

# **COMUNICAÇÃO COLABORATIVA: um panorama e questões emergentes<sup>1</sup>**

Filipe Barros Beltrão<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Pernambuco – PPGCOM

## **Resumo**

Este artigo analisa o fenômeno da colaboração na internet, procurando traçar um panorama teórico e apontar algumas questões relacionadas com esse processo. No trabalho abordaremos o cenário midiático contemporâneo, tentando expandir o horizonte de discussão e aprofundar alguns aspectos da cibercultura que tocam diretamente as formas de produção de conteúdos colaborativos. Para ampliar o debate iremos aprofundar alguns pontos como: o caráter ideológico da técnica, o triunfalismo tecnológico, os ecossistemas comunicativos, para compreender abrangência e a complexidade do processo analisado.

## **Palavras-Chave**

Comunicação colaborativa; cibercultura, web 2.0.

O presente artigo tem objetivo de introduzir a discussão sobre a comunicação colaborativa<sup>3</sup> tentando mapear o que vem acontecendo hoje no campo midiático. Procuraremos a partir das formulações de autores que nos ajudam a pensar a mídia na contemporaneidade teorizar fenômenos que estão emergindo nos últimos anos com a expansão da internet e das mídias digitais. Esses estudos serão a base para formular um núcleo conceitual que nos ajudará a pensar as práticas colaborativas de comunicação dentro de uma visão ampliada.

No momento atual a sociedade vive um intenso processo de midiatização e são inúmeras as experiências existentes dentro desse contexto. Sendo assim, é fundamental discutirmos questões centrais para entender como a tecnologia está envolvida no processo de

---

<sup>1</sup> Trabalho enviado para o II Simpósio Nacional da ABCIBER – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura.

<sup>2</sup> Graduado em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e Mestrando em Comunicação Social pelo PPGCOM da UFPE, na linha de pesquisa Mídia e Processos Sociais. Atualmente, desenvolve sua dissertação sobre práticas colaborativas na Internet, a partir do estudo de caso do site Overmundo, orientado pelo doutor em comunicação José Afonso da Silva Junior. E-mail: [filipebb@gmail.com](mailto:filipebb@gmail.com).

<sup>3</sup> Neste trabalho adotaremos essa nomenclatura para denominar as práticas da Internet, nas quais os usuários participam ativamente na produção do conteúdo. Acreditamos que o termo seja adequado, pois engloba diversas experiências que mesmo sendo distintas quanto ao tipo de conteúdo fazem parte do mesmo processo.

transformação das práticas sociais e de comunicação. Nesse artigo tentaremos destacar os pontos principais que estão em jogo quando analisamos experiências recentes e procurando avançar na discussão de dentro do campo de Tecnologia da Comunicação e Informação.

## **1.1 Cenário midiático**

O cenário contemporâneo midiático está sendo diretamente afetado pelas últimas transformações sociais decorrentes da mediação tecnológica do conhecimento como afirma Barbero (2006, p. 54):

[...] o que a revolução tecnológica introduz em nossa sociedade não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos – que constituem o cultural – e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar.

Castells (1999, p. 414), um dos principais teóricos da sociedade contemporânea informatizada, destaca a importância da Internet: “o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre a nossa cultura”. Para ele estávamos vivendo “era da informação” (Castells, 2006), um período onde uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias digitais de informação e de comunicação que “é ao mesmo tempo incluyente e excluyente em função dos valores e interesses dominantes em cada processo, em cada país e em cada organização”(Castells, 2006, p. 225).

Santos (2000) afirma que na nossa sociedade as técnicas da informação, por meio da cibernética, da informática permite duas grandes coisas: a primeira é que as diversas técnicas existentes passam a se comunicar entre elas, e a segunda é o papel determinante dessas sobre o uso do tempo, permitindo, em todos os lugares, a convergência dos momentos.

