



A emergência do local na rede: um olhar sobre os sites de Bairro de Fortaleza¹

Francisco Anderson Gomes de LIMA²
Zoraia Nunes Dutra FERREIRA³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente artigo visa discutir a emergência de sites de conteúdo local, tendo como referência os sites de bairro de Fortaleza. Acorados no conceito de bairro e de território informacional, nos dedicamos à questão do papel dessas mídias na garantia de uma visibilidade mais ampliada a esses locais. Interessa-nos discutir, também, a presença dos sites de bairro na rede, considerando-os como uma inovadora prática de comunicação popular que faz uso das possibilidades trazidas pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC's).

PALAVRAS-CHAVE: Bairros; Comunicação Popular; Internet; Sites de Bairro.

Introdução

No contexto da sociedade contemporânea, a chamada sociedade da informação, a Internet tem possibilitado a indivíduos e coletivos se inserirem cada vez mais nos processos comunicativos mediados pelo computador. Nos últimos tempos, vêm aparecendo sites de associações de bairro, blogs de coletivos, páginas criadas ou inspiradas por movimentos populares. Atualmente, as organizações da sociedade civil têm buscado usar a Internet para inovar as práticas comunicativas e garantir visibilidade, em escala mundial, para suas lutas e reivindicações.

LEMOS (2009, p.39) apresenta três princípios que estariam norteando a atual cultura de informação: “a liberação do pólo de emissão, o princípio de conexão em rede e a conseqüente reconfiguração sociocultural a partir de novas práticas produtivas e recombinaatórias”. Nos últimos anos, “os usuários têm a chance de assumir-se como atores comunicantes, ou , se preferirmos, a bela metáfora de Jöel de Rosnay, como ‘neurônios de um cérebro planetário (ROSNAY, 1995, p.79 *apud* MORAES,2007, p.1)

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Aluno do 6º Semestre do Curso de Jornalismo do ICA-UFC, email: anderson.fglima@gmail.com

³ Orientadora do Trabalho. Graduada em Comunicação. Mestranda em Comunicação PPGCOM-UFC. Bolsista CAPES-REUNI, email: zoraia.bk@gmail.com



A utilização das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) tem sido uma das demandas dos movimentos populares e de outros movimentos sociais. Segundo PERUZZO (2009, p.36)

tais movimentos sempre usaram meios próprios de comunicação, até pelo cerceamento à sua liberdade de expressão por meio da grande mídia. O processo que vai do panfleto ao jornalzinho e dele ao *blog* e ao *website* na internet, do megafone ao alto-falante e dele à rádio comunitária, do slide ao vídeo e dele à TV Livre e ao Canal Comunitária da televisão a cabo.

No presente trabalho, busca-se discutir a inserção dos bairros de Fortaleza no ciberespaço. Parte-se da idéia de que os sites de bairros, como inovadores meios de comunicação desses locais, podem estar contribuindo para uma efetiva constituição de territórios informacionais e atuando como canal para uma maior difusão dos assuntos de interesse dos moradores destas regiões.

A inserção dos bairros na web: uma nova configuração do urbano

Antes da reflexão acerca da nova configuração dos bairros na web, busca-se empreender uma revisão no conceito de bairro. Pierre George, citado por BEZERRA (2011) interpreta o bairro como uma unidade de base da vida urbana:

O morador refere-se ao seu bairro, quando quer situar-se na cidade; tem impressão de ultrapassar um limite quando vai a um outro bairro. [...] É com base no bairro que se desenvolve a vida pública, que se organiza a representação popular. Finalmente, e não é menos importante, o bairro tem um nome que lhe confere uma personalidade dentro da cidade (GEORGE, 1983, p. 76, *apud* BEZERRA, 2011, p.28).

A existência dos bairros é importante na questão da organização popular, pois é situando-se nessas localidades é que os grupos podem se articular com objetividade. O bairro é, como define SOUZA (1989, p.4), referendado por BEZERRA (2011, p. 27)

[...] um referencial direto e decisivo, pois define territorialmente a base social de um ativismo, de uma organização, aglutinando grupos e por vezes classes diferentes (em níveis variáveis de acomodação ou tensão); catalisa a referência simbólica e, politicamente, o enfrentamento de uma problemática com imediata



expressão espacial: insuficiência dos equipamentos de consumo coletivo, problemas habitacionais, segregação sócio-espacial, intervenções urbanísticas autoritárias, centralização da gestão territorial, massificação do bairro e deterioração da qualidade de vida urbana.

