

## **O FACEBOOK COMO INSTRUMENTO PARA A CONSTRUÇÃO DO SENSO COMUM ON-LINE: Um estudo da comunidade virtual Jornalistas RJ**

### **FACEBOOK AS A TOOL FOR THE CONSTRUCTION OF COMMON SENSE ONLINE: A study in the virtual community study Jornalista RJ**

TATIANA CIONI COUTO<sup>1</sup>

Resumo: O artigo visa expor como uma comunidade virtual pode portar-se como construtora de um senso comum (Berger e Luckmann), formando uma autoridade cultural (Zelizer) por meio das ferramentas digitais disponíveis em redes sociais (Recuero). Para tal estudo, o enfoque foi feito na comunidade JornalistasRJ observando os conceitos: comunidade (Bauman), interação social (Berger e Luckmann), pertencimento (SÁ), ritual de marcação (Douglas) e Comunicação Mediada pelo Computador (Recuero).

Palavras-chaves: Comunidade virtual; senso comum; autoridade cultural; Facebook.

Abstract: The article aims to expose how a virtual community can behave like a common sense construction (Berger and Luckmann), forming a cultural authority (Zelizer) by means of digital tools available in social networks (Recuero). For this study, the focus was made on the community JornalistasRJ watching the concepts: community (Bauman), social interaction (Berger and Luckmann), belonging (SA), ritual marking (Douglas) and by Computer Mediated Communication (Recuero).

Keywords: Virtual Community; common sense; cultural authority; Facebook.

---

<sup>1</sup> Tatiana Cioni Couto é pós-graduada em Jornalismo Digital pela Faculdade Estádio de Sá (2003) e Marketing pela Cândido Mendes – projeto a Vez do Mestre (2008) e docente da Faculdade Pinheiro Guimarães (2010-atual). E-mail: tatianaccouto@hotmail.com.

## Introdução

O artigo presente visa observar como uma comunidade on-line pode construir um senso comum e formar uma comunidade interpretativa on-line, onde os integrantes circulam conhecimento próprio (Zelizer, 1992). Para tal estudo, irá ser estudada a comunidade JornalistasRJ no Facebook.

Criado em fevereiro de 2012, o JornalistasRJ congrega profissionais e estudantes de jornalistas que moram ou trabalham no Rio de Janeiro. Na comunidade virtual, o grupo se descreve:

Somos um grupo de convivência na web, livre e independente, criado para reunir profissionais que atuam ou atuaram em veículos, assessorias de imprensa ou outras áreas da Comunicação no Rio de Janeiro, que sejam daqui, vivam, tenham vivido ou atuado por essas bandas. Nosso principal interesse é promover o networking saudável e a troca de informações e conhecimentos que estimule a cultura da colaboração entre coleguinhas de diferentes posições e perspectivas do Jornalismo em suas mais diversas funções<sup>2</sup>.

Com 4327 membros<sup>2</sup>, dado atualizado no dia 12/03/2012, a comunidade específica quem pode pertencer ao grupo:

JornalistasRJ é um grupo pra quem é do tempo em que pra ser jornalista era preciso cursar quatro anos de faculdade, aprender História do Rádio, da TV, Filosofia, Antropologia, Sociologia..., além das técnicas de reportagem, redação, fotojornalismo etc ... Tudo isso recheado a muita ralação e pescoções intermináveis numa redação!!!

É um espaço pra gente da geração X do Jornalismo, ainda do tempo do telex, do fax, da máquina de escrever... Mas, sobretudo, do jornalismo levado a sério, quando ainda se acreditava utopicamente que era possível mudar o mundo e as pessoas com notícias verdadeiras, que prezavam pela imparcialidade. Como nos velhos tempos de foca!!! Um grupo pra quem ainda não sabe o que fará com seu diploma... Ou até já perdeu o seu!!! E, como não temos qualquer preconceito, é um grupo também pra quem está chegando agora... Pra essa gente da geração Y, em tempos de redes sociais, da cultura do "eu-repórter", do compartilhamento de informações e do conhecimento. Enfim, é um espaço plural, pra todas as cores e formas da Comunicação feita por jornalistas!!! A ideia aqui é trocar ideias, promover o conteúdo livre e independente, com interação total! Só não vale ofensas e baixarias, ok, coleguinhas?!2.