Todo processo de mudança e transformação carrega consigo uma série de tencionamentos e reajustamentos, que não necessariamente significa a suplantação de formatos midiáticos anteriores ou a predominância dos mais novos. No momento atual, as várias áreas do conhecimento estão se remodelando para atender as novas demandas e

exigências oriundas do desenvolvimento e popularização das mídias digitais e da rede mundial de computadores. Gómez (2006, p. 82) aponta para mudanças sintomáticas na forma de produzir e difundir a informação: “o que vemos é a dissolução de alguns dos critérios, tanto de produção quanto de circulação e consumo, que enquadram o conhecimento”.

Neste artigo estaremos investigando a forma de produzir, distribuir e consumir conteúdo de forma descentralizada e as mudanças geradas pelo novo cenário midiático, onde pessoas que não trabalham diretamente nos meios de comunicação começam a participar cada vez mais do campo de emissão de conteúdos.

## **1.2 Técnica como ideologia**

Antes de abordar especificamente a questão da comunicação colaborativa é importante fazer algumas considerações sobre como as questões ideológicas se interligam com aspectos da cibercultura, a utilização da técnica e a lógica das redes de comunicação. Musso (2006, p. 191) reflete como a Internet reaviva a idéia de um mundo conectado e construindo uma idéia de “cérebro planetário” de “inteligência coletiva”. O autor elucida como a técnica exerce um papel central na atual sociedade:

A técnica desempenha o papel simbólico em nossas sociedades desencantadas. Assim, a rede se tornou um atraidor, contribuindo para um reecantamento buscado nas utopias tecnológicas. A rede, e seu cortejo de metáforas, está no centro desses novos dispositivos de comunicação.

Musso (2006) comenta que três redes técnicas estruturam a comunicação no século XX: a rede de radiodifusão, a rede teleinformática e a de telefonia ponto a ponto. “O ciberespaço recupera essa ‘santa trindade’ para valorizar a figura da rede telemática do tipo Internet, como modelo de conexão livre e igualitária” (Musso, 2006, p. 205). Um dos aspectos importantes sobre essa questão é a convergência entre o “desencanto do mundo” e do esvaziamento da religião e a criação das grandes redes técnicas modernas: ferrovia, telégrafo e elétrica. Essas redes surgem na passagem entre os séculos XVIII e XIX “como a resposta prometéica que seria o advento do mundo moderno liberado de sua referência supranatural” nos deslumbram e reencantam o mundo até os dias atuais.

Habermas (1983) enfatiza a influência da institucionalização do progresso científico e técnico na racionalização da sociedade, e a secularização e o desenfeitiçamento são a contrapartida direta desse processo agir social. Ainda no mesmo escrito, o autor cita Marcuse (1965) e como ele articula a ideologia com a técnica:

Talvez o próprio conceito de razão técnica seja uma ideologia. Não apenas sua aplicação, mas já a própria técnica é dominação (sobre a natureza e sobre o homem) (...) a técnica é sempre um projeto histórico-social; nela é projetada aquilo que a sociedade e os interesses que a dominam tencionam fazer com o homem e com as coisas. (MARCUSE apud HABERMAS, 1983, p. 314).

Os impactos sociais da técnica e a crítica as visões simplistas seja pelo lado do triunfalismo ou da fobia as alterações causadas pela utilização das tecnologias foi bem conceituada por Lévy (2000. p.26):

Uma técnica não é boa, nem má (isto depende dos contextos, dos usos e dos pontos de vista), tampouco neutra (já que ela é condicionante ou restritiva, já que de um lado abre e do outro fecha o espectro de possibilidades). Não se trata de avaliar seus "impactos", mas de situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que explorariam as virtualidades que ela transporta e de decidir o que fazer com ela.

Apesar da abordagem precisa sobre o caráter relativo, porém não neutro, que a técnica pode adquirir sua explicação nos alerta para uma questão crucial. É evidente que a técnica por si só não tem poderes absolutos, ela condiciona, formata, porém pode ser mobilizada de múltiplas formas. A questão crucial para ser justamente como a nossa sociedade está manipulando a técnica e suas conseqüências e impactos.