Com o avanço das novas tecnologias de informação, há uma mudança na forma de representação das cidades. Segundo Castells (2007, p.488), “há uma forma espacial característica das práticas sociais que dominam a sociedade em rede: o espaço de fluxos”. A era da informação está introduzindo uma nova forma urbana: a cidade informacional.

O progresso das tecnologias da informação e comunicação vem possibilitando uma nova configuração das cidades, com suas divisões territoriais também se inserindo na internet, no caso do tema proposto neste artigo, os bairros.

Não se trata da emergência de uma nova cidade, ou da destruição das velhas formas urbanas, mas de reconhecer a instauração de uma nova dinâmica de reconfiguração que faz com que o espaço e as práticas sociais das cidades sejam reconfiguradas com as emergências das novas tecnologias de comunicações e das redes telemáticas. (LEMOS, 2003, p. 2-3)

Na sociedade globalizada, o local e o global se entrecruzam. Na web, os lugares adquirem uma nova configuração. No processo de imersão na rede mundial de computadores, esses lugares que tem suas “características sociais, culturais, físicas e funcionais bem definidas não desaparecem, mas sua lógica e seu significado são absorvidos na rede”. (CASTELLS, 2007, p.502)

A partir destas constatações infere-se que o espaço de fluxos, o ciberespaço, tem ligação com o espaço de lugar, sendo este formado pelos lugares físicos da cidade. LEMOS (2009, p.44) define que

nesta fusão de espaço de lugar e espaço de fluxo, vemos a constituição de territórios informacionais: além do território físico, do controle simbólico, corporal, cultural, vemos surgir uma nova dimensão, um território que podemos chamar de território de controle de informação, o território digital informacional

Na contemporaneidade vive-se uma relação de local-global em que agentes individuais ou inseridos em coletividade usam de meios de comunicação para divulgar suas localidades. Como expõe LEVY (1999, p.120)



Cada conexão suplementar acrescenta ainda mais heterogeneidade, novas fontes de informação, novas linhas de fuga, a tal ponto que o sentido global encontra-se cada vez mais perceptível, cada vez mais difícil de circunscrever, de fechar, de dominar.

Na rede, “o layout da forma urbana passa por uma grande transformação. Mas essa transformação não segue um padrão único, universal: apresenta variação considerável que depende das características dos contextos históricos e institucionais”. CASTELLS (2007, p.498).

Segundo LEMOS (2009, p.38), “a internet e as tecnologias digitais contemporâneas, desde a internet fixa até as tecnologias móveis atuais, permitem, efetivamente, a vivência de processos desterritorializantes, mas, ao mesmo, tempo, de controle informacional, ou seja, de criação de territórios”. O referido autor fala ainda que “o território digital cria uma zona dentro de outros territórios onde é possível acessar, produzir e distribuir informação, de maneira autônoma, estabelecendo redes colaborativas e processos comunicativos mais complexos”. (LEMOS, 2009, p. 45)

Os sites e a representação das comunidades

Desde o fim dos anos 1990, as associações civis têm se apropriado da rede. O pioneirismo é atribuído à organização francesa *Association pour La Taxation de Transactions pour l'Aide aux Citoyens* (ATTAC) que, no ano de 1999, promoveu um encontro internacional para discutir formas alternativas de atuação em escala mundial dos movimentos sociais.

Nos últimos sete anos, em Fortaleza, tem se observado um crescimento de sites de bairro. Atualmente, existem onze sites. Como não foi possível o contato com todos, no presente artigo, serão abordados os sites dos bairros Álvaro Weyne, Ellery, Messejana, Monte Castelo, Centro, Genibaú, João XXIII.

As motivações para tanto possivelmente vêm do interesse social presente nos cidadãos e nas organizações civis em interferir nos sistemas geradores e mantenedores da desigualdade, além das possibilidades inovadoras, como a efetiva interatividade, que as novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC) oferecem. (PERUZZO, 2009, p.58)



Em 2010, os representantes desses sites estiveram reunidos no I Encontro de sites de bairro de Fortaleza. O tema do encontro foi “O Papel social do site como Ferramenta de Comunicação Popular Alternativa”. O evento foi promovido pelo produtor do site Genibaú e funcionário da Universidade Federal do Ceará (UFC), Cleber Aragão, e aconteceu na Sede do Serviço Social do Comércio (SESC), no bairro Centro de Fortaleza, em 2010.