<sup>2</sup> Dado obtido em 01/08/2012 em <http://www.facebook.com/#!/groups/JornalistasRJ/members/>

## A Comunidade Jornalistas RJ

A comunidade utiliza do ciberespaço para trocar informações na área do jornalismo, como informações de dados (telefones, endereços), pedidos de fontes (personagens para matérias), realizar enquetes, marcar encontros presenciais, promover avisos de pautas e releases e divulgação de vagas e cursos na área. As postagens são feitas com textos, fotos ou vídeos, utilizando o potencial multimídia disponível dentro da WWW.

Os seguidores da página participam na comunidade virtual compartilhando informações e comentando suas opiniões. A interação entre os membros ocorre diariamente, mesmo não sendo obrigatória a participação.

Por meio das mensagens postadas, cada membro participa da comunidade de uma maneira diferente: Seja curtindo, comentando, compartilhando ou mesmo marcando outros amigos da rede.

Em outras palavras, os jornalistas engajam-se ativamente em discussões e argumentações culturais e, na realização do seu trabalho, debatem com outros repórteres os temas que lhes se apresentam como importantes (ZELIZER, 1992, p.11).

Dentro da comunidade, o espaço é estrutura e dividido em abas: JornalistasRJ onde há o espaço para os *posts*; Sobre (descrição do grupo); Eventos, Fotos (dos encontros presenciais) e Arquivos, onde são colocados o chamado *mailing list* (telefones, endereços, e-mail, celulares e nomes dos repórteres de cada mídia existente).

Para entrar na comunidade é preciso ser aceito pelos administradores do grupo. Após a permissão, o membro pode postar sua mensagem. Ainda há opção de seguir determinada publicação do interesse para acompanhar todas as respostas de determinado *post*.

As postagens dos administradores do grupo são fixadas, ou seja, permanecem no topo das demais participações. Geralmente são para comunicar ou lembrar as regras da comunidade ou então fazer enquetes sobre os encontros presenciais.

Todas as publicações ficam armazenadas dentro da comunidade. Os assuntos são organizados por *tags*: Vagas, Cursos, Fontes e Pautas. No caso de Vagas, são colocadas tanto oportunidades de trabalho como concursos na área. Em Cursos, o autor coloca a informação seja por foto divulgação ou *link*. Em Fontes, os membros pedem tipos de profissionais específicos para finalizar a produção de uma matéria. Na categoria Pautas, há envio de sugestões de matérias para os jornalistas.

Na ferramenta Enquete, os membros do grupo escolhem o local do encontro mensal presencial por votação, conforme opções expostas pelos administradores do JornalistasRJ. A chamada “Pauta de Boteco” é realizada no Rio de Janeiro com a presença dos administradores do grupo e de quem quiser participar. Existem ainda publicações fixadas que são as mensagens dos administradores do grupo, como atenção de moderação de postagens ou ainda da chamada para participar de enquete.

### **A Escolha de uma Rede de Relacionamento**

Pesquisa do Ibope<sup>3</sup> aponta que fóruns, blogs, microblogs e outras páginas de relacionamento alcançaram 39,3 milhões de pessoas em agosto de 2011. O sucesso das redes sociais apoia-se em instrumentos que permitem cooperação, compartilhamento, interação e participação potencializada pela Web 2.0 – fase caracterizada pelos blogs, wikis, folksonmics, youtubes, que formariam as redes sociais (ANTOUN, 2008, p.19).

O Facebook tornou-se a rede de relacionamentos mais acessada no Brasil segundo a ComScore (empresa de pesquisa de hábitos na Internet), chegando a atrair 36,1 milhões de visitantes em dezembro de 2011<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Dado obtido no dia 28/05/2012, no endereço:  
<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=IBOPE+Nielsen+Online&docid=C2A2CAE41B62E75E83257907000EC04F>

<sup>4</sup> Dado obtido em 17/06/2012, no endereço:  
[http://www.comscore.com/por/Press\\_Events/Press\\_Releases/2012/1/Facebook\\_Blasts\\_into\\_Top\\_Position\\_in\\_Brazilian\\_Social\\_Networking\\_Market](http://www.comscore.com/por/Press_Events/Press_Releases/2012/1/Facebook_Blasts_into_Top_Position_in_Brazilian_Social_Networking_Market)