Lévy (2000) propõe uma distinção entre o aspecto condicionante e determinante da técnica. Para ele, a técnica é produzida dentro de uma cultura, e a sociedade encontra-se condicionada por ela. Com isso podemos compreender que a técnica mesmo não determinando possui um papel fundamental em alguns contextos sociais e culturais. Mas ele faz um alerta quanto a má interpretação do lugar ocupado pela técnica:

[...] acreditar em uma disponibilidade total das técnicas e de seu potencial para indivíduos ou coletivos supostamente livres, esclarecidos e racionais seria nutrir-se de ilusões. Muitas vezes, enquanto discutimos sobre os possíveis usos de uma dada tecnologia, algumas de usar já se impuseram. (LÉVY, 2000, p. 26)

Com esta afirmação uma importante questão é trazida pelo autor: a apropriação das tecnologias pela sociedade. Muitas vezes ao estudar a técnica se restringe a discussão a aspectos meramente técnicos ou ferramentais, deixando de lado a importância que a sociedade e a apropriação dada a ela no cotidiano tem na sua disseminação e na sua própria evolução.

Neste trabalho visamos inter-relacionar os aspectos tecnológicos, com questões sociais e culturais. A comunicação colaborativa é a materialização da apropriação social dada a técnica e de como ferramentas pouco utilizadas podem ser refuncionalizadas e adquirir grande importância nas formas das pessoas se comunicarem, consumirem e difundir informação.

### **1.3 Triunfalismo tecnológico e a emergência de Ecosystemas Comunicativos**

Nesse contexto formado por disputas de poder, interesses políticos e econômicos as visões sobre as práticas de comunicação na Internet se alternam entre o triunfalismo tecnológico e a descrença com os novos meios digitais. Wolton (2003, p.138) defende que a Internet vem sendo tratada como um “mito de um sistema de informação infinito e gratuito, livre de todas as problemáticas de poder, inverdades e erros”. Apesar da crítica ser destinada as correntes mais utópicas, e os atuais estudos da cibercultura apresentarem uma superação dessa visão mais idealista, tal reflexão é importante para compreender os limites e as potencialidades das experiências comunicativas na rede.

O problema supracitado também está presente em Palacios (2003. p.05) ao destacar as falhas do determinismo tecnológico que apontam para superação dos meio tradicionais:

Faz-se necessário um aprofundamento da compreensão teórica das Novas Tecnologias de Comunicação (NTC), visando a eliminação da falsa oposição algumas vezes criada entre as chamadas Mídias Tradicionais ou de Massa e as NTC, que tem levado, em alguns casos, a uma visão evolucionista bastante simplista e à afirmação de um certo triunfalismo tecnológico.

Palacios (2004) faz uma crítica a autores renomados no campo da cibercultura como Pierre Lévy e Nicolas Negroponte que carregam uma filosofia tecno-determinista dentro do seu discurso sobre a influência da tecnologia na sociedade contemporânea. O autor nos adverte contra as visões mais simplistas e propõe uma forma de análise dos formatos mediáticos emergentes:

Entendido o movimento de constituição de novos formatos mediáticos não como um processo evolucionário linear de superação de suportes anteriores por suportes novos, mas como uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, “em convivência” (e complementação) no espaço mediático. (PALACIOS, 2003, p. 06)

Tendo em vista o contexto apontado acima é possível dizer que a comunicação segue processos de convergências, no quais meios velhos e novos se engendram gerando novas possibilidades. Para justificar esse momento vivenciado dentro do campo midiático utilizaremos a idéia de Gómez (2006) de que atualmente os meios de comunicação formam "ecossistemas comunicativos". O autor explica melhor essa questão:

