



## **Jornalismo colaborativo: uma leitura do imaginário de Porto Alegre através da plataforma *Locast*<sup>1</sup>**

Ana Cecília Bisso Nunes<sup>2</sup>

Priscilla Guimarães<sup>3</sup>

Eduardo Campos Pellanda<sup>4</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

Este artigo analisa a plataforma *Locast*<sup>5</sup> (mídia para produzir, compartilhar e geolocalizar vídeos) no jornalismo colaborativo para compreender o uso de celulares para explorar o imaginário de uma cidade. O projeto “Onde fica o coração de Porto Alegre?”<sup>6</sup> (vídeos realizados com celulares nas ruas e publicados online) é o objeto de estudo deste trabalho, que permitiu associar atributos ao imaginário da capital e perceber que localidade, personalidade do lugar e momento de realização afetam o conteúdo colaborativo.

**PALAVRAS-CHAVE:** celular; imaginário; jornalismo colaborativo; mobilidade; Porto Alegre.

### **1. INTRODUÇÃO**

Novos caminhos e novos significados compreendem a atividade jornalística atualmente. Para entender tais mudanças, é preciso debruçar-se sobre a evolução tecnológica dos meios de comunicação e a democratização do uso destes meios. Também é necessário observar que o processo de produzir e reportar narrativas é elaborado por diferentes autores, com diferentes linguagens e temas. A forma de se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da FAMECOS-PUCRS, email: [anacecilianunes@hotmail.com](mailto:anacecilianunes@hotmail.com).

<sup>3</sup> Mestranda em Comunicação Social da FAMECOS- PUCRS, email: [priscilla.guimaraes@yahoo.com.br](mailto:priscilla.guimaraes@yahoo.com.br).

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo e membro do programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da FAMECOS- PUCRS email: [eduardo.pellanda@pucrs.br](mailto:eduardo.pellanda@pucrs.br).

<sup>5</sup> <http://locast.mit.edu/civic>

<sup>6</sup> Os vídeos podem ser acessados nos seguintes *links* : <http://locast.mit.edu/civic/content/467> - É o Centro o coração de Porto Alegre? (publicado em 20.11.09)\*; <http://locast.mit.edu/civic/content/470> -É a Azenha o coração de Porto Alegre? (publicado em 21.11.09)\*; <http://locast.mit.edu/civic/content/534> - É Ipanema o coração de Porto Alegre? (publicado em 22.11.09)\*; <http://locast.mit.edu/civic/content/548> - É o Parque da Redenção o coração de Porto Alegre? (publicado em 22.11.09)\*;

<http://locast.mit.edu/civic/content/677> - É o Parcão o coração de Porto Alegre? (publicado em 29.11.09)\*.

\*A data de publicação nem sempre coincide com a de realização dos vídeos.



relacionar com bits informacionais que circulam pelo planeta sugere uma transformação da própria dimensão da informação. O jornalismo, enquanto uma atividade da comunicação social, apresenta-se com outros padrões para a sociedade, assim como é utilizado com outros critérios.

A relação entre a tecnologia dos meios de comunicação e a sociedade dirige-se para uma perspectiva na qual, segundo Mark Weiser (1991), os computadores estarão cada vez mais integrados no ambiente natural do homem e que essa tendência significa a proximidade de alcançar o verdadeiro potencial das tecnologias da informação. Desta forma, novos conceitos passam a integrar o entendimento das práticas de jornalismo, como comunicação ubíqua, mobilidade, instantaneidade, noções de tempo e espaço, entre outros. E, assim, essa integração do homem com os computadores indica também o domínio de ferramentas de comunicação e capacidade de produção de conteúdo, de narrativas (Jenkins, 2006).

Se as práticas de comunicar-se estão acessíveis e democráticas, certamente o jornalismo – atividade de interesse comum – também é impactado e inserido neste comportamento social de produzir informação. No livro *We the Media* (2006), Dan Gilmore descreve este novo contexto.