Basta entrar na rede de relacionamento para encontrar vários comentários, opiniões, compartilhamentos, links, vídeos, mobilizações e socializações on-line, como ressalta Shirky:

As pessoas agora se manifestam sobre os assuntos um milhão de vezes por dia, em incontáveis tipos de comunidade em comum. A possibilidade de os membros da comunidade falarem uns com os outros, às claras e em público, é uma grande transformação, que tem valor mesmo com a impossibilidade de se filtrar a qualidade (SHIRKY, 2011, p. 48).

Na Cultura da Participação (Shirky), a publicação de pensamentos não precisa mais de autorização, basta acionar o botão Publicar. Do outro lado da tela, haverá uma pessoa para comentar, compartilhar ou curtir. A partir das trocas começa-se a conversação: “A conversação é uma das práticas mais recorrentes na CMC e uma das apropriações mais evidentes em seu universo” (RECUERO, 2012, p.27).

A CMC permite a conexão dos indivíduos e formação de um espaço de trocas dentro da internet, como pontua Lemos (2008):

O ciberespaço é hoje um espaço (relacional) de comunhão colocando em contato, através do uso de técnicas de comutação eletrônica, pessoas do mundo todo. Elas estão utilizando todo o potencial da telemática para se reunir por interesses comuns, para bater papo, para trocar arquivos, fotos, música, correspondência (LEMOS, 2008, p.138)

Nesta comunhão, ressaltada por Lemos, nota-se trocas diárias de mensagens, algumas delas estabelecendo um novo ritual de marcação (Douglas, 2006). Mary Douglas atentou que as marcas normais da amizade são feitas por gastos sociais, realizados na construção de redes de relacionamento:

Os bens fornecem “marcação de serviço” nos “rituais de consumo”. Ir a um casamento contribui com uma “marcação de serviço” para o feliz casal, ir a um funeral é uma “marcação de serviço” para os enlutados, visitar um doente é uma “marcação de serviço” para o paciente, vale o mesmo para uma festa de aniversário ou despedida, ou para a presença de um jantar semanal de domingo. Nessas demonstrações, o consumo é um sistema de rituais recíprocos que envolvem gastos para a marcação apropriada da ocasião, seja dos visitantes e anfitriões, seja da comunidade em geral. O que chamamos de rituais de consumo são as marcas normais da amizade (DOUGLAS, 2006, p.40).

Como na internet, a tecnologia é apropriada e modificada (CASTELLS, 2003), surge desse modo a marcação on-line, o estabelecimento da comunhão sem a presença off-line. Para conversar e chamar atenção do amigo, basta “linkar” o nome da pessoa ao comentário.

Ao realizar essa demarcação, é estabelecido um sentido próprio membro, que reconhece dentro da rede quem se encaixa melhor dentro de determinada mensagem. O mesmo "ritual" é feito ao compartilhar o *post*.

No quadro abaixo, uma participante da comunidade comunica que está trabalhando na editoria de educação. Outros membros marcam seus amigos dentro da mesma rede para chamar atenção ao assunto. Um dos comentários pontua que outro colega trabalha em determinada editoria e faz o link com o nome do amigo. No segundo comentário, a pessoa faz o link com a própria autora do *post* para sugerir uma pauta relacionada ao assunto.



Figura 1: Postagem de membro do grupo que procura por pauta

A marcação em rede no JornalistasRJ é uma prática comum, já que através dela, os participantes podem debater determinado assunto, ou então usar para chamar atenção dos membros, seja para vagas abertas ou cursos disponíveis. No quadro abaixo, uma participante utiliza a *tag* de Vagas, para disponibilizar uma vaga de trabalho em aberto. Outros membros chamam a atenção de amigos que estão procurando trabalho,

utilizando do mesmo procedimento de marcação on-line do nome. Outro membro curte a postagem e também agradece a autora do *post*, chamando-a de "amiga".