O que penso é que todos os meios, velhos e novos, assim como as diversas tecnologias videoeletrônicas e digitais que os tornam possíveis, coexistem, conformando ou não convergências em sentido estrito, porém constituindo ecossistemas comunicativos cada vez mais complexos. A chegada de um novo meio ou tecnologia não supõe necessariamente nem tampouco imediatamente, a suplantação do anterior. E isto por várias razões. Primeiro, porque cada meio ou tecnologia é muito mais que isso. Sua transformação então envolve outros fatores, além dos estritamente técnicos ou instrumentais. (GÓMEZ, 2006, p. 84)

Para fins metodológicos é importante termos presentes a idéia da formação de “ecossistemas comunicativos” para evitarmos deslizar numa compreensão determinista da função que as transformações técnicas ocupam na nossa sociedade.

#### **1.4 Expansão da Internet e das práticas colaborativas**

A consolidação e o notório crescimento da Internet nos últimos anos no cenário internacional e nacional vêm criando as condições técnicas e sócio-culturais para a ampliação das práticas comunicativas, nas quais a participação dos usuários é cada vez mais intensa. Blogs<sup>4</sup>, vídeos disponíveis no youtube<sup>5</sup>, websites colaborativos, softwares sociais<sup>6</sup> são algumas das ferramentas presentes na Internet que estão estimulando os usuários a produzirem atualmente os seus próprios conteúdos.

Mesmo com toda efervescência é importante lembramos que as novas tecnologias da comunicação (NTC) estão apenas no seu princípio, como afirma Palacios (2003):

Diferentes experimentos encontram-se em curso, sugerindo uma multiplicidade de formatos possíveis e complementares, que exploram de modo variado as características das NTC. Se alguma generalização é possível, neste momento, ela possivelmente diz respeito ao fato de que todos esses formatos são ainda altamente incipientes e experimentais, em função do pouco tempo de existência do novo suporte mediático representado pelas redes telemáticas. (PALACIOS, 2003, p. 03)

É importante levarmos em consideração esses aspectos quando nos propomos analisar uma mídia tão recente e que tem mudado e se popularizado com muita velocidade nos últimos dez anos. Murray (2003) defende que seria um erro comparar os primeiros frutos dos novos meios de comunicação com as experiências mais antigas, e que de certa forma

---

<sup>4</sup> É uma página da web cujas atualizações (chamadas *posts*) são organizadas cronologicamente (como um histórico ou diário). Estes *posts* podem ou não pertencer ao mesmo gênero de escrita, se referir ao mesmo assunto ou à mesma pessoa. A maioria dos blogs são miscelâneas onde os usuários escrevem com total liberdade.

<sup>5</sup> Site que permite que seus usuários assistam e compartilhem vídeos em formato digital.

<sup>6</sup> É uma ferramenta de interação virtual na qual os usuários se cadastram em um website, e a partir daí podem se comunicar, potencialmente, com toda a rede de pessoas conectadas pelo mesmo software social. Atualmente, existem vários deles os mais famosos são o Facebook, Multiply, Orkut, MySpace, entre outros. Os formatos são parecidos, mas de acordo com a arquitetura e a programação, eles podem ser mais ou menos interativos e permitirem uma maior flexibilidade na sua formatação a partir da intervenção dos internautas cadastrados.

passaram por uma série de testes para chegar a um formato mais adaptado. A autora faz uma reflexão importante:

Em 1455, Gutenberg inventou a prensa tipográfica – mas não o livro como hoje o conhecemos. (...) Foram necessários mais de cinquenta anos de experimentação até que se estabelecessem algumas convenções – tais como as fontes legíveis e as revisões de provas tipográficas; a numeração das páginas e o uso de parágrafos no texto. (MURRAY, 2003, p. 41-42)

A partir dessa premissa poderemos investigar a comunicação colaborativa e esse universo de novas experiências comunicativas sem pecar pelo simplismo. Nosso objetivo é mapear alguns conceitos e mudanças que estão surgindo e a partir deles começarmos a entender as limitações e as potencialidades dessas práticas.