Dois meses antes da realização do encontro, na edição de 21/07/2010, o jornal O Povo fez uma matéria sobre os sites de bairro de Fortaleza. Com o título MEUBAIRRO.COM. BR, a presença dos sites no jornal da mídia convencional ajudou na divulgação desses novos territórios informacionais. Os sites tem no blog da Jangadeiro outra importante visibilidade, permeada pelo dialogo entre a mídia comercial e as experiências de comunicação popular no blog Jangadeiro Comunidade, da TV Jangadeiro, afiliada do SBT em Fortaleza, que esteve presente no I Encontro de sites de bairro.

Ao longo do tempo a utilização de meios comunicacionais tem sido considerada uma necessidade como canal de expressão nas dinâmicas de organização popular. Se no passado, meios de limitado alcance eram usados como panfleto, jornalzinho, alto-falante, carrinho de som, “hoje, o que se quer é assegurar o acesso a meios modernos, eficazes e com capacidade de atingir um público cada vez mais amplo simultaneamente” (PERUZZO, 2009, p.38). É neste ambiente potencializado que os sites de bairros surgem, gerando um sentimento de pertencimento. BARBOSA (2004, P.54) define que

Os sites com conteúdos locais - sejam de jornais, portais, guias urbanos e demais serviços - são uma tendência crescente na Internet e atuam também no sentido de despertar o interesse da comunidade para o uso da Rede, criando vínculos de pertencimento pela proximidade, pois é ela que pode criar solidariedade, laços culturais e desse modo identidade”

A necessidade do uso das tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) pelas iniciativas populares visa, portanto, atingir um público mais amplo. Segundo PERUZZO (2010, p.13), “como partes constituídas e constituintes da sociedade atual, não há outra maneira do que se estar nelas e empoderar-se delas”.



Um dos pressupostos para a comunicação comunitária, também chamada por Cicília Peruzzo como popular e alternativa é “a existência de uma práxis que vai além do simples estar próximo ou compartilhar das mesmas situações”. (PERUZZO, 2009, p.57). “A comunidade se funda em identidades, ação conjugada, reciprocidade de interesses, cooperação, sentimento de pertença, vínculos duradouros e relações estreitas entre seus membros” (PERUZZO, 2008, p.58)

Observando o contexto de Fortaleza, foi possível verificar que há sites cujos gerenciadores não moram no bairro. Observou-se essa ocorrência no site do bairro Genibaú.

Portanto, nem todo meio de comunicação local é comunitário, apenas por se dirigir a uma audiência próxima, usar a mesma linguagem ou falar das coisas do lugar. Este pode simplesmente reproduzir os padrões da mídia comercial privada em termos de interesses econômicos e políticos, além de se basear na mesma lógica de gestão e programação, distanciando-se da perspectiva comunitarista. (PERUZZO, 2009, p. 58)

Como será verificado mais adiante, além dos sites, na representação dos bairros de Fortaleza, é possível verificar a existência de meios tradicionais como o jornal de papel, mas também páginas de redes sociais como blogs, videologs, twiter, podcast etc.

Um olhar sobre os sites

Nesta parte do presente trabalho, apresentamos uma análise das páginas iniciais dos sites de maneira a apresentar melhor o conteúdo das mesmas. É importante dizer que os sites de bairro de Fortaleza não têm caráter unicamente noticioso. Aparecem também além da seção de notícias, guias comerciais e banners de serviços públicos. Sobre a variedade de conteúdos, BARBOSA (2004, p.54) explica que

A oferta casada de informação (banco de dados, hipertextos, áudio, vídeo), serviços, entretenimento e produtos num só lugar além de gerar volume de acessos, aumentando a audiência, é o ponto de partida para se atrair os usuários, lhes permitindo participar de uma comunidade não apenas existente no ambiente eletrônico mas com suas ramificações no espaço físico das cidades.

Site do Bairro Monte Castelo



O site do Bairro Monte Castelo (www.bairromontecastelo.com.br) foi lançado em 2008. Na seção Quem Somos, os organizadores escrevem que o site pretende ser “um meio de comunicação aberto e democrático, voltado para expor as necessidades, anseios e atividades da região”. Observação do site no momento de produção deste artigo verificou na página inicial espaços para notícias, enquete, acesso para quem quer se cadastrar.

