuvenescer e a gastronomia de um restaurante X para vivenciar uma sensação de prazer ao pagar por uma comida preparada por um chefe de cozinha renomado. Os *sites*, em geral, não estimulam o consumo material (as publicidades existentes neles, em sua maioria, são apenas fonte de renda para sua manutenção), pois os contratos comunicacionais, ao longo de suas páginas virtuais, são trabalhados para estimular os enunciatários a poder-fazer e saber-fazer determinadas ações, não se excluindo do processo de produção da atividade; é um consumo imaterial de saberes. Desta forma, as soluções para eventuais perguntas de “como fazer” e “como agir” estão focadas nas ações da cultura do “faça você mesmo” ao invés do imperativo “pague” por algo que o indivíduo pode por conta própria aprender, saber-fazer, praticar.

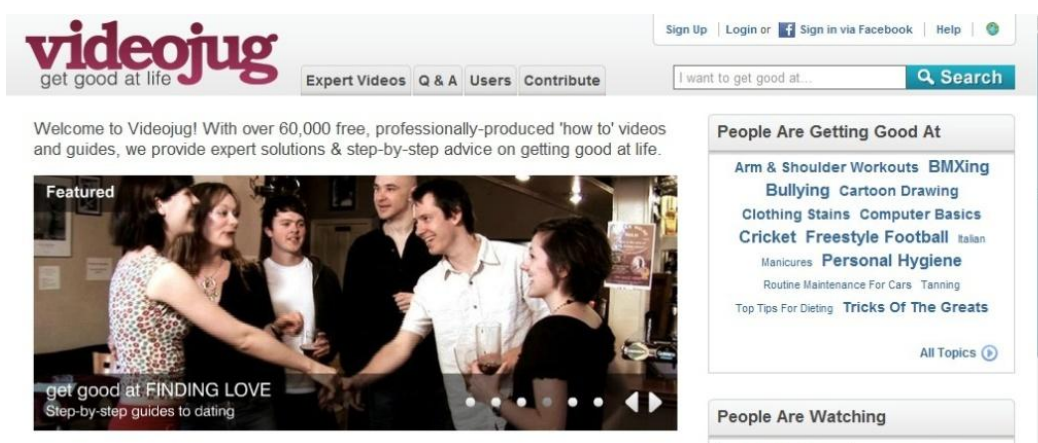
Os modos de orientações são variados. Em geral, o enunciador convoca o enunciatário a saber como fazer ou agir em situações variadas do cotidiano, por meio de soluções ditas seguras e validadas por especialistas da área, sendo o “ser feliz” a realização positiva da ação, o prazer alcançado e gozado. Os enunciadores se dispõem como autoridades no ramo, ou seja, detentores e orientadores das modalizações, e assim convocam os internautas a participarem do contrato comunicacional. Desta forma, o indivíduo-enunciatário das mensagens busca o conhecimento para dessa forma, garantir o sucesso no momento em que for praticar a ação e, apesar de minimizar a sua curiosidade ou insegurança e medo de conhecer como se deve praticar determinada atividade, o indivíduo não está protegido das frustrações que podem ser geradas no momento que ele estiver praticando uma mesma ação. Segundo Prado:

Os enunciadores múltiplos da cultura globalizada fornecem, nos dispositivos midiáticos, pacotes modalizadores, construídos a partir dos contratos comunicacionais da autoajuda e do conhecimento científico, elaborados por analistas simbólicos. (PRADO, 2011, p. 51).

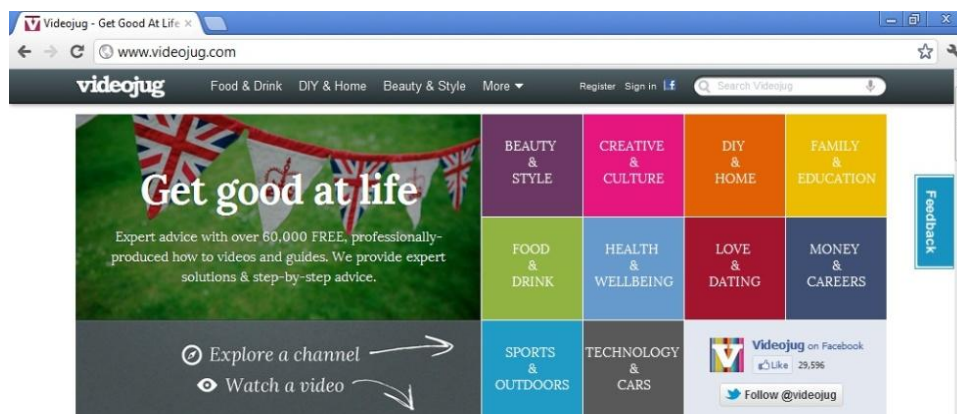
A internet é uma mídia que permite aos emissores de informações uma rápida atualização de tudo que ali está em exposição. Assim sendo, os enunciadores das modalizações nos *sites* em questão têm em mãos a possibilidade de atualizar o conteúdo das suas páginas, aperfeiçoando suas receitas modalizadoras e incluindo constantemente novas estratégias de sedução para conquistar e fidelizar internautas-usuários, atualizando o seu discurso através dos programas de modalização, incentivo à interação com os enunciatários e buscando novos enunciadores para atender a todo tipo de questionamento sobre assuntos do cotidiano, a exemplo do *Wikihow*, que convoca os enunciatários a também serem um dos seus enunciadores e do *Videojug* com a sua nova alteração de interface gráfica:



Legenda: (Tradução livre) **Escreva.** Compartilhe o seu “como fazer” com milhões de pessoas.  
 Fonte: Imagem retirada do site <http://www.wikihow.com>. Acesso em: abril de 2012.



Antes  
&  
Depois



Legenda: Parte superior da página principal do *Videojug* no início desta pesquisa e posteriormente sua atualização de *layout*.

Fonte: Imagem retirada do site <http://www.videojug.com>. Acesso em: junho de 2011 e junho de 2012.

Buscar conhecimento através da rede mundial de computadores está cada vez mais comum no mundo globalizado em que vivemos, não é por acaso que se converteu em tendência a inclusão de *tablets* em muitas escolas como ferramenta auxiliadora de aprendizagem.

O público, ao ter uma gama elevada de possibilidades de acessar informações, necessita de formas rápidas e já pré-programadas para satisfazer suas necessidades e assim construir o seu próprio conhecimento e formular suas opiniões. Os *sites* instrucionais com modalidades de diversos saberes buscam atender essa carência de conhecimentos sobre o cotidiano que tanto proporciona um enriquecimento no intelecto do indivíduo e permite que ele tenha sensação de bem-estar, equilíbrio, sucesso, prazer e controle individual perante as exigências da sociedade como um todo, valores estes considerados como importantes nas enunciações.

As gerações passadas tinham acesso mais limitado a informações. Já os indivíduos da atualidade são intensamente obrigados a permanecerem atualizados nas mudanças do cotidiano para não serem marginalizados e, dessa maneira, continuarem sendo indivíduos visíveis na sociedade. Dessa forma, o compartilhamento das modalidades nos *sites*, em especial o compartilhamento das videoaulas gratuitas, facilita a vida das pessoas-internautas a saberem as respostas para os seus questionamentos ou curiosidades de forma rápida e simples, assim como pede a vida-líquida globalizada.

## BIBLIOGRAFIA

- AGAMBEN, Giorgio. *O que é o contemporâneo? E outros ensaios*. Chapecó, SC: Argos, 2009.
- AUSTIN, John Langshaw. *How to do things with words: the William James lectures delivered at Harvard University in 1955*. New York: Oxford University Press, 1973.
- ALVES, Célia de Oliveira. In: Vera Lúcia Menezes (org.). *Interação e aprendizagem em ambiente virtual*. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- BADIOU, Alain. *Para uma nova teoria do sujeito: conferências brasileiras*. Rio de Janeiro: Relume-Dumara, 1994.
- BAIMA, Ana Paula da Silva. *O supereu como estrutural do sujeito e o consumo como o ideal do outro na contemporaneidade*. Dissertação de Mestrado. PUC-SP, 2011.
- BAIRON, Sérgio. *Texturas sonoras: áudio na hipermídia*. São Paulo: Hacker, 2005.
- BARROS, Diana Luiz Pessoa de. *Teoria do discurso: fundamentos semióticos*. 3ª ed. São Paulo: Humanista, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Teoria semiótica do texto*. 4ª ed. São Paulo: Ática, 2005.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1991.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida líquida*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- BELLO, Cíntia Dal. Exibishow da intimidade e espetacularização do eu: a celebração do ordinário cotidiano na ficcionalização da realidade. *Revista Galáxia*, São Paulo, n.15, p.169-173, jun. 2008.
- BERQUÓ, Elza. Arranjos familiares no Brasil: uma visão demográfica. In: Novais, Fernando Antonio (coord.), Souza, Laura de Mello e (org.). *História da vida privada no Brasil*. Vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- BINKLEY, Sam. A felicidade e o programa de governamentalidade neoliberal. In: Freire Filho, João (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.
- BRASIL, André; MIGLIORIN, César. Biopolítica do amador: generalização de uma prática, limites de um conceito. *Revista Galáxia*, São Paulo, n.20, p. 84-94, dez. 2010.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *Youtube e a revolução digital*. São Paulo: Aleph, 2009.
- CANATO, Bruno Gonçalves. *A marca e o elemento lúdico: uma análise de sites para o público infantil*. Dissertação de mestrado. PUC-SP, 2010.

CASAQUI, Vander; HOFF, Tânia. Imagens do trabalho nos séculos XX e XXI: movimentos do sentido nas representações do corpo associadas à esfera produtiva. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 44-56, dez. 2010.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Vol.1. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. 3ªed. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Vol I. Artes de fazer. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discursos das mídias*. 1ª ed. São Paulo: Contexto, 2007.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol. 2. São Paulo: Editora 34, 1995.

DELEUZE, Gilles. Trad. Peter Pál Pelbart. *Conversações*. 1972-1990. São Paulo: Ed. 34, 2008.

DEZIDERIO, Herika Regiane. *As relações amorosas pelos “chats” da internet: a solidão na contemporaneidade*. Dissertação de Mestrado. PUC-SP, 2007

FRANÇA, Vera V. “*A felicidade ao seu alcance*”: que felicidade, e ao alcance de quem, afinal? In: Freire Filho, João (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

FELIX, Carla Baiense. Biopolítica e risco: a nova lógica do capitalismo global. *Revista Galáxia*, São Paulo, n.20, p. 57069, dez. 2010.

FILINICH, Maria Isabel. Figuras da manipulação. *Revista Galáxia*, São Paulo, n.10, p. 67-86, dez. 2005.

FLUSSER, Vilém. *O mundo cotidiano*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. São Paulo: Loyola, 2002.

\_\_\_\_\_. *História da sexualidade I: A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

FREIRE FILHO, João (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

\_\_\_\_\_. O poder em si mesmo: jornalismo de autoajuda e a construção da autoestima. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*. Porto Alegre, v.18, n.3, p.717-745, set./dez. 2011.

GIDDENS, Anthony. *Em defesa da sociologia. Ensaios, interpretações e réplicas*. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

\_\_\_\_\_. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GIL, Issac. *Contratos de comunicação e estratégias de convocação de hospitais latino-americanos em seus sites na internet*. Tese de doutorado. PUC-SP, 2011.

GORZ, André. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.

GREIMAS, Algirdas Julien. A sopa ao “pistou” ou a construção de um objeto de valor. In: *Revista Significação*, nº11/12, p.7-20.

GREIMAS, A.J; COURTÉS, J. *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Contexto, 2008.

GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores*. 3ed. São Paulo: Annablume, 2004.

HABERMAS, Jürgen. *Teoría de La acción comunicativa*. Madrid: Taurus, t.1 e 2, 1987.