### **1.5 Comunicação colaborativa e seu contexto sociocultural**

As práticas colaborativas estão relacionadas com o momento atual vivido pela internet, onde as ferramentas de publicação de conteúdo estão amplamente difundidas e são relativamente fáceis de serem manipuladas. O grande fator que restringia esse fenômeno eram as limitações técnicas. Hoje, qualquer pessoa pode ter um espaço virtual, sem necessariamente, dominar linguagem de programação.

Esse momento histórico, onde acontece uma expansão das ferramentas participativas, vem sendo chamado de web 2.0. O termo foi cunhado por O'REILLY (2005), no artigo onde ele demonstra uma série de ferramentas e motivos para entender essas experiências colaborativas como um outro momento da Internet. Vale salientar, que o termo vem sendo apropriado pelo marketing e no senso comum para designar uma revolução na internet, ou um fenômeno nunca visto anteriormente. A colaboração é algo presente na Internet desde os seus primórdios, nas primeiras comunidades virtuais e nos softwares de interação social.

Neste trabalho entende-se por web 2.0 as “práticas ligadas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), a um momento histórico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas para o comércio eletrônico e a processos de interação social mediados pelo computador” (Primo, 2006. p. 01).



A partir desse novo contexto, Lemos (2007, p.04) propõe uma distinção entre funções massivas e pós-massivas. “Por função massiva compreendemos um fluxo centralizado de informação, com o controle editorial do pólo da emissão, por grandes empresas em processo de competição entre si, já que são financiadas pela publicidade”. O autor complementa a sua formulação alertando para a importância existente nas funções massivas, reforçando a idéia já exposta da necessidade conceber o contexto atual como uma “ecossistema comunicativo”:

As mídias de função massiva são centradas, na maioria dos casos em um território geográfico nacional ou local. As mídias e as funções massivas têm o seu (importante) papel social e político na formação do público e da opinião pública na modernidade. As funções massivas são aquelas dirigidas para a massa, ou seja, para pessoas que não se conhecem, que não estão juntas espacialmente e que assim têm pouca possibilidade de interagir. (LEMOS, 2007, p. 04)

A função pós-massiva é delimitada pelo autor como as mídias que funcionam na Internet em que qualquer um pode produzir informação, sem necessariamente haver empresas e conglomerados econômicos por trás. Uma ressalva feita por Lemos explicita bem o objetivo da categorização entre funções massivas e pós-massivas:

[...] devemos pensar em termos de função e não de dispositivo, já que as funções massivas e pós-massivas estão presentes tanto nas mídias analógicas como nas digitais. Por exemplo, um grande portal na internet ou um grande site de busca ou jornalístico tenta desempenhar funções massivas, enquanto que mídias analógicas como fanzines, flyers e rádios comunitárias, buscam desempenhar funções pós-massivas, de nicho. Conseqüentemente, temos hoje um enriquecimento da paisagem comunicacional pela oferta de mais opções de acesso, de emissão livre e de circulação em redes planetária. (LEMOS, 2007, p. 06)

Essa diferenciação entre função e dispositivo é fundamental para entender a lógica das produções colaborativas e a diferença entre as formas de distribuição de conteúdos nos meios de comunicação. Um exemplo claro disso são os *spams*, que mesmo sendo realizados na internet operam na lógica massiva de enviar para o número maior de pessoas a mesma mensagem, freqüentemente com conteúdos publicitários. Essa visão afasta o risco de na diferenciação das funções aplicarmos qualquer distinção entre meios analógicos e digitais,

evitando as opiniões maniqueístas que pouco contribuem para o desenvolvimento da compreensão sobre a mídia na contemporaneidade.