“But something else, something profound, was happening: news was being produced by regular people who had something to say and show, and not solely by the `official` news organizations that had traditionally decided how the first draft of history would look. The first draft of history was being written, in part, by the former audience. It was possible- it was inevitable- because of the internet.”<sup>7</sup> (GILMOR, 2006, p. xx)

Desta forma, os sítios de jornalismo colaborativo, onde cidadãos são ativos na sugestão e produção de pautas, tem alto potencial de desenvolvimento. Isto se deve não só à possibilidade de participar de uma narrativa, mas defini-la, gerando mobilização. (RHEINGOLD, 2003). Para ratificar este contexto, uma pesquisa realizada em 2008, pelo Biving Groups com sites de jornais americanos, evidenciou que 58% das marcas já abriram espaço para UCG (user generated content). (*apud* SPYER (Org.), 2009). No mesmo livro, Spyer destaca ainda que iniciativas de jornalismo colaborativo podem hoje ser encontradas em diversos lugares do mundo como Chile, Estados Unidos, Espanha, França

---

<sup>7</sup> Mas algo mais, algo profundo, estava acontecendo: notícias estavam sendo produzidas por pessoas comuns que tinham alguma coisa para dizer e mostrar, e não mais somente pelas organizações midiáticas oficiais que tradicionalmente decidiam como o primeiro esboço da história iria parecer. O primeiro rascunho da história estava sendo escrito, em parte, por quem forma a audiência. Isso foi possível- isso foi inevitável- por causa da internet. - tradução livre das autoras.



e Itália. A publicação cita também iniciativas no Brasil como Eu Repórter (O Globo), Você Repórter (Terra), Minha Notícia (iG), VCnoG1 (G1), Leitor Repórter (Zero Hora e Jornal do Brasil) e Meu JC (Jornal do Commercio –PE)

Assim como a produção e diversificação do jornalismo movimenta-se, a informação também sofre o que poderíamos chamar de uma mudança de estado, tanto em relação à corporificação de um bit quanto à circulação do mesmo. Mídia locativa é o termo criado para designar a informação veiculada baseada em geolocalização. Para André Lemos, as mídias locativas desenhavam o que o autor denomina de território informacional (2007). A visão de Michael Curry (1999) também expõe a redefinição de lugar. O autor afirma que a pertinência dos lugares está relacionada ao contexto das ações do ser humano. E justamente o esclarecimento dos pontos sobre o contexto de uma ação é de suma importância para a eficácia da comunicação. Para Malcolm McCullough (2004), o uso do contexto otimiza o processo, desmassifica-o, cria apropriação.

Estas afirmações sobre mídia locativa (apropriações de espaços através de informação geolocalizada) são significativas no contexto do jornalismo colaborativo e seu potencial de mobilização e geração de envolvimento social. O autor Alain Bourdin (2001) explica que três grandes dimensões fundamentam o vínculo social: a troca, o sentimento de pertencer à humanidade, e o “viver junto” e partilhar o mesmo cotidiano. Bourdin também aponta que a revolução na mobilidade e na tecnologia inaugura novas escalas de organização social, onde o local privilegiaria a diversidade, as diferenças e a multiplicidade. Maffesoli (1987) apresenta o conceito de “estar junto” como socialidade, o que, para ele, seria um conjunto de práticas cotidianas que escapam ao controle social rígido, configurado em tribalismo e presenteísmo e, que estas questões das relações sociais são parte inerente entre a tecnologia e sociedade.

Mídias produzem espacialização, ação social sobre um espaço. Se a comunicação ubíqua está diretamente relacionada ao quesito sociabilidade e se as práticas sociais foram alteradas desde o surgimento de redes virtuais até práticas que misturam atividades presenciais e online através da localização, como afirma McCullough (2004), existe o desenho de um espaço híbrido, em que virtual e físico formam uma terceira dimensão.

O surgimento de uma nova noção de espaço – baseada não mais em geografia ou política, mas em informação - também produz um novo imaginário. Imaginário social, segundo Castoriadis (2007), é uma imagem projetada sobre si mesmo, sobre a própria



sociedade. Quando temos uma sociedade resignificando territórios, é possível que haja diferenças de percepção em relação a estrutura íntegra de uma cidade e em relação as tribos que a compõem. Em termos simbólicos, do macro-ambiente para o micro-ambiente, os mapas se desencontram. Para Sandra Pesavento (2002), as idéias e imagens são reapropriadas em tempos e espaços diferentes e essas representações podem construir um acesso ao urbano, as cidades. O uso do jornalismo colaborativo, através de uma plataforma de mídia locativa, poderia contribuir justamente para planificar este imaginário e compartilhar diferentes visões.