HEEMANN, Christiane. Educação a distância: um curso de leitura em língua inglesa para informática via internet. In: Menezes, Vera Lúcia (org.). *Interação e aprendizagem em ambiente virtual*. Ed. UFMG, 2010.

HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2004.

JUNIOR, Benilton Bezerra. A psiquiatria e a gestão tecnológica do bem-estar. In: Freire Filho, João (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

LANDSMANN, Márcia Ribeiro. *Prescrições midiáticas: saúde, estilo de vida e bem-estar on demand*. Dissertação de mestrado. PUC-SP, 2010.

LEÃO, Lucia. Vastos oceanos, territórios e a bússola: navegando pelas pesquisas na interface ciberespaço/ cibercultura/ ciberarte. *Revista Galáxia*. São Paulo, n.7, p.153-157, abr. 2004.

\_\_\_\_\_. Pensando o fantasma como imagem e tecnologia de comunicação. *Revista Galáxia*. São Paulo, n.17, p. 175-177, jun. 2009.

\_\_\_\_\_. Questões biopolíticas nos processos de criação transmidiáticos. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 95-107, dez. 2010.

LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos Camargos; GUIMARÃES, César (organizadores). *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: SENAC São Paulo, 2003.

\_\_\_\_\_. *O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço*. São Paulo: Paulus, 2007.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: Novais, Fernando Antonio (coord.), Souza, Laura de Mello e (org.). *História da vida privada no Brasil*. Vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

MARRONI, Fabiane Villela. *Construção de sentido e regimes de interação: uma análise semiótica do livro eletrônico O mundo de Sofia*. Dissertação de mestrado. PUC-SP, 2001.

MILLER, Toby. How the Media Biopoliticized Neoliberalism; or, Foucault Meets Marx. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 22-31, dez. 2010.

NOVAES, Maria Helena (Org.). *As gerações e suas lições de vida: aprender em tempo do viver*. São Paulo: Loyola. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2005.

OLIVEIRA, Ana Claudia de; TEXEIRA, Lucia. *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

PARREIRAS, Vicente Aguiar. In: Vera Lúcia Menezes (org.). *Interação e aprendizagem em ambiente virtual*. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

PAVANI, Keila Macario. *Solidão e encontro: buscas e conflitos do morar só*. Dissertação de Mestrado, PUC-SP, 1992.

PELBART, Peter Pál. *Vida capital: ensaios de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras, 2003.

PRADO, José Luiz Aidar. Convocação nas revistas e construção do o mais nos dispositivos midiáticos. In: *Revista Matrizes*. Ano 3 – nº2 jan/jul 2010.

\_\_\_\_\_. - *Regimes cognitivos e estésicos na era comunicacional: da invisibilidade de práticas à sociologia das ausências*. Comunicação, mídia e consumo (São Paulo. Impresso), São Paulo, v. 3, n.8, p.11-32, 2006.

\_\_\_\_\_. - *Valor e comunicação no capitalismo globalizado*. E-compós. Brasília, 2006.

\_\_\_\_\_. - Programas cognitivos e passionalização do consumo nos media e na publicidade. In: *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, da ESPM, vol.5, n.14, Nov.2008, pp.87-101.

\_\_\_\_\_. (Org.). *Regimes de visibilidade em revistas: análise multifocal dos contratos de comunicação*. In: DVD, 1 ed. São Paulo: PUC-SP, 2011, v.1.

\_\_\_\_\_. De navios a estrelas na construção biopolítica do eu capital. In: Freire Filho, João; Coelho, Maria das Graças (org.). *A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso: a transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia*. São Paulo: Makron Books, 2001.

RODRIGUES, Carla. Capitalismo informacional, redes sociais e dispositivos móveis: hipóteses de articulação. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 70-83, dez. 2010.

RODRÍGUEZ, Pablo Esteban. ¿Tiene sentido hablar de poshumanismo? Acerca de la relación entre teoría de la comunicación y biopolítica de la información. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 9-21, dez. 2010.

RÜDIGER, Francisco. *Literatura de auto-ajuda e individualismo: contribuição ao estudo da subjetividade na cultura de massa contemporânea*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1996.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*; tradução Mouzar Benedito. São Paulo: Boitempo, 2007.

SCHENEIDER, Marco. Hipótese para uma genealogia biopolítica do gosto. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 108-120, dez. 2010.

SFEZ, Lucien. *A comunicação*. São Paulo: Martins Editora, 2007.

SEMPRINI, Andrea. *A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea*. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

SIBILIA, Paula. A vida interconectada, alongada e espetacular: desafios biopolíticos do século XXI. *Revista Galaxia*, São Paulo, n.20, p. 5-8, dez. 2010.

SOUZA, Jessé. *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Colaboradores Brand Arenari... [et al.]. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

TAYLOR, Charles. *As fontes do self: a construção da identidade moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

TRINDADE, Thaís Hoehne Peres Polato. *Consumo da experiência em revistas brasileiras (Nova, Cláudia, Boa Forma, Você S/A e Viagem e Turismo)*. Dissertação de mestrado. PUC-SP, 2010.

TRIVINHO, Eugênio. *A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada*. São Paulo: Paulus, 2007.

TUCHERMAN, Leda. Biopolítica, mídia e autoajuda: segredo ou sintoma? *Revista Galaxia*, São Paulo, n.20. p.32-43 dez. 2010.

VELHO, Gilberto. Cultura subjetiva e projetos de felicidade. In: Freire Filho, João (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

VIANNA, Hildegardes. *Antigamente era assim*. Rio de Janeiro: Record, Salvador, BA: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 1994.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

## BIBLIOGRAFIA ELETRÔNICA

5MIN. Disponível em <http://www.5min.com>. Acesso em: abr.2010.

ABOUT.COM. Disponível em <http://www.about.com>. Acesso em: abr.2010.

ALEXA. Disponível em <http://www.alexa.com>. Acesso em: abr.2010.

ANTOUN, Henrique. *Cooperação, colaboração e mercado na cibercultura*. In: e-compós, dez. 2006. Disponível em: <http://www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em mar. 2012.

AQUINO, Maria Clara. *Hipertexto 2.0, folksonomia e memória coletiva: um estudo das tags na organização da web*. In: e-compós, ago. 2007. Disponível em: <http://www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em dez. 2011.

ASK. Disponível em <http://www.ask.com>. Acesso em: abr.2010.

ASKMEN. Disponível em <http://www.askmen.com>. Acesso em: abr.2010.

BRETAS, Beatriz; SILVA, Rafael Figueiredo Cruz e. *Interfaces telemáticas: linguagens e interação na construção de momentos comunicativos*. In: e-compós, dez. 2006. Disponível em: <http://www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em dez. 2011.

COMO FAZER AS COISAS. Disponível em <http://www.comofazerascosas.com.br>. Acesso em: abr.2010.

DIYNETWORK. Disponível em <http://www.diynetwork.com>. Acesso em: jun.2010.

DOITYOURSELF. Disponível em <http://www.doityourself.com>. Acesso em: abr.2010.

EHOW. Disponível em <http://www.ehow.com>. Acesso em: abr.2010.

HELPFUL VIDEO. Disponível em <http://www.helpfulvideo.com>. Acesso em: abr.2010.

HOWCAST. Disponível em <http://www.howcast.com>. Acesso em: abr.2010.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios*. Disponível em <http://www.ibge.org.br>. Acesso em: jan.2011.

ISTOÉ. Ed. 2085. 28.Out.2009. Disponível em: [http://www.istoe.com.br/reportagens/43886\\_EU+QUERO+FICAR+SOZINHO](http://www.istoe.com.br/reportagens/43886_EU+QUERO+FICAR+SOZINHO). Acesso em 29 de mar. 2012.

MONKEYSEE. Disponível em <http://www.monkeysee.com>. Acesso em: set.2010.

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/93/93>>. Acesso em: 14 de maio de 2010.

RAMOS, Daniela Osvald. Jornalismo digital em base de dados (JDBD) como um texto da cultura. In: e-compós, jun. 2011. Disponível em: <http://www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em mar. 2012.

SABER HACER. Disponível em <http://www.saberhacer.com>. Acesso em: abr.2010.

TUDO GOSTOSO. Disponível em <http://www.tudogostoso.com.br>. Acesso em ago.2010.

VIDEOJUG. Disponível em <http://www.videojug.com>. Acesso em: abr.2010.

VIEW DO. Disponível em <http://www.viewdo.com>. Acesso em: abr.2010.

WIKIHOW. Disponível em <http://www.wikihow.com>. Acesso em: abr.2010.

WONDERHOWTO. Disponível em <http://www.wonderhowto.com>. Acesso em: abr.2010.

**ANEXO CD - IMAGENS DAS PÁGINAS PRINCIPAIS DOS *SITES* ANALISADOS**



- Categories**
- Arts
  - Auto
  - Business
  - Extreme
  - Fashion
  - Fitness
  - Food
  - Games
  - Health
  - Home
  - Knowledge
  - Life Tips
  - Music
  - News
  - Parenting
  - People
  - Pets
  - Spiritual
  - Sports
  - Tech
  - Travel
  - Video Games


## 5min's Highlights

**How to Save Money on Amazon**

**Top Worst Tech Gifts For Dads**

**How Happiness Affects Weigh...**

**Anthony Weiner Enters Treat...**



EVERY WEB PAGE

EVERY SCREEN

WE TAKE VIDEO EVERYWHERE

**5minMedia**  
VIDEO EVERYWHERE

TRY IT NOW

**Food**

Searing Tips to Cook the Perf...



By: **hungrynation**  
Views: 97,704  
Rating: 0

[More In Food](#)

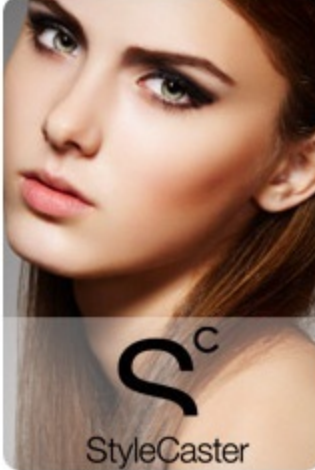
**Fashion**

Dresses by Naana Tennachie Yan...



By: **WatchMojo**  
Views: 2,437  
Rating: 0

[More In Fashion](#)



StyleCaster

**Home**

How to Create a Home Escape P...



By: **MonkeySe...**  
Views: 1,495  
Rating: 0

[More In Home](#)

**Business**

Lack of New Homes Is Slow...



By: **MoneyWatch**  
Views: 310  
Rating: 0

[More In Business](#)


**Fitness**

How Happiness Affects Weigh...



By: **PopSugar...**  
Views: 614  
Rating: 0

[More In Fitness](#)



**MORNINGSTAR**

Where Investors Come First

**Health**

5 Anti-Aging Foods to Firm...



By: **TheDoctors**  
Views: 9,043  
Rating: 0

[More In Health](#)

**Tech**

10 Tech Gadgets and Apps For...



By: **BNET**  
Views: 7,081  
Rating: 0

[More In Tech](#)

**Travel**

Your Healthy Flight Guide



By: **illumistream**  
Views: 9,468  
Rating: 3.5

[More In Travel](#)

**People**

Olga Gardner Galvin on the...



By: **ReasonTV**  
Views: 114  
Rating: 0

[More In People](#)

**Auto**

Behind the Smoke Episode 8:...



