

**Cibercidades no ciberespaço:
novas possibilidades de cidadania na internet**

Karla Rossana F. R. NORONHA¹
Olga TAVARES²

Resumo

O presente trabalho busca discutir o desenvolvimento da cidadania na internet nos últimos tempos. Será destacado o uso das tecnologias móveis como ferramentas de informação complementar a rede mundial de computadores permitindo uma maior mobilização das pessoas frente os conteúdos disponibilizados nos diversos portais. Destaca-se ainda a importância do ciberespaço como meio de produção de conteúdo e de discussão que oferece informação e oportunidade a partir do desenvolvimento da sociedade da informação. Assim podemos falar em Cibercidadania e afirmar que a mesma permite o compartilhamento de informação como também ajudar pessoas envolvidas em situações de perigo. Por fim vale destacar a importância de usar a rede mundial de computadores como ferramenta de educação ampliando mais uma vez o acesso à informação através de novos modelos de comunicação.

Palavras-chave: Ciberespaço. Cibercidadania. Informação. Mobilização.

Introdução

A popularização da internet na década de 1990 foi fundamental para criar uma rede mundial de informações com serviços disponíveis em diversos terminais de acesso. Os serviços de voz, dados, telefonia fixa e móvel foram os primeiros a iniciar a era da convergência tecnológica mundial.

Pode-se falar também de uma convergência de serviços quando um mesmo serviço está disponível através de diferentes meios de comunicação. Por último, há a

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UFPB. E-mail: noronhkr18@yahoo.com.br

² Professora doutora do Programa de Pós-graduação em Comunicação - PPGC-UFPB. E-mail: olmasi@ig.com.br

convergência de terminais em que um único terminal permite acesso a múltiplas redes e serviços diversos.

A convergência tecnológica permite a interoperabilidade de sistemas, a possibilidade de novos dispositivos facilitadores de mobilidade e interatividade e a obtenção de serviços integrados, que disponibilizam mais informações e serviços.

O surgimento de novas tecnologias e a fusão destas com tecnologias mais antigas fez surgir uma nova sociedade: uma sociedade da informação, com uma comunicação mais integrada, multimídia e interativa. Além disso, novos meios trazem novas implicações políticas e sociais. Castells (1999) chama essas transformações de a era da informação e do conhecimento.

No final da década de 80 surgiu o termo “tecnologias da informação” que engloba um conjunto de áreas: informática, telecomunicações, comunicação, ciências da computação, engenharia de sistemas e de software. Castells afirma que as tecnologias da informação fazem parte de um conjunto convergente de tecnologias em microeletrônica, telecomunicações, radiodifusão entre outras que usam de conhecimentos científicos para especificar as coisas de maneira reproduzível.

Embora não seja objeto da pesquisa, há que se considerar dois fenômenos importantes que andam juntos com a revolução industrial e que estruturam o macro-contexto das interações: a mundialização e a globalização. Para Vilches (2001, apud SANTOS, 2002) mundialização é um fenômeno cultural que surgiu da industrialização e que rompeu com as tradições, obrigando a sociedade a uma rápida transformação ou a uma desapropriação segura de características culturais heterogêneas. Já a globalização faz referência às atividades industriais e econômicas que se desenvolvem em escala global e não regional, ou seja, a globalização tem fundo econômico e expressa certo grau de reciprocidade e interdependência das atividades repartidas nas diversas áreas internacionais.

A convergência tecnológica da internet com outros meios (TV, rádio e telefones de última geração) assegura a entrada de quase todos os consumidores em uma fase de globalização telemática.

A introdução das novas tecnologias em geral, e da convergência tecnológica em particular, é aparentemente um fato irreversível, conduzido pela lógica de mercado das grandes empresas transnacionais e baseado em avanços científicos e tecnológicos.

Deve-se pensar, então, como a sociedade responde diante das transformações políticas, culturais e sociais trazidas pelos novos meios e como a indústria da comunicação deve adequar sua produção para a convergência tecnológica, tendo em vista que uma mensagem deve satisfazer diferentes características dos meios convergentes, entre os quais alguns são passivos, outros reativos e outros interativos.