Figura 2: Legenda: Postagem de membro que oferece vaga de trabalho

A participação dos integrantes inclui tanto pessoas da rede de amizade pessoal, como de membros da comunidade virtual. O elo é baseado em um senso comum, já que levam em conta gostos e interesses pessoais. A afinidade é construída antes *on-line* do que *off-line*, como atenta Palacios:

Outro aspecto interessante da sociabilidade nas comunidades virtuais é que o processo de formação do laço de afinidade social sofre uma espécie de inversão. Expliquemo-nos. Nos processos sociais da ‘vida real’ (IRL) estamos acostumados a encontrar fisicamente as pessoas, conhecê-las pouco a pouco e, à medida em que aprofundamos tal conhecimento, vamos, cada vez mais, intercambiando informações, identificando áreas de interesse comum e interagindo em função delas e, nesse processo, conhecendo-as. Nas comunidades virtuais, o processo parece inverter-se: interagimos inicialmente de maneira muitas vezes profunda, em função de interesses comuns previamente determinados, conhecemos as pessoas e, só então, e quando possível encontramos fisicamente tais pessoas (PALACIOS, 1996, p.93).

No quadro abaixo, a participante procura uma repórter específica da Revista Isto É, por meio de mensagem postada e em menos de uma hora já obtém o dado necessário que procurava. Antes de obter a informação desejada, ainda tem comentário de outro membro pedindo para enviar informação caso se “enquadre” em pauta. O autor do *post* se identifica e envia os dados de e-mail pessoal.



Figura 3: O membro da rede procura um contato específico

Nas teias da Web, as tipificações da interação social abordadas por Berger e Luckmann ganham um contorno diferente: ultrapassam o contato pessoal e ganham local para uma socialização secundária. No ambiente do ciberespaço, há a possibilidade da formação de amigos dos amigos dentro da rede. São os amigos virtuais que não se conhecem pessoalmente, mas formam uma socialização por meio das conversas on-line.

A era da Comunicação Mediada por Computador (RECUERO, 2012) traz a formação de laços sociais e relações sociais on-line, sem a necessidade do contato face a face (BERGER e LUCKMANN, 2011). É uma nova construção social da realidade por meio de conexões em rede:

As conexões são os elementos mais complexos dessas redes, afinal, são elas que unem os atores em grupos sociais (representados nos grafos, pelas arestas). Nas redes sociais, essas conexões são constituídas principalmente de relações sociais, ou seja, de relações criadas através de eventos de fala e de troca de informações entre atores, que terminam por construir laços sociais (RECUERO, 2012, p.129).

Como o Facebook é uma das maiores ferramentas de comunicação atuais (RECUERO, 2012, p.15), nota-se o uso do ambiente para estreitar as conexões. O ambiente reúne um grande número de pessoas, propício para formação de comunidades que possam criar vínculos e maior participação, como atenta Shirky:

O Facebook diz que tem mais de 300 milhões de usuários, mas nenhum deles tem a experiência de pertencer a um grupo de 300 milhões. Em vez disso, os usuários do Facebook se juntam em grupos muito menores, com dezenas de amigos. Esses grupamentos são consideravelmente mais envolvidos uns com os outros (SHIRKY, 2011, p.177).

O uso das ferramentas disponíveis dentro do Facebook promove diretamente a formação de comunidades virtuais de pertencimento, que levam a formação de locais dotados de significados e significações. É na construção das comunidades, que as pessoas se “reconhecem” e conseguem se relacionar e interagir. No caso do JornalistasRj, é no ambiente onde eles constroem um senso comum.

### **A Comunidade Virtual como Autoridade Cultural**

Na comunidade virtual JornalistasRJ, os membros utilizam de textos que cumprem a função de comentários, em uma possível obtenção de poder, como aponta Foucault (2011,p.22): “Discursos que, para além da sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda por dizer. Estão dentro do nosso sistema de cultura”. Por meio das mensagens, o grupo adota uma série de procedimentos internos, que podem levar a uma noção de juízo, como destaca Zelizer (1992, p.3): “a autoridade cultural ajuda os jornalistas a utilizarem suas interpretações dos eventos públicos de modo a se constituírem em comunidades autorizadas”.

Membros podem agir como fonte de conhecimento codificado (e quando os outros participantes compartilham noções semelhantes, podem até criar sua própria versão do fato (ZELIZER, 1992, p.2,3).