By: **GTChannel**  
Views: 1,517  
Rating: 0

[More In Auto](#)

Studio Picks on 5min

**5min Faves** Popular Now

- CNET**  
Videos Shared: 1,604  
Member Since: 2/9/10
- The Style Network**  
Videos Shared: 386  
Member Since: 6/18/09
- The Doctors**  
Videos Shared: 2,694  
Member Since: 5/3/09
- Simon&Schuster**  
Videos Shared: 2,326  
Member Since: 11/2/10
- E!**  
Videos Shared: 493  
Member Since: 4/25/10

**5min NewsFeed**

Fresh videos Latest Activity

- AolNewsNow** uploaded a video: NFL Coming Back to Los Angeles?, today.
- AolNewsNow** uploaded a video: Newsy Now: June 13 (2130 GMT), today.
- PopSugarRush** uploaded a video: Pippa Middleton Breaks Up With Boyfriend, today.

Now blogging

**Cheers!**  
6/5, 2011 by Ashley

As the beaches open and bbq's become weekly events, there isn't any other way to spend summers than toasting! Champagne, wine, beer, sangria, vodka, margaritas, rum punch, everything and anything feels so refreshing during summer. A lot of people have their preference for summer drinks but I'm all about my frozen margaritas. There are so ...

[Read More](#)



You are in: 5min.com

**Topics in 5min.com**

- Digital Arts
- Painting Techniques
- Magic Tricks
- Pilates
- Italian Recipes
- Diabetes Information
- Heart Disease
- Home Decor
- Home Repairs
- Meditation Technique

**Check more videos in 5min.com**

- Unlock iphone
- Easy Gravy Recipe
- Japan's Attack At Pearl Harbor
- Sensual massage
- How to view myspace private profiles
- How to Paint Jack Sparrow of Pirates of the Caribb
- Delicious Bruschetta Recipe
- Cranberry sauce

**Featured on 5min.com**

- Top Worst Tech Gifts for Dads
- Gas Saving Tips for Your Road Trip
- Grilled ribeye recipe
- Easy Tips for Grilling Veggies
- Asian Grilled Salmon Recipe
- Grilled Chicken Skewers Recipe
- 3 Ways to Simplify Your Summer Makeup...
- Treat Sunburn
- How to Make Classic Gazpacho
- Healthy Ways to Lose Weight for Summer

Editors' Picks

Explore Topics

Browse Categories



## 6 Quick Ways to Beat Stress

Feeling overwhelmed? There are several ways to soothe your stress—and they only take five minutes. From aromatherapy to simply having a good laugh, try one of these techniques when you need to relax.

By Elizabeth Scott, M.S.

## How to Control Dandelions

If you can't beat 'em, eat 'em

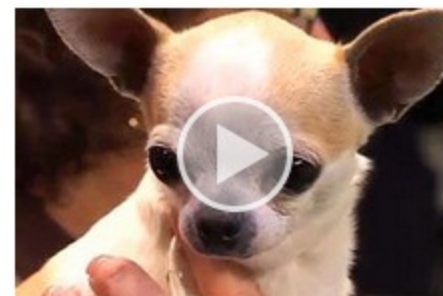
By David Beaulieu



VIDEO:

## Is Your Dog Healthy?

with Janet Tobiassen-Crosby, DVM



## How to Travel With Your Pooch

By Jenna Stregowski, RVT

My Blog | RSS

EN ESPAÑOL:

## ¿Qué necesitas en una computadora?

Por Angel Luis Sanchez Iglesias



## Free Summer Movies for Kids

By Stacy Fisher



## Learn to Grill Almost Any Vegetable

By Derrick Riches



## 11 Things the Hairstylist Won't Tell You

By Kendra Aarhus

Explore Topics:

# A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Also from About.com: [About China](#) | [Calorie Count](#) | [ConsumerSearch](#) | [Advertise on About.com](#) | [News & Events](#)

[Work at About](#) | [SiteMap](#) | [All Topics](#) | [Reprints](#) | [Help](#) | [User Agreement](#) | [Ethics Policy](#) | [Patent Info.](#) | [Privacy Policy](#) | [Your Ad Choices](#) | [Our Story](#) | [Write for About](#)

[Ask](#)[Peel Me!](#)

## Question of the Day



### Who designed the American flag?

- A Betsy Ross
- B Francis Hopkinson
- C Richard Amerike
- D William T. Kerr

29% of users knew the answer. Do you?

## People Are Asking

[See All](#) | [View by Category](#)

### How do you tie dye a shirt?

Asked by badguy - In visual arts

### How can you straighten hair without a straightener?

Asked by eiskater234 - In biology

### What can I do to get rid of a blocked ear ?

Asked by 74bf - In biology

### Will the Original Wii play Wii-U games?

Asked by blazesorch2 - In entertainment

### Does that new shatter nail polish by opi really work?

Asked by chanchan2424 - In beauty and style

### Can I freeze and then re-bake Bread pudding?

Asked by NVM - In foods



thiara

My Q&A



Want to customize your  
Ask home page?

[Try a Theme](#)

Advertisement

## Got questions?



Get answers from our  
award-winning app!

Follow Us: [f](#) [t](#)

AskMen BECOME A BETTER MAN HOMEPAGE NEWSLETTER SIGN UP What's going on in your city? Get on the list. Enter your e-mail address Sign Up To change your newsletter settings, Log in

OUR FAVORITES LOOK BETTER LIVE BETTER KNOW BETTER Home Top 10 Video Galleries Fashion Grooming Health & Sports Dating & Sex Fine Living Power & Money Entertainment Celebs Cars

Top 99 Women Top 49 Men Top 29 Cities Great Male Survey AskMen Specials AskMen Books AskMen Lounge

ANYONE CAN BE CHOSEN POWER UP WITH BRISK GREEN TEA AND YOU COULD WIN. PLAY NOW CHECK OUT GREEN LANTERN EMERALD KNIGHTS ON BLU-RAY™ AND DVD 6-7-11

DAILY BRIEF 5 STORIES GUYS SHOULD KNOW TODAY 1 Bret Lockett To Finally Meet Kim Kardashian -- In Court (TMZ) 2 Fox Thinks Obama Is Inviting Hoodlums To The White "Hizzouse" (Media Matters) 3 It's (Kinda Sorta) Official: The iPhone 5 Is Coming In September (The Register) 4 Weird Operation Will Make UK Woman Her Own Mother (Telegraph) 5 Political Sex Scandal Survivors (The Daily Beast)

TODAY'S TOP VIDEOS VIRAL STAFF PICK DAILY BETTER MAN SEXY BREAK Are You Sure That's How You Pronounce It? 3 High-Speed Driving Tips Lindsay Ellingson's Hottest Commercial

ANYONE CAN BE CHOSEN POWER UP WITH BRISK GREEN TEA AND YOU COULD WIN. PLAY NOW CHECK OUT GREEN LANTERN EMERALD KNIGHTS ON BLU-RAY™ AND DVD 6-7-11

BETTER MAN BASICS 6 TIPS TO IMPROVE YOUR DAY IN 60 SECONDS TWITTER QUOTE FACT JOKE SEX TIP EXERCISE TIP Suggestion 677: The Hooters coupons are probably a mistake. Read more

ASK MANY POLLS What Would You Rather Have? A child None A dog Both Vote See Results Share

GFIT SERIES CYCLE RIDE #1 45-MINUTE MIX HOSTED BY CYCLING MASTER GREGG COOK. GET IT NOW

LATEST ARTICLES BECOMING A BETTER MAN STARTS HERE

DATING & SEX The Best Places To Meet Women Check out the bars where the most beautiful women in the world go to be seen - and get picked up. Are All Men Sex Addicts? Anthony Weiner has entered rehab to weather out his sex scandal. But if sexing is an addiction, does that mean we all have it?

DOC LOVE Doc Love EVERY THURSDAY She Has A Child

MEN'S FASHION Never Get A Sweat Stain Again Spare yourself embarrassment by taking control of excessive moisture. How To Dress Like a Frenchman This actor knew how to make a wrinkled, half-undone shirt look good. It's time we learned how to pull it off.

WATCH SNOB Watch Snob EVERY TUESDAY Watch Value

HEALTH & SPORTS Improve Your Mind With A Sandwich That's right. Enhancing your memory starts with what's between two slices of bread. Is Your Testosterone Running Low? Feeling tired and worn out? You might be going through male menopause.

CLARK Shannon Clark TOP 10 FITNESS EVERY TUESDAY Top 10: Sports That Get You Cut

POWER & MONEY Should You Invest In The Art Exchange? Think you can earn cash and cachet by dropping some dollars on the Art Exchange? Are You Choosing The Right Wine? Don't be intimidated by the wine list. Become an amateur sommelier with these 5 tips.

SINEK Simon Sinek EVERY WEDNESDAY Our Potential

TOP 10 Discover The Right Kind Of Protein Protein is crucial for muscle growth and development, but its origin is often suspect. 5 Awesome Graduation Speeches These words of wisdom made the class of 2011 want to change the world - and made us slack off from work to watch.

MCKEE Ryan McKee TOP 10 ENTERTAINMENT EVERY FRIDAY Top 10: Everyman Heroes

FINE LIVING Your Favorite Thing About Amsterdam... is about to change. The Ultimate Summer Drink Impress your friends with the foreign spirit that's about to blow up stateside.

CLARKE Nick Clarke TOP 10 TRAVEL EVERY OTHER MONDAY Top 10: Hotel Pool Parties

ENTERTAINMENT Why College Isn't Worth It This professor noticed that his students just weren't up to the task. Why You Can't Pull A Mark Cuban Mark Cuban's S-bomb on ESPN made him seem like a teenage boy, not a high-powered team owner.

SIMPONPILLAI Radheyan Simonpillai MOVIE REVIEWS Super 8

WOMEN YOU SHOULD KNOW FHM's Lingerie-Obsessed Cover Girl FHM's Kim Kardashian. Your Hipster Crush (We Approve) T'm really good at World of Warcraft. Like, crazy good.

SOFIA VERGARA VANESSA PARADIS

MEN YOU SHOULD KNOW Shaq Hangs Up His Hat His reign may be over - but it'll go down in history. Will Smith vs. The Wire Will Smith is a competing with a star of The Wire for a choice role in a Tarantino film.

STYLE ICON Talib Kweli: Style Icon STYLE ICON Maxwell: Style Icon STYLE ICON Timie Tepoch: Style Icon STYLE ICON Nat King Cole: Style Icon

HIGHLY RECOMMENDED Cone-ing Video Is College Worth It? Do Fathers Really Ruin Their Daughters? The Best Of Weiner's Erotic Texts Top 10: Douchebag Gadgets

SPECIAL FEATURES Do Father's Day in 30 Seconds. GET READY TO SHOW YOUR ABS. SUMMER WORKOUT GUIDE Fitness Essentials GREAT MALE SURVEY 2010 EDITION GMS 2010

ASKMEN FRIENDS Gold Silver Bronze Submit a URL WhosDatedWho CollegeHumor Funny Videos TheFrisky SPEEDtv WWTD Bullz-Eye

About AskMen Advertising Content Licensing Press Releases Job Openings Contact Us Site Map Daily Feed

AskMen Books + Members Newsletter - Signup Doc Love's System The Guys Guide To Romance The Style Bible From The Bar To The Bedroom Player's Guide Virtual Trainer

IGN Entertainment About Us Advertise Contact Us Press Careers IGN GameSpy Comrade Arena FilePlanet Direct2Drive GameSpy Technology TeamXbox Game Sites VE3D CheatsCodesGuides GameStats GamerMetrics AskMen.com GIGA DE What They Play Battlefield Heroes



# Como Fazer

as Coisas

[Cadastre-se](#) ou [faça login](#) e compartilhe todo o seu conhecimento aqui.