Anderson (2006) define bem as vantagens e a limitação do formato *broadcast*. “A grande vantagem do broadcast é a sua capacidade de levar um programa a milhões de pessoas com eficiência sem igual. Mas não é capaz de fazer o oposto – levar um milhão de programas para cada pessoa” (Anderson, 2006, p. 05). Mesmo tendo um tom bastante entusiasta o aspecto colocado pelo autor está bastante presente no sites colaborativos, nos quais podemos ter acesso a uma infinidade de conteúdos compartilhados pelos próprios usuários.

Quando se estuda o desempenho das mídias uma questão que vem à tona é a análise da sociabilidade. A distinção feita entre laços fracos e fortes, distingue as relações criadas a partir daquela mídia e as possibilidades de interação. Castells (2006) defende que a internet é apropriada para a formação de laços fracos múltiplos. Ele defende a importância dos laços fracos:

Os laços fracos são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo. A vantagem da Rede é que ela permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação. (CASTELLS, 2006, p. 445)

Essas novas mídias geram uma reconfiguração no campo da comunicação tencionando o modelo vigente do *broadcast* (transmissão, sistema de disseminação de informação em larga escala), no qual apenas um seria responsável pela comunicação. Alguns estudos atuais denominam esse fenômeno como a “liberação do pólo emissor” (Lemos, 2006) que é caracterizado pela mudança do modelo de comunicação realizado de forma multidirecional que pode ter várias direções e variações indo do um-para-um, um-para-muitos, passando pelo poucos-para-poucos e chegando ao muitos-para-muitos.

O termo “liberação” pode gerar uma compreensão parcial do fato abordado, pois as grandes empresas de comunicação dominam a maior parte da informação que circula no mundo e são disponibilizadas na Internet. As experiências de produção alternativas de conteúdo sempre existiram muito antes do surgimento da rede mundial de computadores,

porém com a rede de computadores elas são facilitadas e potencializadas, pelo baixo custo e a possibilidade de disponibilizar o conteúdo para toda a rede.

Vale salientar que a diferenciação entre forma bi-direcionais (muitos-muitos) e unidirecionais (um-todos) reduzem a compreensão das um pouco as possibilidades de difusão de conteúdos na internet. Na rede mundial de computadores também acontecem transmissões no formato *broadcast* com um grande número de acessos. Gillmor resume bem esta questão:

Nos últimos 150 anos, dispusemos essencialmente de dois meios de comunicação: de uma para muitos (livros, jornais, rádios e televisão) e de um para um (cartas, telégrafo e telefone). Pela primeira vez, a Internet permite-nos dispor de comunicações de muitos para muitos e de alguns para alguns, o que tem vastas implicações para os antigos receptores e para produtores de notícias, na medida em que a diferença entre as duas categorias começa a tornar-se difícil de estabelecer. (GILLMOR, 2005, p. 42)

Como tratado pelo autor hoje não podemos conceber a audiência como receptores, mas essas mudanças tecnológicas permitiram uma reconfiguração. Bowman e Willis (2003) conceituam essa nova audiência com o neologismo “prosumidor”, que designaria um hibridismo entre as palavras produtor e consumidor.

Segundo os autores, os blogs e os novos espaços colaborativos não são uma ameaça aos veículos tradicionais, mas um complemento. Sobre os modelos de filtragem da informação, eles conceituam do seguinte modo: no formato *broadcast* “filtro, logo publico”, na internet “publico, logo filtro”. Essa definição ajuda a entender a problemática principal do ciberespaço, onde a grande questão não é mais o espaço para difundir a informação, mas a dificuldade de ter visibilidade diante de um volume tão grande de material produzido.

Segundo Anderson (2006), estaríamos saindo de uma cultura da escassez para uma cultura abundância, onde a audiência não estaria apenas esperando os conteúdos que são disponibilizados pelos grandes veículos, mas poderia também propor e ir atrás das suas áreas de interesses. Para ele, isso só é possível dentro de uma cultura onde existe uma “democratização” das ferramentas de comunicação e uma redução nos custos de consumo.