A utilização de novas tecnologias [...] está presente em todos os segmentos importantes das sociedades do mundo atual. Esta presença transforma irreversivelmente a forma como as pessoas pensam, agem e se relacionam umas com as outras, alterando assim, hábitos, costumes e o ambiente em que estão inseridas. Essas mudanças provêm da rapidez com que são disponibilizadas e processadas as informações. As informações são disponibilizadas em uma velocidade que não poderíamos imaginar em tempos passados não muito distantes. (SANTOS, 2007, p.1)

A internet permitiu que a informação e o conhecimento se tornassem ferramentas para o exercício da cidadania provocando uma mobilização digital nunca vista antes pelos estudiosos e usuários da rede mundial de computadores. Assim, começam a surgir comunidades virtuais para debater assuntos globais e locais, oferecendo visibilidade a alguns fatos que antes não podiam ser enxergados e apresentados pelos meios de comunicação de massa.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana (JENKINS, 2008, p. 28).

O ciberespaço, nome dado à internet devido ao seu rápido desenvolvimento nos últimos anos, é uma grande teia onde todos estão conectados através de suas comunidades. Agora, o local e não mais o global, é a referência mundial para os acontecimentos diários de cada pessoa que acessa, mesmo que precariamente, a rede mundial de computadores.

A informação passou a ter um valor econômico ainda que simbólico que pode transformar a maneira como pensamos e agimos diante de um fato noticiado pelos

diversos dispositivos midiáticos. As pessoas tem se apropriado do conhecimento global compartilhado pelas tecnologias de informação e comunicação e inserindo esse conhecimento em seu contexto de vivência local. As transformações decorrentes desses processos é que influenciam as ações de cada indivíduo na sociedade.

Alguns Conceitos Importantes

Ciberespaço, Cibercidadania e Ciberidades. Mais do que três palavras, elas representam e formam a estrutura da informação e da mobilidade social, permitindo a existência da rede mundial de computadores.

Então, vamos aos conceitos. Primeiramente as Ciberidades (cidades na internet), que são consideradas, por André Lemos, como um modelo de inteligência coletiva a partir da dinâmica das trocas informacionais. Segundo LEMOS (2004, p.2) “a Ciberidade é a cidade contemporânea e todas as cidades contemporâneas estão se transformando em Ciberidades. Podemos entender por Ciberidades as cidades nas quais a infraestrutura de telecomunicações e tecnologias digitais já é uma realidade”.

Mais que tecnologias, as Ciberidades são frutos das novas relações criadas no espaço virtual que permite a troca de conhecimento entre os cidadãos, valorizando os aspectos sociais, culturais, intelectual e técnico de uma determinada sociedade. “As Ciberidades devem potencializar as trocas entre seus cidadãos e a ocupação de espaços concretos da cidade real, ao invés de ser uma simples substituição. O espaço de fluxos complexifica o espaço de lugar das cidades” (LEMOS, 2004, p.4).

Aqui as pessoas encontram um espaço de lugar, de representação de si enquanto sujeito ativo, capaz de reconfigurar o lugar em que vive e partilhar suas relações. É o que possibilita o exercício da cidadania conectada a outros saberes, outros “mundos”. Por isso, que já se pode falar em Cibercidadania.

A Cibercidadania amplia o espaço físico e real no tocante às fontes de informação e discussão alternativas, possibilitando que comunidades e bairros possam se locomover informacionalmente diante dos acontecimentos diários.

Percebe-se, então, uma narrativa não linear da cultura, pois o espaço cibernético é um lugar de constantes mudanças, reconfigurações técnicas, sociais e culturais. A

partir disso, a inclusão digital torna-se fundamental para garantir a condição de cidadão no ambiente ciberespaço.

Satori afirma que:

Ao permitir a produção, sistematização e distribuição informacional, o ciberespaço torna-se um campo aberto a novas sociabilidades e a novas experiências de vida, já que é um não-lugar da cultura. (...) ser cidadão é ser capaz de respeitar outros modos de viver, entender que a informação não é o centro da vida, vivenciar possibilidades de criar cultura através de outras experiências e gerar novos significados nas relações que estabelece com os outros (SARTORI, 2004, p. 71 - 72).