Você está aqui: [Início](#)

## categorias

- [Artesanato e Arte](#)
- [Beleza e Saúde](#)
- [Carros, Motos e Outros](#)
- [Casa, Móveis e Decoração](#)
- [Celulares e Portáteis](#)
- [Comidas e Bebidas](#)
- [Eletrodomésticos e Eletrônicos](#)
- [Entretenimento, Hobbies e Lazer](#)
- [Esportes e Fitness](#)
- [Festas, Celebrações e Férias](#)
- [Games, Jogos e Vídeo Games](#)
- [Informática e Computadores](#)
- [Roupas, Moda e Estilo](#)
- [Testes e Avaliações](#)

## Ads by Google

- [Artesanato](#)
- [Artesanato Madeira MDF](#)
- [Bordado Fita](#)
- [Fuxico](#)

## Como Fazer as Coisas



### Como emagrecer e acabar com as celulites no Photoshop.

Quer emagrecer rapidinho? perder vários quilos em alguns minutos? então esqueça as dietas, academias e exercícios, o negócio é o Photoshop. Saiba como alterar suas fotos para que você pareça muitos quilos mais magra ou magro.

por Jota às 11:06 de 26/05/2011 em Photoshop



### Como aproveitar o máximo de espaço em casas ou apartamentos pequenos

Veja a criatividade dessas pessoas que conseguem morar em apartamentos muito pequenos e com muito conforto.

por Paty às 22:33 de 12/05/2011 em Aproveitamento de Espaço



### Como fazer uma lembrancinha para o dia das mães - um chaveirinho de boneca de eva

Aprenda a fazer uma lembrancinha para o dia das mães, muito bonita e que ela vai poder levar para todos os lugares, um chaveirinho de boneca de eva.

por paty às 07:02 de 03/05/2011 em Bonecas de E.V.A



### Como fazer uma linda rosa de fita para o dia das mães

Aprenda passo a passo a fazer uma linda rosa de fita para presentear no dia das mães ou em datas especiais. Uma lembrancinha inesquecível.

por Paty às 19:39 de 27/04/2011 em Flores de Tecido e de Fita



### Como fazer um chaveirinho de rostinho de boneca de EVA

Aprenda, passo a passo, a fazer um lindo chaveirinho com um rostinho de boneca de E.V.A, que pode ser usado como enfeite de bolsas e mochilas e como lembrancinha.

por paty às 10:41 de 24/04/2011 em Bonecas de E.V.A



### Como são fabricadas as mais belas velas decorativas

Conheça o processo de fabricação artesanal de belíssimas velas decorativas, com várias camadas e cores.

por paty às 13:02 de 23/04/2011 em Velas Decorativas



### Como fazer uma lembrancinha de páscoa de E.V.A com coelho e cestinha

Aprenda a fazer uma lembrancinha de páscoa fácil, barata e muito bonita, que pode ser recheada com bombons, balas ou chocolate.

por paty às 05:13 de 12/04/2011 em Cestas de E.V.A



### Como fazer uma cestinha de E.V.A para lembrancinhas

Aprenda a fazer uma cestinha de E.V.A para ser usada em lembrancinhas ou enfeites para ocasiões especiais.

por paty às 21:57 de 09/04/2011 em Cestas de E.V.A



### Como fazer um lindo coelho da páscoa de E.V.A

Aprenda detalhadamente como fazer um lindo coelho da páscoa de E.V.A que pode ser usado como enfeite, lembrancinha ou parte de um arranjo de páscoa.

por paty às 23:12 de 29/03/2011 em Bichos de E.V.A



### Como fazer um ovo de páscoa caseiro

Veja o passo a passo bem detalhado de como fazer um ovo de páscoa caseiro, recheá-lo e embrulhá-lo.

por paty às 20:39 de 27/03/2011 em Chocolates



### Como fazer uma linda flor ou rosa de e.v.a para presentear no dia das mães, dia dos namorados...

Veja o passo a passo detalhado de como fazer uma linda flor ou rosa de de e.v.a super fácil e barato de fazer e um ótimo presente para o dia das mães, dia dos namorados e outras datas especiais.

por Paty às 21:05 de 26/03/2011 em Flores de E.V.A



### Aparelho para limpar sujeiras pastosas, tecnologia japonesa de ponta. Muito interessante!!

Sabe aquelas sujeiras pastosas como maionese, catchup que caem na mesa ou no sofá, pois é esse aparelho é capaz de limpar isso tudo de uma forma bem interessante. Veja como!

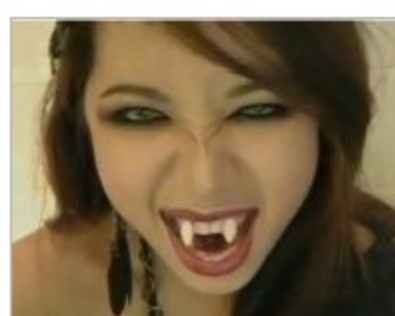
por Paty às 01:04 de 25/03/2011 em Curiosidade



### Flor de Fuxico Artesanal Almofadada e Perfumada

Veja como fazer uma linda flor de fuxico almofadada e perfumada que pode ser usada para enfeitar, presentear em datas especiais, ou para ganhar um dinheiro extra.

por Paty às 21:13 de 17/04/2010 em Flores de Tecido e de Fita



### Maquiagem de Vampira - Como Fazer

Vídeo passo a passo ensinando a fazer uma maquiagem que vai te deixar com um look de vampira. Bem interessante, entre e confira!

por Paty às 14:04 de 17/04/2010 em Maquiagem



### Crossover Behringer DCX 2496 Ultra Drive Pro - Primeiras Impressões

Veja esta pequena avaliação com as primeiras impressões "unboxing" do crossover Behringer DCX 2496 Ultra Drive Pro.

por Jota às 01:59 de 11/04/2010 em Audio e Vídeo

## Top 10 Como Fazer

- [1. Como fazer uma flor de fuxico de tecido com as pétalas arredondadas](#)
- [2. Como fazer uma florzinha de fita de cetim](#)
- [3. Como fazer uma cestinha de qarrafa pet](#)
- [4. Flor de Fuxico Artesanal Almofadada e Perfumada](#)
- [5. Como fazer um coelhinho da páscoa de E.V.A e rolinho de papel](#)
- [6. Como fazer uma boneca de fuxico de tecido e chaveiro](#)
- [7. Como fazer tinta para pneu, o pretinho brilhante](#)
- [8. Como é feita a bola oficial da copa do mundo de 2010, a Jabulani](#)
- [9. Como fazer uma cestinha com coelho da páscoa](#)
- [10. Como polir e deixar brilhando sua aliança ou anel de ouro ou prata](#)

<<Primeira <Anterior 1 2 3 4 5 6 Próxima> Última>>

## Facebook

Encontre-nos no Facebook [facebook](#)

Como Fazer as Coisas

Curtir

98 pessoas curtiram Como Fazer as Coisas.



## Orkut

ComoFazerAsCoisas no

orkut

## Twitter

Como Fazer as Coisas

Siga-nos no twitter

## Amigos

Participar deste site

Google Friend Connect

Membros (378) Mais >



Já é um membro? [Fazer login](#)

## Feed Como Fazer as Coisas

Assine nosso feed

## Nuvem de Tags

- Nokia Nokia 5800 Páscoa Sistemas Operacionais Symbian artesanato artesanato flor artesanato rosa carros casamento celulares como fazer como se faz cosméticos dia da mães dia das mulheres dia dos namorados eva flor flor artesanal flores flores artesanais florzinha fuxico lembrancinha rosa rosa artesanal rosas rosas artesanais trabalhos manuais

Home repair projects and how-to articles

**how-to topics**

- AC, Heating & Ventilation
- Automotive Repair
- Crafts & Recreation
- Decorating
- Electrical & Lighting
- Exterior Home Improvement
- Gardening & Patio
- Hardware & Tools
- Household & Cleaning
- Interior Home Improvement
- Painting
- Plumbing
- Interactive Room Designer



[Kitchen Organization](#) [Gardening Trends](#) [Deck Planning](#) [Moen](#)

Ads by Google

**4 Quartos - Duet Klabin**

198m2 - 4 Quartos, 2 Suites e Double Terrace. Acesso e Conheça!  
[www.duetklabin.com.br](http://www.duetklabin.com.br)

**Rubaroc Rubber Surfacing**

Save your old pool deck or patio with rubber safety surfacing.  
[www.rubaroc.com](http://www.rubaroc.com)

**Pond Aeration Fountains**

Increase Oxygen and SAVE Made in USA  
[www.thepowerhouseinc.com](http://www.thepowerhouseinc.com)

**standdesignBünting**

The qualified constructor for your fair presence.  
[www.standdesignbuenting.de](http://www.standdesignbuenting.de)

**Membrane Contactors**

Liqui-Cel® Membrane Contactors Liquid Degassing Solutions  
[www.liqui-cel.com](http://www.liqui-cel.com)

**community forums**

Featuring over **100 topics** of interest to DoItYourselfers.

**Preferred Partners:**  
[RenovationExperts.com](http://RenovationExperts.com)



**Building a Water Feature**

Create your own backyard oasis by installing a pond or waterfall. Installing water features like these takes time, effort, and detailed planning. We'll walk you through the project from conception to completion. [Get started here.](#)

**Interior Home Improvement & Remodeling**

- Doors
- Windows
- Walls
- Kitchens
- Home Repair
- Energy Efficient Homes
- Ceilings
- Building & Remodeling
- Bathrooms
- Basements
- Attics
- Flooring

**Electrical & Electronics**

- Wiring Projects
- Home Lighting
- Home Electronics & Automation

**Green Home & Green Living**

- Green Living
- Green Home
- Environmental Protection
- Eco-friendly Autos

**Plumbing, Heating, Air Conditioning & Ventilating**

- Plumbing
- Heating
- Bathroom Repair & Installation
- Air Conditioning & Ventilating

**Hardware, Tools & Woodworking**

- Woodworking Projects
- Tools for Handy Women
- Power Tools
- Lock & Security Hardware
- Workshop Planning
- Hand Tools & Carpentry Tools
- Fastener & Nail Hardware

**Lifestyle, Crafts & Recreation**

- Cooking
- Weddings
- Your Health
- Travel
- Sports
- Shopping
- Senior Living
- Recipes
- Nutrition & Weight Loss
- Home Canning & Preserving
- Family
- Employment
- Education
- Crafts & Hobbies
- Holidays & Celebrations

**Exterior Home Improvement**

- Pools, Spas, Hot Tubs & Saunas
- Sunrooms & Outdoor Storage
- Roofing
- Driveways & Sidewalks
- Lumber & Siding
- Gutters & Drainage
- Garages
- Decks
- Chimneys
- Building Materials

**Decorating & Painting**

- Window Treatments
- Wallpaper
- Interior Painting
- Exterior Painting
- Decorate with Color
- Painting Tips & Tools
- Home Accents
- Designers & Ideas
- Design by Room
- Furnishings
- Decorating for Kids

**Gardening & Outdoor**

- Landscaping
- Trees & Shrubs
- Lawn Care
- Planning a Garden
- Outdoor Pest Control
- Garden Maintenance
- Fruits, Vegetables & Herbs
- Flowers & Ornamental Plants
- Fertilizer, Compost & Soil
- Water Garden Features
- Greenhouses
- Fences
- Utilizing Outdoor Space

**Cars, Trucks & Boats**

- RVs & ATVs
- Motorcycles
- Boating & Sailing
- Auto Safety
- Auto Repair
- Auto Maintenance & Care
- Auto Buying & Selling

**Household & Cleaning**

- Pets
- Organizing Your Home
- Natural Disasters
- Indoor Pest Control
- Indoor Hazards
- Cleaning & Stain Removal

**Special Home Improvement Features**

- Norma Vally
- Kathy Peterson Inspired Projects

**Articles We Like**

[How to Maintain the Proper Humidity Levels in Your Home](#)

By Darcy Logan It is important to maintain the proper humidity levels in your home and workplace. Indoor humidity levels should be between 30 to 50 percent with the ideal level ... [more »](#)

More Articles About: [Home Moisture & Humidity Control](#)

- [How to Frame a Door](#)
- [Auto Q & A - Your Auto's Heating and Cooling](#)
- [How to Prevent Springtime Allergies Indoors](#)

Ads by Google

**Rubaroc Rubber Surfacing**

Save your old pool deck or patio with rubber safety surfacing.  
[www.rubaroc.com](http://www.rubaroc.com)

**Pond Aeration Fountains**

Increase Oxygen and SAVE Made in USA  
[www.thepowerhouseinc.com](http://www.thepowerhouseinc.com)

**Sign up for our FREE newsletter!**

**DoItYourself.com**  
no Facebook  
 3,552  on Twitter

**Did It Myself! Project**



**From Weed/grass To Stone**

updated by [chitown](#)  
June 13, 2011

[previous](#) | [next](#)

**Top Searches of the Day**

bathroom tile replacing subfloor bearing replacment on a 1990 toyota corolla brick walls how to paint a popcorn ceiling generator shallow well pump 120 build fountains frony yard

**Question of the Day**

**Q.** No matter how high a heat setting I use on my dryer, it takes 20-50 minute cycles to dry, even the smallest amount of clothes. Any ideas why my clothes do not dry at normal settings?