Chan (2002) destaca o papel fundamental ocupado pelos usuários na emissão do conteúdo e da audiência na sua gestão e seleção. Segundo a autora, a mídia negligenciou

durante muito tempo a participação da audiência, criando uma distância representativa entre as o aqueles que liam e as pessoas que faziam a notícia. O cenário exposto impulsiona o telespectador a participar mais ativamente no processo comunicativo.

Ao final dessa recuperação teórica podemos chegar aos princípios fundamentais da cibercultura, segundo Lemos (2005, p.01), a liberação do pólo da emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais. Esses princípios ajudarão a nortear a nossa pesquisa e compreender fenômenos que começam a ganhar impulso, mas que carecem de um maior aprofundamento e revisão crítica.

Ao longo deste artigo podemos discutir alguns conceitos que estão surgindo para dar conta dos novos processos de comunicação fruto da expansão da internet e do suportes digitais. Verificamos terminologias adotadas, os limites de alguns teóricos, tentando assimilar os atuais estudos com criticidade e contribuindo para a continuidade na discussão no campo que interliga comunicação e tecnologias da informação.

## **REFERÊNCIAS**

ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho.** São Paulo: Campus, 2006.

BARBERO, Jesús Martín. Sociedade Mediatizada. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Tecnicidade, Identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 51-79.

BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris. **We Media - How audiences are shaping the future**

**of news and information.** Publicado on-line, no formato PDF, em julho de 2003. Disponível em: <[http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf)>. Acesso em: 02 de maio 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006. 698 p.

CASTELLS, Manuel. Sociedade Midiatizada. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Inovação, liberdade e poder na era da informação.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 225-231.

CHAN, Anita J. **Collaborative News Networks: Distributed Editing, Collective Action, and the Construction of Online News on Slashdot.org.** Dissertação de mestrado. Department Of Comparative Media Studies - Massachusetts Institute Of Technology. Massachusetts: 2002.

DÚVIDAS Frequentes. Disponível em:  
<<http://www.overmundo.com.br/estaticas/ajuda.php>>. Acesso em 20 mar. 2007.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media.** Lisboa: Presença, 2005.

GOMEZ, Guillermo Orozco. Sociedade Midiatizada. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Comunicação Social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 81-117.

HABERMAS, J. **Técnica e ciência enquanto “ideologia”.** In: Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultura, 1983.

LEMOS, André. **Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais.** In: Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, USP, ano 1, n.1, São Paulo, 2007, pp.121-137.

LEMOS, André. **Podcast. Emissão Sonora, futuro do rádio e cibercultura.** In: 404nOtF0und, n. 46, junho de 2005. Disponível em:  
<[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404\\_46.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_46.htm)>. Acesso em: 25 set. 2006.

LEMOS, André. **Cibercultura Remix.** In: Seminário Sentidos e Processos. No prelo, São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005. Disponível em:  
<[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404\\_46.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_46.htm)>. Acesso em: 20 set. 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2000. 260 p.

MURRAY, Janet H. **Hamlet No Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço.** São Paulo: Instituto Itaú Cultural, 2003.

MUSSO, Pierre. **Sociedade Midiatizada.** In: MORAES, Dênis de (Org.). Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 191-2224.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0?**. 2005. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em 25 de maio de 2007.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória**. In: PALACIOS & MACHADO; Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos. **Polarização, Inclusão e Exclusão Social: uma proposta de monitoramento do Projeto Aveiro Digital**. In: Lemos, A. (org). Cibercidade. As cidades na cibercultura. Rio de Janeiro: E-papers, 2004. p. 131-149.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais, 2006.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SOBRE o Overmundo. Disponível em: <[http://www.overmundo.com.br/estaticas/sobre\\_o\\_overmundo.php](http://www.overmundo.com.br/estaticas/sobre_o_overmundo.php)>. Acesso em 16 mar. 2007.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.