Constatou-se a presença de banners comerciais e de serviços de utilidade pública como de busca de CEP, Coleta de Lixo, IPTU 2011, Boletim de Ocorrência. Na coluna da esquerda há banners de outros sites de bairros. O site oferece ao internauta um guia comercial em dez páginas, listado por ordem alfabética, onde podem ser achados endereços de estabelecimentos comerciais do Monte Castelo e de outros bairros de Fortaleza. Consideramos que a promoção dos estabelecimentos do bairro, os produtores do site evidenciam a atenção em dar visibilidade ao local.

Como ferramentas de interação, abaixo de cada notícia, há espaço para comentário e na seção Fale Conosco, o usuário pode deixar sua mensagem. Na ocasião de produção deste trabalho não foram visualizados comentários nas matérias, o que dificulta dimensionar a recepção dos usuários.

Site do Bairro Ellery

Vizinho ao bairro Monte Castelo, há o bairro Ellery, cujo site (www.bairroellery.com.br) foi lançado no dia 20 de janeiro de 2006. A idéia da criação do site partiu de um grupo de organizadores do Bloco Sai na Marra (grupo carnavalesco do bairro), que queriam criar um site para divulgar as fotos do bloco. Surgiu a proposta de organizar um site de caráter social, com serviços e funcionalidades que representasse o bairro. Em fevereiro de 2006, o site registrou 188 mil páginas visitadas. O pico de visitas foi registrado em junho de 2008, com a marca de 350 mil pageviews no mês.

Uma visualização no site atestou a presença da multimídia por meio da rádioweb (com links para estações do Senado, Universitária FM, FM Novos Rumos); 26 vídeos; 2129 imagens, distribuídas em 36 álbuns). Percebeu-se que as fotos são de eventos ocorridos no bairro ou de lutas e mobilizações articuladas pela Associação Comunitária. Trata-se de uma maneira de dar visibilidade aos assuntos de interesse local. Outro aspecto que as fotos suscitam é uma representação alternativa aquela que



comumente a mídia comercial faz nos programas policiais ou para falar das dificuldades vivenciadas em seus bairros. Na seção notícias, o usuário pode visualizar matérias do bairro, da cidade, do Brasil, da Mídia, de Direitos e Opinião (esta última produzida pelos colaboradores). Verificou-se que há uma articulação entre local e global.

Na seção Deixe um recado, os internautas deixam críticas, sugestões, dúvidas. Chamou a atenção um comentário de um internauta que questionou a credibilidade do site ao criticar a ausência de mapa do bairro. Em outra crítica, um usuário questiona uma possível inclinação política do site com uma vereadora do PC do B. Percebemos através dessa breve análise que não são apenas elogios dos internautas que são publicados, mas também críticas e descontentamentos o que demonstra o caráter democrático dessa mídia.

Além desta seção, há as opções Fale Conosco e comentar, esta última encontra-se disponível na seção de notícias. Um destaque na seção “O Bairro” é o banco de dados de pesquisas acadêmicas sobre o bairro Ellery. São cinco artigos e todos estão disponíveis para visualização no formato PDF. Um aspecto interessante que indica que a pesquisa acadêmica colabora para a visibilidade e valorização do local. Consideramos relevante o espaço dado tanto para o saber popular, como para o saber formal.

Site do Bairro João XXIII

Pelas informações obtidas com os desenvolvedores do portal Bairro João XXIII (www.j23.com.br) trata-se de um site sem fins lucrativos, fundado em 2009 por dois moradores da comunidade. A idéia de criar o portal do bairro João XXIII surgiu no final de 2008. Seu planejamento começou em janeiro de 2009 com a coleta de informações sobre a história do bairro. O desenvolvimento do portal começou em março de 2009 e terminou em novembro do mesmo ano.

O real motivo do nascimento desse portal, segundo eles, foi a necessidade de informar a comunidade sobre as notícias do bairro, divulgar os projetos e registrar a grande quantidade de eventos sociais, culturais, populares, esportivos e religiosos que acontecem principalmente na praça do bairro João XXIII. Também na experiência do João XXII percebemos o foco no local. A necessidade de dar visibilidade e importância ao que ocorre no bairro. Em seguida foram inseridas as vagas de emprego e o



fortalecimento da utilidade pública, como: perda de documentos, desaparecidos, comunicação popular e etc.

Em fevereiro de 2010 foram adicionadas duas novas seções que atualmente são as mais procuradas no portal, que são as seções de utilidade pública e empregos. Nesse mesmo mês a comunidade já estava participando do site, enviando sugestões de melhoria no bairro, notícias, informações sobre utilidade pública e pedindo a presença do portal na cobertura dos eventos.