[Read Answer](#)

More Q&A's on [Interior and Exterior Home Improvement, Decorating, Cleaning, Automotive, Electrical, Gardening, Hardware, Daily Living, Real Estate, Plumbing, Heating, and Air](#)

**Tips and Tricks**

**Surge Suppressors Vary**

Point-of-use surge suppressors vary in reliability and cost. Outlet strips with circuit breakers offer no surge protection at all. Inexpensive surge suppressors offer some protection and may even include connected-equipment insurance. More reliable units offer connected-equipment guarantees in the \$10,000-\$25,000 range.

Home / Lifestyle, Crafts & Recreation

## Cooking

### featured how-to's



#### A Wine Refrigeration Guide

When people think of wine refrigeration, they sometimes get confused as to when and how they should go ...



[How to Stock Up Right on Kitchen Utensils >](#)



[Easy Techniques for Using a Boning Knife >](#)



[Knife Sharpening Tools to Have in Your Kitchen >](#)



[Getting Acquainted with the Knives in Your Knife Block Set >](#)

### Cooking



[Cooking Supplies >](#)

### cooking supplies



#### Knife Sharpening Tools to Have in Your Kitchen >

You need a few kitchen sharpening tools to keep your utensils and equipment working properly. Dull blades...

[Easy Techniques for Using a Boning Knife](#)

[How to Stock Up Right on Kitchen Utensils](#)

[Getting Acquainted with the Knives in Your Knife Block Set](#)

[More Cooking Supplies >](#)

### most recent

#### Deep Frying Tips for Delicious Results Every Time >

Deep frying is routinely scrutinized for not exactly being the healthiest cooking method available, but...

[How To Care For Utensils](#)

[Scissor Sharpening Made Easy](#)

[Using a Paring Knife Properly](#)

[More Recent >](#)

follow us



Quer pagar menos pelo mesmo hotel?



hotéis **decolar.com**  
O MELHOR PREÇO PARA SEU HOTEL

### related products



Jarrow 100% Organic Coconut Oil, Expeller Pressed, Ideal for Cooking, 16 oz. \$ 6.45



Maytag Gemini MET8665XW Electric Range - Freestanding - 30" Wide - 2 Oven(s) - \$ 957.00



Maytag MGR7775WW Gas Range - Freestanding - 30" Wide - 1 Oven(s) - 4 Cooking \$ 739.00

do it yourself PRESENTS a NEW **THE HOME DEPOT** design center

### need project help?

Type of job:

Select

ZIP:



### newsletter sign-up

Email address:

### featured video



[Planting Seeds Outdoors](#)

[NEXT >](#)

### did it myself



[Up and Moved](#)

by theat, February 13, 2012

[NEXT >](#)

### forum activity

#### Boilers - Home Heating Steam and Hot Water Systems

Getting the best of both a night setback and ODR?

by TBurr, 02-28-12 at 07:40 AM

[NEXT >](#)



**Rachael Ray & Buddies on eHow Food**

**52,000**

More than 52,000 career professionals learned how to write an executive summary this past month.



**MINUTES DON'T MATTER**  
**UNLIMITED CALLING TO MEXICO**

TRY LINGO TODAY  
**No Annual Contract!**  
**1<sup>ST</sup> MONTH FREE!**  
(Fees + Taxes Apply)

**LEARN MORE ▶**

**home**

**Fresh Ideas: Bok Choy**

Udon soup with bok choy is a simple dish that only takes about 15 minutes. Learn how to grow bok...

[Easy Decorating for Your Deck](#)

[Choose the Perfect Grill](#)

[Summer Garden Ideas](#)

[10 Tips to Conserve Water](#)

**family**

**From Job Charts to First Jobs: Teaching Kids Responsibility**

Ashley warily eyed the control panel on the washing machine. She suspected that one false move might break the machine,...

[Parenting Methods That Work](#)

[Involve Kids With Pet Care](#)

[Talk to Your Teen About Dating](#)

**▶ Cooking with Your Kids**

[More in Family ▶](#)

**style**

**Tips for the Best Faux Glow**

Preserve your skin's radiance with a sunless tan. Avoid sun exposure with our streak-free guide.

[The Cardi-Man](#)

[Bathing Suits for Your Body Type](#)

[Embrace Lace, Crochet & Macrame](#)

**Beauty Guide**

Ready to rock a **summer bob**, but need a **new stylist**? Get recommendations from friends and ask for a consultation.

[More in Style ▶](#)

**money**

**How to Live Thrifty**

In times of economic downturn, many people start to look for ways to reduce their household budget and save extra...

[Online Banking Made Easy](#)

[Looking for a Trustworthy Charity?](#)

[Career Goals for Your Future](#)

[Prove You're Smarter](#)

[More in Money ▶](#)

**Today's Top How To**

**How to Keep Hair Healthy in the Summer**

The combination of chlorine and sun, as well as heat, humidity and salt, can wreak havoc on your hair. The...

[How to Make Sandals More Comfortable](#)

[How to Design Edible Landscaping](#)

[How to Diet & Exercise with Obesity](#)

[How to Style Floral Dresses to Look Retro](#)

**health**

**Prepare for Your Dermatology Appointment**

Dermatologists (doctors who treat diseases of the nails, hair and skin) see patients for conditions ranging from persistent nail fungus...

[How is Lack of Exercise Related to Heart Disease?](#)

[Beat a Nicotine Addiction](#)

[Create a Consistent Exercise Routine](#)

**▶ Foods With Natural Folic Acid**

[More in Health ▶](#)

**food**

**Crazy for Kebabs**

Eco-friendly cookbook author and caterer Louisa Shafia demonstrates a recipe for marinated chicken kebobs inspired by her own Persian heritage....

**▶ Want to Be a Wine Snob? Tasting Tips**

**▶ Steak Decoded: Rare to Well-Done**

**▶ Must-Have Bar Gadgets**

**▶ Hassle-Free Hosting**

[More in Food ▶](#)

follow us

**get your daily fix**

Find inspiring advice in the eHow of the Day newsletter

**Subscribe Now**

Recent Activity **facebook**

- Edible Nation Contestant Submission**  
160 people shared this.
- How to Reduce Facial Lines**  
47 people shared this.
- How to Challenge Vegan/ Vegetarian Stereotypes**  
102 people shared this.
- Rachael Ray Buddies on eHow Food**  
172 people shared this.
- How to Decrease Your Spouse's Spending**  
42 people shared this.

Facebook social plugin

**Browse How Tos**

[Arts & Crafts](#)

[Arts & Entertainment](#)

[Beauty & Personal Care](#)

[Business](#)

[Car Repair & Maintenance](#)

[Careers](#)

[Cars](#)

[Computer Software](#)

[Computers](#)

[Culture & Society](#)

[Diseases & Conditions](#)

[Drugs & Supplements](#)

[Education](#)

[Electronics](#)

[Family Health](#)

[Fashion & Style](#)

[Fitness](#)

[Food & Drink](#)

[Healthcare](#)

[Healthy Living](#)

[Hobbies & Science](#)

[Holidays & Celebrations](#)

[Home Building & Remodeling](#)

[Home Design & Decorating](#)

[Home Maintenance & Repair](#)

[Home Safety & Household Tips](#)

[Housekeeping](#)

[Internet](#)

[Job Search & Employment](#)

[Lawn & Garden](#)

[Legal](#)

[Mental Health](#)

[Music](#)

[Parenting](#)

[Personal Finance](#)

[Pets & Animals](#)

[Plant Care](#)

[Plants](#)

[Real Estate & Investment](#)

[Recipes](#)

[Recreational Activities](#)

[Relationships & Family](#)

[Sports](#)

[Toys & Games](#)

[US Travel](#)

[Vacations & Travel Planning](#)

[Weddings & Parties](#)

[Weight Management & Body Image](#)

Sell and buy videos



- A video is worth a thousand words
- Publish your videos, and extend your rich across the web
- Sell your videos, and earn money of your unique expertise and content
- Post video classifieds
- Build and promote brand across the web
- The use of this website is governed by the website [Terms of Use](#)

11:32:27

Tweet 23

Powered by PayPal

Ask question and get help from people who know the answer

Upload video now

Sell your video now

RSS feed Subscribe

Bookmark Us

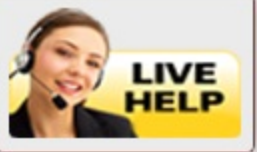
Recommend helpfulvideo to friend

Sign our guest book

Type word(s) and click the link back here for RSS feed  
 Subscribe. Type word(s) and click back here for video Subscription

Type here word(s) or video ID# number(s) divided by space and click search

search



show categories

Learn How to Play Chess comments:0	Chess Mentor comments:0	Resorts II.6 comments:0	Network Funding LP - Houston Mortgage and Home Loans - Houston Mortgage comments:0	St. Lucia Weather 5 comments:0	Introduction to Social for Mac comments:0
Resorts II.5 comments:0	RealD Inc. (NYSE:RLD) 4Q and Fiscal Year 2011 Financial Results comments:0	How to Create a System Image in Windows 7 comments:0	National Health Partners (NHPR) Two New Marketing Campaigns for Its CARExpress comments:0	Criminal Lawyer comments:0	Centennial College's Mechanical Engineering Technology Program comments:0
web hosting India comments:0	Riverside Auto Accident Lawyer comments:0	Auto Accident Lawyer comments:0	Phoenix Rent to Own - 14428 N 33rd Pl Phoenix AZ, 85032 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Glendale Rent To Own - 5534 W Sunnyslope Lane Glendale, AZ 85302 - Lease Option For Sale Home comments:0	Phoenix Rent To Own Lease Option Homes For Sale - 4048 W Townley Avenue Phoenix, AZ 85051 comments:0
Phoenix Rent To Own - 4156 W Camino Acequia Road Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Phoenix Rent To Own - 4101 W Morten Avenue Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Phoenix Rent To Own - 3828 W Mercer Lane Phoenix, AZ 85029 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Phoenix Rent To Own - 4007 W Lane Avenue Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Glendale Rent To Own - 7790 W Myrtle Avenue Glendale, AZ 85303 - Lease Option Homes For Sale comments:0	The Buzz - Car Insurance Quote Comparison comments:0

will expire after one month fr

maquinas tragamonedas gratis comments:0	Phoenix Rent To Own - 4238 W Camino Acequia Phoenix, AZ 85051 - Lease Option For Sale Home comments:0	Glendale Rent To Own - 8346 N 55th Avenue Glendale, AZ 85302 - Lease Option For Sale Home comments:0	Phoenix Rent To Own - 9001 W Campbell Avenue Phoenix, AZ 85037 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Phoenix Rent To Own - 3801 W Barnes Lane Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Phoenix Rent To Own - 3831 W Griswold Road Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0
Glendale Rent To Own - 4314 W El Camino Drive Glendale, AZ 85302 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Glendale Rent To Own - 8714 N 53rd Avenue Glendale, AZ 85302 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Glendale Rent To Own - 4861 W North Lane Glendale, AZ 85302 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Peoria Rent To Own - 7926 W Greer Peoria, AZ 85345 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Phoenix Rent To Own - 3312 W Malapai Drive Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0	Phoenix Rent To Own Homes - 3858 W Malapai Drive Phoenix, AZ 85051 - Lease Option Homes For Sale comments:0

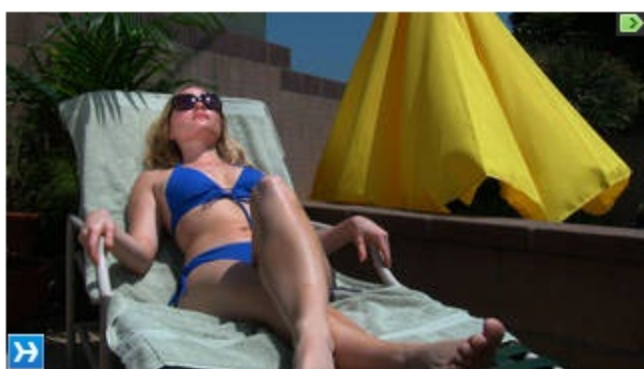
Refresh!