As comunidades virtuais se estabelecem e criam forma significativa na internet porque são baseados numa relação de ação conjunta, permitindo a transformação do meio que habitam. Tornam-se, assim, um agente coletivo de subjetividade e sociabilidade capaz de modificar o habitat real das pessoas que frequentam a comunidade virtual. Para Satori:

O exercício da cidadania (...) é a capacidade de engendrar práticas sociais de produção de significados, espaços de desenvolvimento de cultura relacionada obviamente com o tipo de educação que fornecemos para nossas crianças e trabalhadores. (SATORI, 2004, p. 75).

E o ciberespaço? Pode ser considerado como o espaço que reúne todas as formas de representação das interações tecnológicas, culturais e sociais conectadas por uma “teia de computadores”. Pierre Lévy chama esta enorme teia de “rede”. Para Lévy, o ciberespaço é:

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

A partir do ciberespaço, é possível estabelecer outra dinâmica para o tempo e o espaço em que vivemos. Através da rede, criamos um novo território de relações sociais e culturais em que surgem outras formas de vínculo por meio de relações nômades, permitindo uma maior flexibilidade social.

Não devemos compreender o ciberespaço como um espaço liso, ou apenas como um espaço de desencaixe e de compressão espaço-tempo, mas como lugar de quebra e criação de controle e de hierarquias, de territorialização e desterritorializações. Como vimos, não existe desterritorialização sem reterritorialização e não há formação de território que não deixe aberto

processos desterritorializantes. O ciberespaço é um exemplo desse fenômeno: ele nasce como espaço estriado, território controlado pelo poder militar e industrial e vai sendo, pouco a pouco, des-re-territorializado por novos agenciamentos da sociedade (tensões de controle e acesso informacionais) (LEMOS, 2005, p.7).

Novas Configurações Midiáticas

Quanto às novas configurações midiáticas, podemos considerar que elas permitem que a sociedade passe por transformações não só tecnológicas, mas também transformações culturais, econômicas e políticas. Os computadores, através das ferramentas de redes sociais, estão alterando a rotina e o estilo de vida das pessoas.

Enquanto algumas pessoas apenas se adaptam às novas configurações midiáticas, outras parecem entrar em um mundo desconhecido e continuam a explorar esse “novo mundo” quando percebem as possibilidades de conhecimento e informação que essas novas configurações lhes oferecem.

Mas não será mais apenas o computador o mediador das novas possibilidades midiáticas. Os celulares, tablets, Iphones e outras tecnologias portáteis estão tornando a vida das pessoas mais fácil e rápida. Devemos aprender a configurar o uso dos novos recursos midiáticos ao nosso cotidiano.

Os conteúdos midiáticos já iniciaram o processo de migração entre as diversas mídias para nos permitir conhecer diversas plataformas tecnológicas e informacionais. Dessa forma, podemos nos inserir em outras culturas e sociedades a partir da nossa imersão em narrativas virtuais ou reais.

Assim, as mudanças de paradigmas comunicacionais são infinitas e adaptativas aos diversos tipos de mídias que temos hoje. Através de uma reconfiguração das linguagens, narrativas e estruturas, poderemos desenvolver outros mecanismos de comunicação e interação na sociedade permitindo a ampliação da rede de comunicação e informação na qual estamos inseridos atualmente. A “Voz da Comunidade” é um exemplo deste processo de migração e interação e conta atualmente com mais de 66 mil seguidores e além do perfil na rede social existe o jornal impresso e o site onde René Silva consegue divulgar não apenas para a comunidade, mas também para a mídia tradicional a vida cotidiana dos moradores do Complexo do Alemão.

A vida cotidiana dessas pessoas foi modificada pela relação que elas estabeleceram com a internet. Os dispositivos midiáticos agora fazem parte das relações, sociais, culturais e educativas que acontecem diariamente dentro do Complexo. Dessa forma, podemos observar este exemplo que representa o processo de adaptação entre novas e antigas mídias.