Um exemplo mostra-se no quadro abaixo, um participante da comunidade virtual pede uma fonte dentro de um perfil específico: Cientistas políticos ou especialistas em economia política para comentar um plano de financiamento de um plano de saúde.

Outro participante já sugere o especialista para criar a matéria dentro da linha editorial pensada.



Figura 4: O membro procura uma fonte especialista

A possibilidade de redigir uma matéria por meio da “construção” de interpretações, na escolha de “personagens”, fontes que se tornam autorizadas e credenciadas pelo grupo, tornam o JornalistasRJ uma comunidade interpretativa:

O modo como os jornalistas se atribuíram o poder de interpretação, as maneiras pelas quais certas interpretações difundiram-se através das empresas noticiosas e o modo como os repórteres marginalizaram outros grupos que tinham versões alternativas dos mesmos eventos são revelados pelos seus padrões de repetição da narrativa. Esses padrões sugerem que os jornalistas funcionam como uma comunidade interpretativa, como um grupo que se auto-credencia através de suas narrativas e suas memórias coletivas (ZELIZER, 1992, p.13).

As mensagens dentro da comunidade possuem uma série de significações que são partilhadas (BERGER; LUCKMANN, 2011). No caso do JornalistasRJ, as trocas de mensagens são todas dentro da área de interesse do grupo. Cada membro reconhece a postagem e já faz sua própria interpretação ao compartilhar, curtir e marcar outros amigos da rede.

Geralmente um tópico tem mais de um comentário, revelando a participação dos membros. Para chegar a um senso comum em certos debates, os participantes trocam informações entre si, como no caso das pautas e fontes. Os links adquirem importância dentro da comunidade, como aponta Lemos:

Os hipertextos, seja on line (web) ou off-line, são informações textuais combinadas com imagens (animadas ou fixas) e sons, organizadas de forma a promover uma leitura (ou navegação) não linear, baseada em indexações e associações de idéias e conceitos, sob a forma de links. Os links funcionam como portas virtuais que abrem caminho para outras informações (LEMOS, 2008, p.122).

Diversos *posts* utilizam dos *links* para divulgar diversas informações dentro dos temas da comunidade (vagas, concursos, pautas, fontes); compartilhar assuntos como comportamento perante a mídia (agressões verbais ou físicas com jornalistas) e que são colocados para debate no grupo ou ainda usar o ciberespaço para divulgar os trabalhos realizados de cunho autoral. Se for necessário os tópicos são contextualizados pelos autores com fotos e vídeos.

O hipertexto torna-se uma estrada onde cada membro pode decidir uma ação. A velocidade da troca de informações auxilia a circular os discursos e principalmente construir sentidos comuns dentro de determinados tópicos.

## Conclusão

O Grupo JornalistasRj torna-se ponto de encontro para trocas diversas por meio das ferramentas existentes dentro do sistema: mural para publicar texto, fotos e vídeos, compartilhamento com amigos; aplicativos e jogos diversos; bate-papo em tempo real e sistema de mensagens privadas. O debate pode existir, mas sempre em torno do senso comum dos membros. Como lembra Bauman :

Numa comunidade, todos nos entendemos bem, podemos confiar no que ouvimos, estamos seguros a maior parte do tempo e raramente ficamos desconcertados ou somos surpreendidos. Nunca somos estranhos entre nós. Podemos discutir - mas são discussões amigáveis, pois todos estamos tentando tornar nosso estar juntos ainda melhor e mais agradável do que até aqui (BAUMAN, 2003, p.8)

A comunidade virtual possibilita esse “estar juntos” e “não ser estranhos”: são pessoas com os mesmos interesses, conectadas em rede, o que potencializa a formação de um capital social cognitivo:

Ao associar-se a uma Comunidade no Orkut, por exemplo, ou ao comentar em um novo weblog ou fotolog, um indivíduo pode estar iniciando interações através das quais vai ter acesso a um tipo diferente de capital social, ou ainda, a redes diferentes (RECUERO, 2010, p.53).

No caso do JornalistasRJ, é possível observar a participação do público em um canal e a formação de uma ‘comunidade da palavra letrada’ (Sá, 2005, p. 90):

Em outros termos, como já dito anteriormente, a comunidade é um plebiscito diário e sua vitalidade depende do grau de comprometimento e investimento de cada um dos membros, traduzido em dispêndio de energia, afeto, dedicação e discussão.