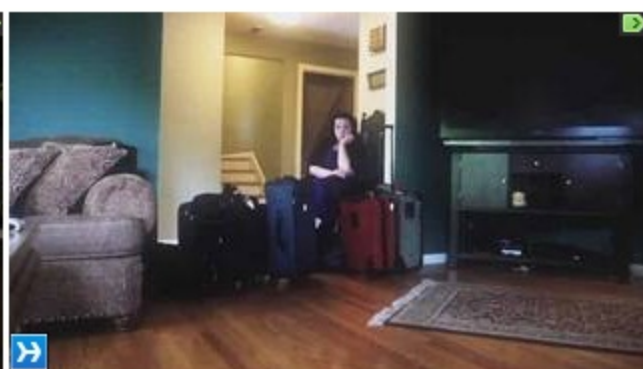
Quick Tips: How To Make a Haircut Last Longer | How to Dougie | How to Do Basic Heavy Bag Drills | How to Use A

How-To Videos

More videos...



How To Choose a Sunscreen  
Skin Care from TreehouseFlicks



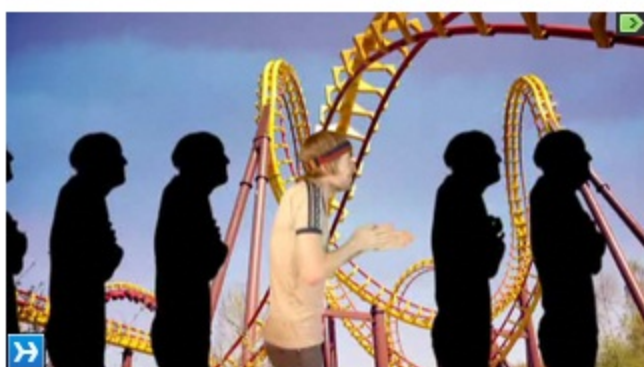
How to Avoid Airline Baggage Fees  
Travel Preparations & Packing from DimitriL



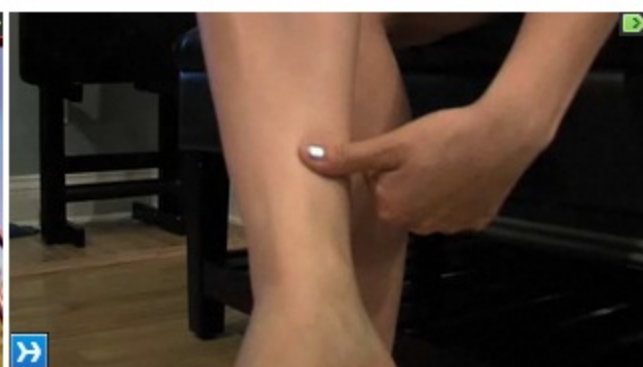
How To Make a Bahama Mama  
Mixed Drinks from rsansivero



How To Build a Cool Sand Castle  
Outdoor Activities from Dynamic



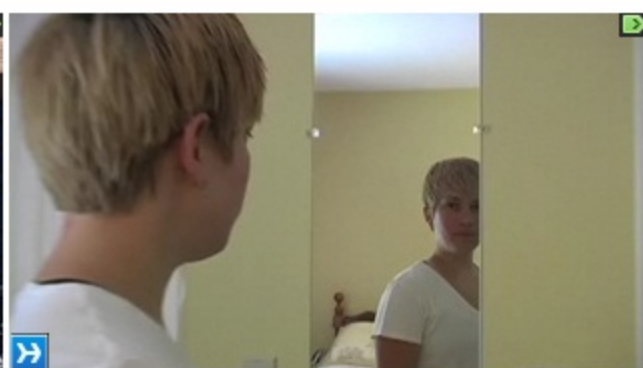
How To Plan a Roller Coaster Vacation  
Travel Destinations from Phantasmic



How To Relieve Menstrual Cramps With Acupressure  
Acupressure & Acupuncture from sen1710



How To Have Summer Fun  
Vacations from CinemaSlam



How To Improve Your Posture  
Back Pain from theprohouse

More videos...

Playlists

Create your own playlist...

Easy As ABC!

Teach your tot the basics of reading with the help of our expert Anne Glass!



Playlist: 13 videos

Happy Camper!

Learn how to be one with nature – or just make a really good s'more. Our camping guide has everything you need to have fun and stay safe in the great outdoors.



Playlist: 20 videos

IMPROVE YOUR BRAIN

Full brain workout for better brain health



lumosity

Play Now

Featured Members



HandmadeTV  
We're a small production company in southern CT that is obsessed with food....



Ryan Clare  
Emerging Filmmaker  
Vertical Studios is a multimedia production company in Durham North Carolina. At the...

What's New

More...



Howcast for HP ePrint

Howcast's how-to content is now available through an exclusive print app on HP e-All-in-One Photosmart Printers. [Learn more.](#)



Howcast for NOOKColor

Turn a page: Howcast is one of the partners to develop an app for the new device. [Read more.](#)



Howcast for iPhone v2.0

Introducing video recommendations customized for users' likes and interests. Think of it as Howcast.com, personalized for you. [Learn more.](#)



Howcast for iPad: Now Sharing-Friendly!

Now you can share your favorite videos via Twitter in addition to e-mail. [Read more.](#)

Mobile

Blog

Follow Us

Become a Fan

Widgets

Podcasts

RSS

Howcast

- About Us
- Team
- Solutions
- Distribution
- Press
- Jobs
- Internships
- Advertise
- Contact

Site

- HD
- Help
- Terms of Service
- Privacy
- Copyright Notice

Filmmakers

Create videos

Experts

Share your expertise

Your Video on Howcast

Share your how-to videos  
Easy Steps

Developers

Howcast API

No Camera? No problem.

Write a quick text guide to share recipes, instructions — anything you can type up.

Howcast On Your Site

Choose, customize and integrate the perfect [widget](#) for your site or blog.

Howcast Partner Solutions

Let Howcast supercharge your online video strategy with targeted, easy to implement video solutions for content providers, site publishers, and marketers.

[Learn More...](#)

Cool Sites

- Associated Content
- Sports Drills on Weplay
- Tinkernut
- The Chef's Kitchen
- Openfilm



Categories

- ▶ Auto & Mechanical
- ▶ Beauty & Fashion
- ▶ Careers & Education
- ▶ Electronics & Gadgets
- ▶ Food & Drink
- ▶ Games & Gaming
- ▶ Health & Fitness
- ▶ Hobbies & Crafts
- ▶ Holidays & Seasonal
- ▶ Home & Garden
- ▶ Love & Relationships
- ▶ Music & Dance
- ▶ Other
- ▶ Parenting
- ▶ Personal Finance
- ▶ Pets
- ▶ Safety
- ▶ Sports & Leisure
- ▶ Travel

FEATURED HOW TO VIDEOS

Buy Precious Metals







**Gold and Silver Buying**

In this video series, learn the basics of buying gold and silver to diversify your portfolio.










[SEE the video >](#)



FEATURED VIDEOS

 <p><b>Basic Fire Safety</b></p>	 <p><b>How to Cut and Peel a Watermelon</b></p>
 <p><b>Gold and Silver Buying</b></p>	 <p><b>How to Make Wine</b></p>

- Recommended | Most Viewed | Newest | Hot Now

 <p><b>June Gardening Tips</b></p>	 <p><b>Choosing a Swim Skirt</b></p>	 <p><b>How to Mow Your Lawn</b></p>
 <p><b>Honey Recipes</b></p>	 <p><b>Understanding and Living with Hair Loss</b></p>	 <p><b>What is Arthritis?</b></p>
 <p><b>Smoothing Service Basics</b></p>	 <p><b>Physiological Musical Benefits</b></p>	 <p><b>How to Become a Professional Coach</b></p>
 <p><b>Soy Foods</b></p>	 <p><b>Salad Recipes - Portabella and Basil Salad</b></p>	 <p><b>Infant Safety in the Home</b></p>

**IMPROVE YOUR BRAIN**

Full brain workout for better brain health



[▶ Play Now](#)

Expert Spotlight



[Michael Weiss](#)

Michael is a Three-time U.S. Men's Champion, Two-time World Bronze...[More >](#)



[Sherry Tyra](#)

Sherry Tyra, owner of C.H.I.C., is the Assistant Designer on HGTV's...[More >](#)



[Edelman Financial](#)

Acclaimed Financial Advisor Barron's has seven times...[More >](#)

[Best Mba School](#) Study in the USA. Scholarship opportunities. [www.hult.edu](http://www.hult.edu)  
[Global Emerging MBA](#) MBA in China, India & Russia The 21st Century Global Leaders MBA [www.eseune.edu](http://www.eseune.edu)  
[Interactive MBA Online](#) 9 Specialisations, Expert Tutors, HD Video Lectures, 24/7 Access [StudyInterActive.org/Online-MBA](http://StudyInterActive.org/Online-MBA)

AdChoices

Get from Knowing to Doing in no time!

Sign up for our Newsletter:    
 Español  English

Videos Resources Our Blog Community Store

English > Video Categories

Video Categories

- Careers and Jobs
- Citizenship
- College Education
- Computers & Internet
- Health
- Parenting
- Personal Finance
- Secrets of Success

Video Categories

Welcome to Saber Hacer! Here you'll find trustworthy, how-to and educational videos for Latinos in both English and Spanish. Saber Hacer experts share their "know how" and guidance specifically for Hispanics on topics like Careers and Jobs, College Education, Personal Finance, Parenting and Family, Health, Citizenship, Computers and Internet. We're growing so keep coming back to see new videos.

Featured Videos



**Bilingual and looking for work**

Being bilingual is a big asset. The booming Latino population...



**Home Buying - Insurance Basics**

Your house is probably your biggest financial investment - so...



**When is "one more" drink too many?**

More and more Latinos are suffering from alcoholism. It is a...



**Diabetes and your Dinner Plate**

Experts say almost fifty percent of Latinos will have diabetes....