Na página inicial, na coluna da esquerda há 23 links. Na coluna do meio aparecem eventos do bairro, notícias do bairro, da cidade, do Brasil. Na seção dicas, há orientações sobre saúde, concentração em provas, como abrir uma empresa. Na seção entretenimento, há mensagens de otimismo e fé, paz e esperança. No aspecto interativo, a seção Contato e Mural de Recados são as únicas opções. Nas notícias, não há espaço para comentários. Entendemos que a ausência dessa ferramenta impede uma maior interatividade com os internautas, tornando difícil captar a repercussão dos conteúdos veiculados.

Site do Centro

O site do Centro de Fortaleza (www.centrodefortaleza.com.br) tem notícias predominantemente da prefeitura de Fortaleza e da Câmara de dirigentes lojistas de Fortaleza. O site se destaca pelo serviço de busca de estabelecimentos comerciais e históricos. O usuário pode acessar a seção Praças, para saber mais sobre estes logradouros e a seção História, onde estão informações sobre outros monumentos patrimoniais do centro.

O site também está inserido em outras redes sociais como Orkut, twitter, blogger. O estímulo á interação acontece por enquete, contatos, twitter, anuncio no site. Percebemos que o site funciona bem mais como uma vitrine de divulgação de eventos.

Um olhar para o site do Centro de Fortaleza nos leva a constatar que esse caráter é reforçado pelo fato do Centro de Fortaleza, ao longo do tempo, ter se tornado apenas um bairro comercial e não mais residencial. Diferentemente dos demais sites de bairro, não encontramos notícias ou fotos que tenham como foco os moradores e seu cotidiano.



Site do Genibau

No site (www.bairrogenibau.com.br) há poucas notícias sobre o próprio bairro. Um olhar nos últimos assuntos divulgados permitiu verificar que as notícias mais divulgadas estão relacionadas às ações da Prefeitura como inscrições em programas sociais como Cozinha Popular, assuntos de âmbito nacional como divulgação da tabela do IPVA e o download do programa de declaração do Imposto de renda. Ainda como utilidade pública, o usuário conta com serviços como busca de CEP, telefones úteis, BO eletrônico, vagas de emprego.

A interatividade se realiza por uma enquete presente no site e pela opção fale conosco no menu principal. Entre os poucos anúncios, há um banner da Prefeitura e no topo do site, uma barra com links do jornal O Povo. Entendemos que a existência desses dois anunciantes influem na reprodução de notícias, já que há mais espaço para divulgação de releases e de matérias da mídia comercial e, por outro lado, poucas matérias voltadas propriamente para o bairro.

Site do Álvaro Weyne

No Álvaro Weyne, o site da União dos Moradores de Luta do Álvaro Weyne (www.umlaw.org.br) representa o bairro no ciberespaço. Funcionando desde janeiro de 2007, no site a Associação declara que tem como missão organizar os moradores do bairro com vista à defesa de seus interesses e reivindicações junto ao poder público de modo a garantir uma melhor condição de vida dos mesmos.

Uma análise na página inicial do site da Umlaw permite verificar a existência da multimídia, que acontece pelo uso de fotos, vídeo, textos de notícias. Verificamos que há matérias relacionadas com o bairro como por exemplo a reforma do Pólo esportivo do Álvaro Weyne, publicada no dia 16/03/2011, uma reivindicação que já dura cinco anos e ainda não foi concluída. Outro exemplo foi a cobertura da Umlaw da visita de um oculista que visitou o bairro, à convite da Associação, para realizar atendimento oftalmológico, em setembro de 2010.

Na coluna do meio, há links para sites de movimentos sociais: Cearah Periferia, FBFF, Conam e para sites governamentais: Governo Federal, Senado, Câmara Federal, Governo do Estado, Assembleia Legislativa, Prefeitura de Fortaleza e Câmara de Vereadores.



Em relação às ferramentas de interação, no momento da produção deste artigo, havia uma enquete, perguntando se o usuário aprovava o aumento na tarifa de ônibus pela Prefeitura de Fortaleza. No ícone Amigos da Umlaw, o visitante pode se cadastrar, no menu *Vote no melhor bloco*, o usuário pode escolher o melhor bloco de pré-carnaval e no menu Contato, o internauta pode enviar um email.