Vamos falar aqui do 'Voz da Comunidade', um perfil de Twitter criado por três jovens (Renê Silva dos Santos, 17 anos; Igor Santos, 15 anos e Jackson Alves, 13 anos) moradores do Complexo do Alemão, Rio de Janeiro, que conseguiram transmitir via internet informações em tempo real sobre o processo de ocupação do morro pela polícia.

Eles criaram o perfil no Twitter do Jornal Voz da Comunidade (@vozdacomunidade). Com a narração em tempo real sobre a ocupação do morro, os jovens conseguiram obter mais de 30 mil seguidores somente três dias depois do início da operação. As celebridades também acompanharam e retuitaram as informações do perfil Voz da Comunidade.

Os grandes veículos de comunicação tentavam transmitir as informações, mas muitas vezes os fatos não eram passados da mesma forma como aconteciam. Ao perceberem a capacidade dos meninos para repassar as informações, as TVs e rádios também começaram a acompanhá-los de perto e com informações verídicas sobre tudo o que ocorria no Complexo do Alemão.

Mas o importante aqui é destacar a participação da população local que ajudou os jovens a transmitir informações sobre o que acontecia no local. Eles se tornaram uma fonte de notícia para a própria comunidade e para as pessoas que acompanhavam pela televisão, orientando a população em geral sobre como agir diante do acontecimento. Segundo Lopes apud Traquina (2005, p. 190), qualquer indivíduo está apto a ser uma fonte de informação para os jornalistas. “Pode ser potencialmente qualquer pessoa envolvida, conhecedora ou testemunha de determinado acontecimento ou assunto”.

Já Charaudeau (2006) fala dos embates do indivíduo, enquanto atores do poder.

Para aceder às fontes [...] ora são as informações que chegam aos órgãos (fala-se de fontes passivas), ora são os atores das mídias que vão procurá-las (fala-se de fontes ativas). Coloca-se então o problema dos jogos de manipulação que podem se instaurar entre as mídias e as fontes. De um lado, pressão da parte das instâncias de poder (Estado, governo) ou dos

movimentos dos cidadãos (sindicatos, associações, manifestações); de outro, pressão das mídias junto a algumas dessas instâncias (oficiais ou não) para obter informações. (CHARAUDEAU, 2006, p.148)

Dessa forma, podemos considerar que os jovens twitteiros também se tornaram uma fonte de informação para os jornalistas, pois atualmente as redes sociais são de grande importância para a produção e disseminação de notícias.

Observa-se, ainda, uma reconfiguração do papel de produtor, distribuidor e consumidor de conteúdo na internet. O ciberespaço torna-se mais fluído, permitindo a socialização de conhecimento através das redes sociais, como é o caso do exemplo citado neste artigo. Jenkins (2009) afirma que a inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático.

As redes sociais, principalmente o Twitter, têm sido bastante utilizadas como fonte para a produção de notícias pelos jornalistas. O conteúdo disseminado no ciberespaço é, na maioria das vezes, voltado para um nicho específico. Mesmo assim muitas dessas informações tem se tornado pauta para os veículos de comunicação tradicionais, já que estas se referem a acontecimentos do cotidiano. O Twitter é a rede social que mais cria mobilizações, oferecendo detalhes para as notícias que os jornalistas produzem.

Com o crescimento e a popularização das redes sociais na internet, elas passam cada vez mais a ser objeto de matérias em jornais de referência. Ainda que muitas vezes a própria rede esteja em pauta, há vezes em que o conteúdo que circula nesses espaços se torna fonte para notícias (ZAGO, 2010, p. 1-2).

A partir das informações apresentadas, vimos que as redes sociais estão modificando a maneira de produzir conteúdo no ciberespaço e sendo utilizadas como fonte de informação e discussão para a população.

Os veículos de comunicação tradicionais estão percebendo a força da internet para mobilizar as pessoas frente a acontecimentos tanto de nível local quanto de nível globalizado. Observa-se que o Twitter tem se tornado uma das principais fontes de informação como também de pauta para disseminar notícias na internet e em outros meios de comunicação.

Percebe-se, então, que o exemplo apresentado aqui é fruto de uma mobilização nacional iniciado dentro do Complexo do Alemão, e que, devido à importância do acontecimento, tornou-se um assunto nacional não só pela invasão dos policiais para pacificar o morro, mas principalmente pela mobilização de três adolescentes para noticiar tudo o que acontecia no local.