1 2 3 4 5 6 7 8 9 ... next > last >

Video Categories

**Careers and Jobs**



Get expert guidance in these Career and Job related videos

**Citizenship**



Get expert guidance about the US citizenship process in these videos

**College Education**



College education videos to help you get to college and be successful

**Computers & Internet**



Learn Internet secrets and computer skills in these videos

**Health**



Get expert advice on health matters for Latinos in these health videos

**Parenting**



Experts give tips and advice for Latino families in parenting videos

**Personal Finance**



Personal Finance videos to help you manage your money and finances

**Secrets of Success**



Successful Hispanics share their secrets of success in these videos

At Saber Hacer, you can count on us to provide you trustworthy, how to, and educational videos that are relevant to you and your family. And we want you to share the guidance information with your family and friends which is why you'll find our videos in both English and Spanish. If you would like to suggest topics you want to learn more about, please feel free to [contact us](#). We'd love to hear from you.

Already a member? Sign in!

Username: \*   
 Password: \*

Not a member? Sign up today!  
 Registration is fast, easy, and free!

Latest Tip

Be sure to add your language skills and understanding of cultural issues to your resume. Being bilingual and bi-cultural (understanding the American and Latino cultures) are strong assets in today's marketplace.

**Brasil Private Equity**

Fórum para Limited Partner e Investidores [www.latinmarkets.org](http://www.latinmarkets.org)

**Education abroad**

Complete your education abroad at a top university in Switzerland. [unisq.ch/Masters\\_Programs\\_Europe](http://unisq.ch/Masters_Programs_Europe)

**Investment Banking Course**

LBO Financial Modeling & Valuation Weekend Training in Sao Paulo [www.qbankingtraining.com](http://www.qbankingtraining.com)

AdChoices



Follow SaberHacer.com on Facebook!

Latest Resources

- College Information
- Financial Aid & Student Loan Basics
- College Entrance Exams
- Preparing for College
- Scholarships for Latinos

More...

Latest FAQs

- Where can I find my local USCIS office?
- How can I find out the status of my naturalization application?
- What happens if I can't make the interview appointment I'm provided?
- When does my time as a Permanent Resident begin?
- How do I become a naturalized citizen?

More...

Welcome to Videojug! With over 60,000 free, professionally-produced 'how to' videos and guides, we provide expert solutions & step-by-step advice on getting good at life.



## Explore Channels

BEAUTY & STYLE	CREATIVE & CULTURE
FAMILY & EDUCATION	FOOD & DRINK
HEALTH & WELLBEING	LIFESTYLE & HOME
LOVE & DATING	MONEY & CAREERS
SPORTS & OUTDOORS	TECHNOLOGY & CARS

**BEHIND THE SCENES**  
Check out the new blog [HERE](#)



## What's Going On Today?

### Spotlight

- How To Be The Best Dad In The Galaxy**  
Views 107,843  
Topic Behaviour & Communication
- How To Avoid E. Coli Poisoning At Home**  
Views 4,824  
Topic Cooking Tips & Techniques
- How To Prune Tomatoes**  
Views 91,563  
Topic Pruning

[More like this](#)

### Latest Videos

- How To Choose The Best Food For Cats**  
Views 17  
Topic Cat Care
- How To Live With A Neurotic Cat**  
Views 17  
Topic Cat Behaviour & Training
- How To Stop Cats From Urinating In The House**  
Views 27  
Topic Cat Behaviour & Training
- How To Prepare Quinoa**  
Views 22  
Topic Vegetable

## People Are Getting Good At

- Arm & Shoulder Workouts
- BMXing
- Bullying
- Cartoon Drawing
- Clothing Stains
- Computer Basics
- Cricket
- Freestyle Football
- Italian
- Manicures
- Personal Hygiene
- Routine Maintenance For Cars
- Tanning
- Top Tips For Dieting
- Tricks Of The Greats

[All Topics](#)

## People Are Watching

- Elementary-Age Learning**  
Views 4,168  
Topic Psychology Of Learning
- How To Improve Your Classical Seat In Horse Riding**  
Views 69,255  
Topic Horse Riding
- Parkour: Diving Kong**  
Views 9,418  
Topic Parkour

[More Videos & Articles](#)

## People Are Asking

- How Do I Help MYSELF To Emotionally Cope With My Husbands Crack Addiction During His Recovery And Relapses?**  
From: forbetterorforworse | Be the first to answer!
- My Last Cystoscopy Showed A Red Patch, Usually It Is A Raised 'lump' When Cancer Has Returned. So What Is The 'red Patch'?**  
From: Jtowngirl | Be the first to answer!
- What Happened To The Ability To Download For Use On Mobile Devices?**  
From: dsugden | 2 replies | Latest 22 hours ago
- Does This Jewelry Come In A Tiffany's Box ?**  
From: hleenoessler | Be the first to answer!
- I Have A 05 Peugeot 206 With 70,000 Miles On The Clock. At Low Revs It Sounds Like Birds Chirping Under The Bonnet. Whats The Cause?**  
From: danielsweeney | Be the first to answer!

[More Q & A](#)

### Social

- [Join Us](#)
- [Follow Us](#)
- [Videojug on YouTube](#)
- [Mobile](#)

### Site

- [Help](#)
- [Contact Us](#)
- [Tags](#)
- [Terms & Disclaimer](#)
- [Privacy Policy](#)
- [Blogs](#)
- [Widgets](#)
- [Sitemap](#)

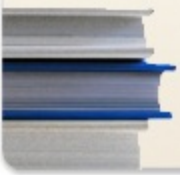
### Corporate

- [About Us](#)
- [Advertise](#)
- [Corporate Video Production](#)
- [Media centre / Press Info](#)
- [Videojug Corporate Site](#)

## “The world's <sup>collaborative</sup> how to manual.”

### Learn

Learn how to from one of our 113,366 How To Articles.  
Find your topic.



[Explore Articles >](#)

### Write

Share your how to with millions of people.  
Write a how to or answer requests.



[Start Writing >](#)

### Wiki

Work together to make how to better for everyone.  
Find ways to get started or take our tour.



[Join Now >](#)

#### Featured Articles

RSS



[Circumnavigate the United States in 15 Days on a U.S.A. Rail Pass](#)



[Cook With Coca Cola](#)



[Get a Bikini Worthy Body](#)



[Outrun an Attacker](#)



[Capture Joie De Vivre](#)



[Make Reusable Wipes](#)



[Draw a Hamburger In Adobe Illustrator](#)



[Shop for Vintage Clothing](#)



[Install a Temporary Irrigation System](#)



[Make a Tom Collins Cocktail](#)

[View Popular Articles >](#)

[View Random Article >](#)

[See More Featured Articles >](#)

[Write An Article](#)

[Random Article](#)

#### wikiHow Worldwide

wikiHow in other languages: **español, Deutsch, Français, Italiano, Nederlands, Português, العربية**. You can also help start a new version of wikiHow in your language.



#### Recent Changes

108

WikiRicardo patrolled an edit to [Rahulbhaskaran86](#)  
4 minutes ago

BKValuemeal just uploaded a new Image: [Trkmenu2.jpg](#)  
4 minutes ago

WikiRicardo patrolled an edit to [Abc123jem](#)  
4 minutes ago

[Want to join in?](#)

#### Browse Articles by Category



[Arts & Entertainment](#)



[Holidays & Tradition](#)



[Cars & Other Vehicles](#)



[Personal Care & Style](#)



[Computers & Electronics](#)



[Pets & Animals](#)



[Education & Communications](#)



[Philosophy & Religion](#)



[Family Life](#)



[Relationships](#)



[Finance, Business & Legal](#)



[Sports & Fitness](#)



[Food & Entertaining](#)



[Travel](#)



[Health](#)



[wikiHow](#)



[Hobbies & Crafts](#)



[Work World](#)



[Home & Garden](#)



[Youth](#)

[Other](#)

Share this Article:

#### Things to Do

- collapse

- [Write an Article](#)
- [Request a New Article](#)
- [Answer a Request](#)
- [Login for more!](#)

#### Places to Visit

+ expand

#### Follow Us On...



#### New Articles



[Taper Trouser Legs](#)



[Draw Foghorn Leghorn](#)



[Draw Marvin the Martian](#)



[Draw Peppermint Patty from Peanuts](#)



[Draw Mater from Cars](#)

#### Explore Categories

- [Arts and Entertainment](#)
- [Family Life](#)
- [Hobbies and Crafts](#)
- [Personal Care and Style](#)
- [Sports and Fitness](#)
- [Youth](#)

- [Cars and Other Vehicles](#)
- [Finance and Business](#)
- [Holidays and Traditions](#)
- [Pets and Animals](#)
- [Travel](#)

- [Computers and Electronics](#)
- [Food and Entertaining](#)
- [Home and Garden](#)
- [Philosophy and Religion](#)
- [wikiHow](#)

- [Education and Communications](#)
- [Health](#)
- [Other](#)
- [Relationships](#)
- [Work World](#)

Nokia E7 Frete grátis RS 1.599,00 ou 12 x de R\$133,25 Compre agora NOKIA nokia.com.br/loja

News Daily DIY Inspiration

**The World's First Teensy, Weensy 3D Printed Bikini**  
For the hefty price of \$200 and up, you can be the proud owner of the world's first 3D printed bikini. And not just the first bikini, but reportedly the first functional and affordable item of ready-to-wear 3D printed clothing on the market. Created by ...

WONDERMENT

**Is the End Coming for Quadruplegic Gaming?**  
A century ago there wasn't much life available for quadriplegic people. Handicap accessibility was barely even a concept, and lacking medical technology kept any semblance of independence out of reach. Today those unfortunate enough to be paralyzed from the ...

INDIE GAMES ICHIBAN

**Polish Artist Recycles 300 Dead Computers into Giant Installation**  
Electronic waste (or e-waste) is becoming a bigger and bigger problem thanks to the rapid growth of technology. In 2009, the United States produced 3.19 million tons of e-waste in the form of cell phones and ...

WONDERMENT

**How to Make a Papercraft Rolex Watch**  
UK-based artist Matthew Nicholson is a man of many talents: designer, photographer, professional free runner and papercraft engineer—and in the latter of which, he generously posts free downloadable DIY kits for your folding pleasure. The only template ...

WONDERMENT

**How to Restore Netflix's Former "Watch Instantly" Web Layout**  
Netflix may be killing its competitors, but they're losing fans thanks to their reputation for rolling out interface updates without user knowledge or consent. PlayStation 3 owners were upset at the Netflix interface change earlier this year, and now nearly 5 ...

TIPS

**5 Amazing Hipstamatic Photographers**  
Hipstamatic has become the iPhoneographer's staple app: the filtered "analog" retro effect is wildly popular, and the social networking features enable users to widely share their results. The app has a flickr pool with 150K photos, Facebook groups, and ...

GIVEAWAYTUESDAYS

**How to Make 5 Minute Avocado Sorbet**  
Don't have an ice cream machine? No kitchen aid stand? No worries. I will show you how to make a delicious avocado sorbet in 5 minutes. (This does not count pre-freeze time). Recipe: 1/2 cup simple syrup 1 cup corn syrup zest of 2 limes 3 avocados 2 teaspoons lime juice 1 cup chopped cilantro ...

LXRCUISINE

**Hidden Web Browser Found in New Nook Touch Reader**  
It's not listed as one of the features on the updated Nook e-reader, but there is a web browser hidden inside Barnes & Noble's newest device, you just need to know how to access it. The eBook Reader shows the clandestine web browser on the Simple Touch Reader ...

TIPS

**Using Minecraft to Create a Musical Wonderland**  
Have you ever wanted to ride a rollercoaster while listening to Lady Gaga? Or have the Star Wars theme auto-play when you enter your house? You can with Minecraft. Search Youtube for a popular song + Minecraft, and chances are there will be a video for it! Minecraft gives players the basic tools ...

LOADSAVE

**Temporarily Disable Android Lockscreens with DelayedLock App**  
For those who need security on their Android devices, the standard swipe lock screen just isn't enough, so it's necessary to install applications like GOTO and WidgetLocker to enable either pattern, password or PIN protection. This protection is great overall ...