A troca de informação, o debate, o compartilhamento acabam traduzidos em muitas postagens on-line. Os dispositivos tecnológicos disponíveis dentro das redes sociais tornam-se instrumentos de convergência, pois facilitam circular o conteúdo em múltiplas plataformas, mas o sucesso das comunidades virtuais depende de envolvimento:

A circulação de conteúdos - por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores (JENKINS, 2009, p.29).

Sem o envolvimento não há participação ou mesmo a construção de uma comunidade virtual. A participação ativa descrita por Jenkins toma formato no JornalistasRJ com a marcação de amigos ou membros para debater e compartilhar assuntos.

Na comunidade virtual, todo conteúdo é organizado, formando assim um signo compreendido e dotado de sentido (Bakhtin, 1998). Por meio da interação social on-line há o surgimento dos signos e temas que adquirem um formato ideológico.

O discurso circulado na rede social parece adquirir o poder que Foucault (2011) cita em sua obra. As postagens seriam os procedimentos internos (comentários) que auxiliam as mensagens a circularem e tomarem um determinado sentido. Com um certo

grau de comprometimento, os membros auxiliam na Cultura da Participação (Shirky, 2011).

As interações sociais e os laços criados podem auxiliar a formação do senso comum on-line, como afirmam Berger e Luckmann: “Destá maneira a linguagem marca as coordenadas da minha vida da sociedade e enche esta vida de objetos de significação” (BERGER; LUCKMANN, 2011, p.38).

Neste aspecto, percebe-se que o JornalistasRJ ao ter um grau de participação diária, pode criar ‘teias de significado’ (SÁ, 2005) . As mensagens dos membros “tendem para” um sentido, introduzem tensões inteiramente diferentes em cada usuário da rede e por isso podem mover-se em diferentes esferas (BERGER; LUCKMANN, 2011).

Ainda é muito cedo para saber se o Facebook como ferramenta de comunicação pode facilitar a perpetuação dos signos. O ambiente deve ser mais estudado para perceber a criação de vínculos de pertencimento em comunidades virtuais. Será que foi eliminada a necessidade do face a face? A dúvida permanece, pois a formação da autoridade cultural em ambiente on-line é uma prática recente. A comunidade JornalistasRJ completou somente um ano de vida até o ano de 2013 e por isso ainda deve ser observada.

## Referências

ANTOUN, Henrique (org.). *Web 2.0: Participação e vigilância na era da comunicação distribuída*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1998.

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 2011.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COMSCORE. Disponível em:  
<[http://www.comscore.com/por/Press\\_Events/Press\\_Releases/2012/1/Facebook\\_Blasts](http://www.comscore.com/por/Press_Events/Press_Releases/2012/1/Facebook_Blasts)

\_into\_Top\_Position\_in\_Brazilian\_Social\_Networking\_Market> Acesso em: 17/06/2012.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*, 21ª edição. São Paulo: Loyola, 2011.

JORNALISTASRJ. Disponível em: <<http://www.facebook.com/#!/groups/JornalistasRJ/members/>> Acesso em: 01/08/2012.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PALACIOS, Marcos. Cotidiano e sociabilidade no ciberespaço: apontamentos para discussão. In: *O Indivíduo e as massas: Ensaios sobre comunicação, Política, Arte e Sociedade no Mundo Contemporâneo*. FAUSTO NETO, Antônio e JOSÉ PINTO,

PORTAL IBOPE PUB. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=IBOPE+Nielsen+Online&docid=C2A2CAE41B62E75E83257907000EC04F>> Acesso em: 28/05/2012.

Milton. RJ: Diadorim, 1996.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

\_\_\_\_\_ *A conversação em rede: comunicação medida pelo computador e redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SÁ, Simone. *O Samba em Rede: comunidades virtuais, dinâmicas identitárias e carnaval carioca*. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

ZELIZER, Barbie. *Covering the body: the Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. Chicago & London: University of Chicago Press, 1992. 299p Cap. 1: Introduction: narrative, collective memory and journalistic authority. p. 1-13. Traduzido para o português por MTGF de Albuquerque. Rev. técn. de A. de Albuquerque.