Os jovens conseguiram o reconhecimento da mídia e da população em geral, através da apuração de fatos pelo ciberespaço. E foi através da internet que eles conseguiram ajuda para melhorar as condições do Complexo, divulgando campanhas solidárias pelo Twitter e obtendo a adesão dos moradores da comunidade além das celebridades. Foram realizadas duas mobilizações no ano de 2010.

A primeira foi à distribuição de ovos de páscoa para as crianças do complexo do Alemão. O jovem René Silva conseguiu ajuda das pessoas pelas redes sociais para arrecadar dinheiro e comprar os ovos que foram distribuídos às crianças cadastradas previamente em um sistema organizado pelo jovem. A segunda campanha foi para comemorar o dia das mães. Ele arrecadou 50 cestas básicas, ofereceu café da manhã e presentes para várias moradoras do Complexo do Alemão. Ambas as campanhas foram mostradas pela mídia³. Existe ainda o Portal Voz da Comunidade (www.vozdascomunidades.com.br) onde nós podemos acompanhar tudo o que acontece no Complexo do Alemão.

Este processo de interação da comunidade começou quando René Silva decidiu fazer um jornal na escola em que estuda para informar a comunidade em que mora sobre o que acontece na vida da sua comunidade. Depois ele decidiu usar Twitter para melhorar o diálogo com o local em que vive ampliando essa relação social quando ocorre a guerra de pacificação das comunidades. Muniz Sodré chama esse processo de “telerrealidade” social em que considera as transformações urbanísticas o fator responsável por fazer as pessoas se relacionarem a distância a partir de dispositivos de mídia sendo atravessadas pelo fenômeno da midiaticização. Assim, o ser humano redefine sua comunidade e torna a rede social e as tecnologias parte do seu convívio coletivo.

³ Campanha de Páscoa: <http://renesilvasantos.blogspot.com.br/2010/04/jovem-consegue-doacoes-para-pascoa-em.html>

Campanha Dia das Mães: <http://renesilvasantos.blogspot.com.br/2010/05/sucesso-cafe-das-mamaes.html>

Considerações Finais

Enfim, podemos considerar que as novas formas de comunicação e sociabilidade ampliam e reconfiguram as possibilidades de produção de distribuição de conteúdo pela internet além dos veículos de comunicação mais tradicionais.

Na era da sociedade da informação é essencial o compartilhamento do conhecimento que, agregado às tecnologias digitais, amplia o espaço para diálogo e para a troca de conteúdo entre as pessoas, permitindo que outras ainda não incluídas nesse meio possam inserir-se, adquirir e contribuir para a formação de uma população mais crítica e desenvolvida.

Tudo que é disponibilizado na rede tem na sua essência que permitir o acesso à informação ao maior número possível de pessoas. E, a cada compartilhamento de conhecimento, a população torna-se mais emponderada, desenvolvendo a Cibercidadania.

Isto significa que a internet é o lugar onde as pessoas podem de fato exercer a plena cidadania, propagando o acesso à informação para todos e estimulando campanhas, a fim de ampliar o poder da população perante a mídia e o governo.

Diante deste objeto de estudo, percebeu-se o poder das redes sociais enquanto suporte para produção e disseminação de informação, como também o uso das mídias sociais como fonte de informação e pauta para a elaboração de notícias para os diversos veículos de comunicação.

Neste caso em específico, constata-se a utilização da rede social Twitter como ferramenta de participação cidadã, que permitiu aos moradores do Complexo do alemão tornarem-se indivíduos ativos com a plena capacidade de expor suas dificuldades e criar ações para melhorar o ambiente social e de trabalho vivenciado dentro das comunidades.

Por isso, temos que estar atentos às possibilidades de acesso a informação e ao exercício da cidadania que estão disponíveis na rede mundial de computadores por meio das redes sociais, pois estas são uma porta de entrada para as pessoas que sempre estão em busca de conhecimento e que veem na internet uma forma de exercer seus direitos na sociedade para além do que estão acostumadas a fazer.