WONDERMENT

**How to Stop Facebook's Facial Recognition Software from Tagging You in Photos**  
It seems like nowadays, whenever Facebook rolls out a new feature, it's immediately controversial. Social Ads put your name and face in the spotlight. Instant Personalization shared your information with ...

Tag Your Friends  
This will quickly label your photos and notify the friends you tag. Learn more

ZEITGEIST

**Mind the Epic Gap!**  
"Mind Your Step" is a gargantuan street illusion staged in Stockholm's most public square, Sergels torg. Created by artist Erik Johansson, the illusion will be up until June 12th, so swing by if you happen to be in Sweden. Erik has documented his entire creative process here, including this great ...

INK AND PAINT

**So You Just Bought Photoshop. Now What?**  
Photoshop. It's like a mountain to climb. You can chug up to the top, working hard, never letting up, or you can just go part way up and scoot around the side of the mountain and still get to the other side. Not everyone needs to be a Photoshop guru, or ninja ...

DSLR PHOTOGRAPHY

**Talk-o-Meter App Identifies Motormouths from the Soft Spoken**  
How do you fare in a phone conversation? Are you a motormouth or are you constantly dominated by the other person? Or are you both eager to get it all out? If you have an iPhone, there's an application that will reveal just who is the better chatter and which ...

TIPS

**Indie Game Review Roundup: Turn-Based Strategy on Steam**  
Every Friday here at Indie Games Ichiban, I will feature a sampling of reviews from the mountains of indie and vintage games that have crossed my internet connection in the past week. Each week will have some sort of theme, this week being old school ...

INDIE GAMES ICHIBAN

**Introducing Lights! Camera! Photosh! – Your Complete Guide to DSLR Photography**  
So you just bought Photoshop, a DSLR camera and your first flash. Now what? If you have some experience with photography, but you're not completely fluent with the software and equipment, WonderHowTo's newly ...

WONDERMENT

**How to Get Out of a Creative Rut**  
How does one get out of a creative rut? All you need are winged elephants and a really big shovel.

THESECRETYUNIVERSE

**The Latest and Greatest Kinect Hacks**  
Nobody could predict the success of Microsoft's Kinect, not even Microsoft themselves. So, it was quite a surprise when it ended up earning a Guinness World Record for fastest-selling consumer electronics device, and an even bigger surprise to see people ...

WONDERMENT

**FaceNiff App Allows Android Users to Hack Facebook**  
Fireseep gave quite a stir when it was released last October, causing both hackers and non-hackers instant access to people's account information when on a public Wi-Fi connection. When logged into an insecure website on the same network as someone with ...

TIPS

**TVs Are for Old People: A Guide to Handheld Consoles**  
Advancements in technology usually lead to the miniaturization of old technologies, and video games are no exception. Since at least 1990, game hardware manufacturers and enterprising DIY electronics enthusiasts have poured their efforts into making full-size ...

INDIE GAMES ICHIBAN

**Basic Tips and Tricks for Gmail**  
Time to confess a personal bias: I love Gmail. I think it's the best thing since sliced bread. I try to be impartial when I write about software and online services, but seriously -- of all the free email services out there, why would you use anything else? A quick point of orientation before we ...

INTERNOCBS

**Infrared LEDs Protect Your License Plate Number from Police Cams**  
Got a knack for speeding? Like running red lights? Believe or not, the police have better things to be doing than pulling you over, like catching real criminals. That's why more and more cameras are popping up ...

WONDERMENT

**Minecraft, Meet Terraria**  
Minecraft was first released just a few years ago, but when a paradigm-shifting piece of media comes along the rest of the world is quick to take inspiration from it. The absolutely terrible XBLA knock-off FortressCraft was the first, and last month a much more interesting game called Terraria came ...

INDIE GAMES ICHIBAN

**Mobile Barhopping: Scope Out Bars Right from Your Smartphone**  
You've had a hard day at work and need to get out of the house, have a few drinks, but you don't want to go just anywhere—you want the right crowd and the right bar. For those nights, barhopping just isn't the ...

TIPS

**How iTunes Works in the Cloud—Beta Version**  
This week, Apple announced the beta version of its new wireless, cloud-based service, iCloud. I wrote a summary of it here. The iCloud service includes some new features in the latest version of the iTunes Store, which allows you to access all your iTunes ...

MAC HOW TO

**11.3 Million Video Game Deaths Visualized**  
Nope, it's not the McDonalds menu, but close enough. Jim Blackhurst has mapped 11 million deaths onto a 3-dimensional point cloud for video game Just Cause 2. The result is an amazing virtual heat map of a world where every white dot represents a death on ...

LOADSAVE

**How to Avoid the Negative Energy of Other People**  
Nothing like one bad apple to put a damper on the rest of your day. Thankfully, you have the power to implement a number of strategies to keep the Negative Nancys and Debbie Downers of the world from completely ruining your good mood and high spirits. Below ...

THESECRETYUNIVERSE

**Insanely Expensive Video Games and Consoles (Past and Present)**  
Most of the indie and vintage games discussed in Indie Games Ichiban are pretty cheap to purchase. They rarely top twenty bucks, which is one of the major advantages independent games have against their sixty-buck, major league counterparts. But if you think ...

INDIE GAMES ICHIBAN

**Danes One Step Closer to DIY Suborbital Spaceflight**  
They've been at it for a few years now, but the crazy group of amateur rocket scientists who call themselves Copenhagen Suborbitals have triumphed over adversity, successfully launching their DIY rocket nearly 2 miles into the sky last Friday. The privately ...

WONDERMENT

**World's Smallest 3D Printer Makes Super Tiny Solid Objects**  
If you liked the idea of cutting duplicate keys from a personal 3D printer, then you might be interested to know that researchers at the Vienna University of Technology in Austria have successfully designed the smallest 3D printer to date. The prototype device ...

WONDERMENT

Subscribe to the RSS feed

**Fire/Explosion Consultant**  
Investigations, Computer Modeling, Safety/Risk Consulting, & Training  
www.dqfire.com

**Health Videos Online**  
We Deliver Health Education Video, Animation & Text In A Product Suite  
www.wired.md

**NEQ Wi-Fi Gerenciado**  
Conheça a solução da Neovia para dar mais mobilidade ao seu negócio.  
www.neovia.com.br

**Long-range Wi-Fi Altai-A8**  
Campus, Plant, Hospitality Hotspot IP67, High link count & performance  
www.abptech.com

AdChoices

**Recent Activity**

Rachel Mansur wrote a blog post:  
**SUBMIT: Ingenious Application for LED Graffiti by June 20th. WIN: Tagging Kit of the Future in the Giving Way Tuesdays!** World Blog  
53 seconds ago

Yay, today is Giveaway Tuesday! And this week's prize is... AWESOME.

ENTER TO WIN

From ThinkGeek, a 40-piece kit of magnetic LEDs for digital graffiti, AKA "electronic tagging for the masses". Ba...more

Rachel Mansur commented on **Rainbow City**  
8 minutes ago

Where is this? so awesome.

Rachel Mansur gave **Rainbow City** a Thumbs Up.  
8 minutes ago

zombiefire commented on **Little Boy Gun Freaks + 250 Metaculously Crafted Paper Weapons**, joining the discussion with 1 other person  
8 minutes ago

ITS A BOY

Andy Banks gave **port side** a Thumbs Up.  
17 minutes ago

Justin Meyers commented on **How to Restore Netflix's Former "Watch Instantly" Web Layout**, joining the discussion with 2 other people  
30 minutes ago

For those using Google's browser, it's probably best to stick with the Chrome extension. It works pretty good. Haven't had a problem with it yet, and it takes out all of the repetitive manual work....more

ALL COMMUNITY ACTIVITY

WonderHowTo no Facebook

How To Stop Facebook's Facial Recognition Software from Automatically Tagging You in Photos  
29 pessoas compartilharam isso.

Barhopping with SceneTap: Scope Out Bars Right from Your Smartphone  
53 pessoas compartilharam isso.

Plug-in social do Facebook

**What's Hot**

Popular How-To Videos & Articles

- How to crack a combination bike lock in under 30 seconds
- How to view private photos on Facebook with Photo Stalker app
- How to get WiFi anywhere on any iPhone or iPod Touch
- How to find out your friend's Facebook password
- How to use iWeb Lite to hack WiFi passwords on an iPhone
- How To Skip Megavideo's and VideoBB's Streaming Time Limits
- How to hack a satellite dish into a WiFi signal booster
- How to remove the Windows Genuine Advantage Validation tool
- How to hack a vending machine with a special code
- How to french kiss
- How to reveal blocked numbers
- How to get all the change out of vending machine

ALL HOT

**New Articles**

New How-To Articles From Users Like You

- How To Make A Side Swept French Fish Braid Hairstyle
- How To Make Ghanaian Peanut Brittle
- How To Improve the Soil to Grow Healthy Plants
- How To Make a Movie Star Cake
- How To Replace Water Pump, All Belts and Shaft Seals on a Porsche 944 S2
- How To Get Angry Birds and Other Games on Google Chrome for Free
- How To Make Your Own Whitefly Sticky Trap
- How To Make a Perfect Ballet Bun
- How To Play Triplet Strums (Rasgueado) at Song Endings on a Ukulele
- How To Make Soft Pretzels at Home
- How To Make Recycled Deconstructed Roses
- How To Lose Weight After Pregnancy

MORE NEW ARTICLES

**Featured Worlds**

**Giveaway Tuesdays! World**  
WonderHowTo's Weekly DIY Giveaway

ALL FEATURED WORLDS

**What's Fresh**

New How-To Videos & Articles

- How To Stop Facebook's Facial Recognition Software from Automatically Tagging You in Photos
- How To Make A Side Swept French Fish Braid Hairstyle
- How to cut your own side swept bangs
- How to give yourself a cute pretzel twist messy bun hairstyle
- How to get all the features of iOS 5 on your iPhone now
- How to replicate the iCloud brushed aluminum icon
- How To Make Ghanaian Peanut Brittle
- How to make a cake lock in Minecraft
- How to build a working slot machine in Minecraft
- How to play Amazing Grace on the Recorder with your nose
- How to change resolution of your Terraria game and record in 16:9
- How to build the A.S.H.P.D. Portal Gun from Portal and Portal 2

ALL FRESH

**O MAIOR SITE DE CLASSIFICADOS GRATIS DO BRASIL**  
DE ACORDO COM OS DADOS DE CONSUMO

**OLX**  
Onde Compradores Encontram Vendedores

← Previous Issues

How To Videos & How-To Articles

Alcohol	Arts & Crafts	Autos, Motorcycles & Planes	Diet & Money
Computers & Programming	Dance	Dating & Relationships	Diet & Health
Education	Electronics	Family	Film & Theater
Fitness	Food	Gambling	Games
Body Sculpting	Beverages	Blackjack	Billiards & Pool
Cardio	Bread	Craps	Board Games
Exercise Equipment	Cake Decorating	Poker	Card Games
Kickboxing	Canning	Roulette	Kid Games
Pilates	Cheese	Sports Strategy	Party Games
Running & Walking	Dessert		Puzzles
Spinning	Eggs		
Stretching	Fish		
MORE	MORE		
Home & Garden	Hosting & Entertaining	Language	Magic & Parlor Tricks
Music & Instruments	Outdoor Recreation	Pets & Animals	Pranks & Cons
Spirituality	Sports	Travel	Video Games
			Weapons

**Profissional WiFi - \$49** Cover a Hotel, Apartment, Campus Provide Free or Paid Access [www.open-mesh.com](http://www.open-mesh.com)

**Produtora de Videos** Criação e Edição de Vídeos para sua Empresa, Serviço ou Produto. [www.aproducesemimagen...](http://www.aproducesemimagen...)

AdChoices