O site da Umlaw utiliza a tecnologia *Streaming*, que entrega conteúdo para um determinado usuário, exibindo os conteúdos no instante em que os pacotes são recebidos. A reprodução pode ser sob demanda e ao vivo. A TV Umlaw usou a última na cobertura da Conferência Estadual e Nacional de Comunicação, realizada em Brasília, em 2009. Além do site, a Umlaw participa das redes sociais: Youtube, Blog e Orkut.

Site de Messejana

O Portal Messejana (www.portalmessejana.com.br) existe há praticamente sete anos, que completará em setembro de 2011. Tem em sua estrutura um Analista de Informações, programador, fotógrafos(as) e cinegrafista. Todos esses profissionais moram no bairro.

Em sua estrutura o Portal Messejana disponibiliza um Menu de opções variado, como: Histórico de Messejana, Personalidades, destaques e reportagens diversas sobre Messejana e variados temas de interesse atual, Cobertura de Eventos, Mural de Recados (local onde a comunidade pode expressar seus anseios e fornecer informes) Informática, Fala Cidadão (recebe e-mail com opiniões variadas, críticas, sugestões) Dicas, Artigos, Esportes, Cultura, Humor, Saúde, Religião, Vídeos Top-100 (exibidos também no Canal Youtube do Portal) Guia Comercial, Classificados e "links" (chamadas) para os sítios de maior procura dos usuários em geral. Isso tudo e mais o Menu Empresas, com segmentos variados em Messejana.

Considerações finais

Nossa discussão chega a idéia que a inserção na rede tem sido uma necessidade de organizações populares de Fortaleza, as quais desejam gerenciar conteúdos que possam representar o bairro, gerando novos territórios informacionais.



Pelo o que foi discutido no texto, a era da informação fez com que a forma urbana ganhasse uma nova dimensão, sendo levada para a web, onde os territórios da cidade, no caso do presente artigo Fortaleza, onde agora também estão presentes não só as reivindicações e os problemas, mas a vivência da cidadania, da cultura, dos cidadãos que constroem esses locais.

Diante do que foi exposto, podemos concluir que em Fortaleza observamos um exemplo de interesse dos grupos populares dos bairros de se inserem na rede. Pelo que foi discutido, constatamos que a era da informação fez com esses grupos vissem na internet a oportunidade de manter um veículo de alcance mundial, potencializando a representação da localidade em que vivem.

Outra constatação, a partir do que foi apresentado, foi que apesar de publicamente e no contexto da sociedade de informação, mundialmente, se apresentar como veículo informativo de um bairro, problemas como falta de conteúdos que se dirijam mais à realidade do local distanciam alguns sites da proposta presumidamente mais voltada para o bairro, como foi o caso do Genibaú.

Referências:

BARBOSA, Susana. A informação de proximidade no jornalismo on-line. **Revista Contracampo**. Rio de Janeiro, n.7, 2002.p.47-64. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/contracampo/article/view/17/16>>. Acesso em: 16 abr. de2011.

BEZERRA, Josué Alencar. Como definir um bairro?Uma breve revisão. **Revista Geotemas**. Pau dos Ferros, Rio Grande do Norte, Brasil, v. 1, n. 1, p. 21-31, jan./jun., 2011. Disponível em <<http://periodicos.uern.br/index.php/geotemas/article/view/118/109>>. Acesso em: 07 mai.2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo. 10ª ed. Paz e Terra, 2007.

LE MOS, André. Cibercultura como território recombinate. **A cibercultura e seu espelho**: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa.São Paulo,dez. 2009. Disponível em:

<<http://www.abciber.org/publicacoes/livro1/>>. Acesso em 07 mai. 2011.

_____. **Cibercidades. Um modelo de inteligência coletiva**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26. , 2003, Belo Horizonte. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP08_lemos.pdf> Acesso em: 03 mai. 2011.

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



MORAES, Denis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las tecnologías de la Información e Comunicación**, vol IX, n.2, mayo-ago./2007.Disponível em <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/oi000009.pdf>>. Acesso em 06 mai.2011.

PERUZZO, Cicilia M.K. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações do setor. **Revista ECO-POS**, v.12, n.2., p.46-61, maio-agosto 2009.Disponívelem<www.pos.eco.ufrj.br/ojs2.2.2/index.php/revista/article/download/262/264>. Acesso em: 06 mai. 2011.

PERUZZO, Cicilia M.K. Desafios da Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa na Cibercultur@: Aproximação à Proposta de Comunidade Emergente de Conhecimento Local.In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 33., 2010, Caxias do Sul. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3359-1.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2011.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo - razão e emoção**. São Paulo. Ed. Hucitec, 1996.