Referências

- ALSINA, M.R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BAIO, C.; OLIVEIRA, M. P. de. **Interatividade e Convergência das Mídias**. Disponível em: http://www.iar.unicamp.br/disciplinas/am625_2003/Cesar_e_Marcelo_artigo.html Acesso em: 20 de outubro de 2010.
- BARBOSA, S. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Labcom – Universidade da Beira Interior. Covilhã: 2007 Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf Acesso em: 20 de Julho de 2011.
- BARROS, A.; DUARTE, J. (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. São Paulo: Atlas, 2006.
- BRAMBILLA, A. (Org.). **Para Entender as Mídias Sociais**. Disponível em: <http://www.4shared.com/document/uHwS6zfw/paraentenderasmidiassociais.html> Acesse em: 20 de Julho de 2011.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHON, S. e SAVAZONI, R. (Org.). **Cultura Digital.Br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.
- FILHO, A. B.; CASTRO, C. **Comunicação Digital: Educação, Tecnologia e Novos Comportamentos**. São Paulo: Paulinas, 2008.
- FRAGOSO, S. **Reflexões sobre a convergência midiática**. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/arquivos/livro_seminario_revisado.pdf Acesso em: 20 de dezembro de 2010.
- GARCIA, J L L. **Cibercultura e Cidadania**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/garcia-jose-luis-cibercultura-cidadania.pdf>
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. Susana Alexandria (trad.). São Paulo: Aleph, 2008.
- LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- LEMOS A.(org.). **Cibercidade: as cidades na cibercultura**. Editora e-papers, Rio de Janeiro, 2004, pp. 19-26.
- _____. **Cibercidades**. Disponível em: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/iciepa/unpan005410.pdf>
- _____. **Cibercidade II: a ciberurbe na sociedade de informação**. Rio de Janeiro, e-Papers, 2005.
- _____. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo: sobre interatividade e interfaces digitais**. 1997 Disponível em: www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf > Acesso em: 20 de setembro de 2010.

LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOPES, F. **Reverberação de novas vozes**. As redes sociais projetando atores para as mídias tradicionais: o caso “Voz da Comunidade”. In: Intercom Nacional, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1410-1.pdf> Acesso em: 06 de Julho de 2011

LOPES, F. **A reconfiguração dos veículos tradicionais de informação frente à popularização das mídias sociais**. In: Intercom Sudeste, 2010. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-0905-1.pdf> Acesso em: 06 de Julho de 2011

MACHADO, E. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade de Beira Interior, 2003. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=machado-elias-ciberespaco-jornalistas.html Acesso em 06 de Julho 2011

_____. **Os novos conceitos de edição no jornalismo digital** In Comunicação e Sociedade, Vol 14 (1-2), 2000, 357-373, Braga: Universidade do Minho.

MORGADO, I. S. e Rosas, A. (Orgs.). **Cidadania Digital**. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20101103-morgado_rosas_cidadania_2010.pdf Acesso em: 20 de Julho de 2011.

NUNES, P. (org.). **Mídias Digitais e Interatividade**. João Pessoa: Editora UFPB, 2009.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para a discussão**. In: SOSTER, D.A.; SILVA, F.F. (Orgs.). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

ROESLER, J e SARTORI, A. **Narrativa, cidadania e o não-lugar da cultura**. Revista FAMECOS, nº 23, quadrimestral. Porto Alegre, abril de 2004.

SANTAELLA, L. **Comunicação e Projeto de Pesquisa**. Série Comunicação &., no prelo. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTOS, A. E. de O. **Novas Tecnologias x Teorias de Comunicação, Informação e Cibernética no Contexto Social** Disponível em <http://bibliotecadigital.unec.edu.br/ojs/index.php/unec03/article/viewFile/309/385> Acesso em: 18 de novembro de 2011.

TUCHERMAN, I. **Cibercidades: notas sobre as novas tecno-heterotopias**. Revista FAMECOS, nº 31, quadrimestral. Porto Alegre, dezembro de 2006.

ZAGO, G. d S. **O Twitter como Fonte e Pauta de Notícias na Mídia Online de Referência**. In: Intercom Nacional, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1750-1.pdf> Acesso em: 18 de novembro de 2010.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 5.ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.