Desta forma, o ponto de partida deste artigo é uma experiência de jornalismo colaborativo: o projeto Locast<sup>8</sup>. Durante duas semanas do mês do novembro 2009, as autoras participaram da experiência realizada pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT) em parceria com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e o Grupo RBS. A plataforma, desenvolvida pelo instituto norte-americano, foi testada no Brasil na cidade de Porto Alegre por um grupo composto por estudantes, graduados e pós-graduados em comunicação. Através do uso do programa e de celulares do tipo Andróide, os participantes foram convidados a produzir vídeos com a possibilidade de localizar geograficamente os conteúdos. O meio era o mesmo para todos os usuários, mas o modo de utilizar o aparelho, a abordagem dos assuntos e os tópicos a serem tratados eram uma escolha do próprio autor do conteúdo.

O projeto “onde fica o coração de Porto Alegre?” realizado pelas autoras deste artigo é o foco deste trabalho. Composto por cinco vídeos capturados em diferentes locais da cidade, as autoras puderam analisar Porto Alegre através do olhar e das impressões daqueles que andam pelas ruas todos os dias. Mais do que isso, foi possível perceber a reação dos entrevistados ao uso do celular como ferramenta de produção de conteúdo. As repórteres caminharam por pontos tradicionais da cidade, conversaram com quem transitava nestes locais e fizeram aos entrevistados a mesma pergunta: é este local o coração de Porto Alegre? Se não é, onde ele fica? As repostas e as reações são diversificadas e, juntas, compõem uma amostra do imaginário da capital gaúcha.

## **2. O PROJETO “ONDE FICA O CORAÇÃO DE PORTO ALEGRE?”**

### **2.1 Prerrogativas e foco**

---

<sup>8</sup> <http://locast.mit.edu/civic>



Foi preciso analisar as possibilidades e diferenciais da plataforma para conceber a idéia do projeto e seus objetivos. Assim, alguns pontos foram observados: o Locast é concebido de forma a localizar a informação gerada, volumetrizando espaços e objetos e traçando novos desenhos informacionais nas áreas cobertas; devido ao seu caráter de mídia (ainda) experimental, em construção e social-cidadão, a plataforma poderia trazer conteúdos mais espontâneos e, inclusive, subjetivos a respeito dos temas propostos ; os recursos disponíveis permitiam as autoras debruçar-se sobre Porto Alegre, entender a sua geografia e história, tentando assim, conceber um projeto que contemplasse a cidade de forma mais completa, com um assunto menos peregrino e de alto envolvimento social e, por fim, que explorasse bem o espaço territorial e a plataforma.

Além disso, em rápida pesquisa sobre a cidade foi detectado que seu mapa aponta um crescimento desordenado e não planejado, em sentido radial, partindo do Lago Guaíba, e que o bairro centro localiza-se exatamente no início de todos os raios. Se o centro não é, de fato, o centro geométrico da cidade, este bairro foi por muito tempo o chamado coração de Porto Alegre - o lugar onde há um grande fluxo de pessoas transitando todos os dias, em que é possível comprar, trabalhar, passear, namorar e, além disso, concentra instituições políticas e governamentais. Com o passar dos anos, Porto Alegre ganhou diversos novos bairros bem estruturados e, de certa forma, quase auto-suficientes. Muitas das atividades realizadas no bairro centro também passaram a ser oferecidas por outras zonas da cidade. Ao decorrer deste desenvolvimento, os bairros foram ganhando forma, habitantes e personalidade. E, é claro, afeto bairrista de pertencimento e orgulho.

A cidade mudou muito. A opinião e o imaginário das pessoas provavelmente também. O tema instigou as autoras. Seria possível que existisse uma idéia bastante fragmentada, por parte dos habitantes a respeito do significado do bairro centro, a respeito da imagem de cada bairro e, também, a respeito do imaginário da cidade como um todo.

## **2.2 Definição da experiência**

Para elaborar o material, foi preciso definir previamente o estilo de filmagem, a abordagem dos entrevistados, a linguagem utilizada pelas repórteres e a duração média dos vídeos. Para ter um resultado satisfatório de pesquisa, era preciso pensar nos espectadores dos materiais depois de publicados, no meio em que ele seria veiculado, no caso a internet, e naqueles que fariam parte do processo: os entrevistados.



Para este último grupo, a proposta era deixá-los bem à vontade a fim de capturar depoimentos verdadeiros e espontâneos. Para isso, as repórteres abordaram os transeuntes de maneira bem informal e corriqueira. Já em relação aos espectadores, a idéia era gerar identificação e localismo. Sendo o espaço, as ruas de Porto Alegre, parte disso já estava sendo realizado. Eu vejo minha cidade e eu consigo me colocar no lugar de quem está falando, ou seja, “poderia ser eu”. A câmera do celular no mesmo ângulo de visão das produtoras transmite ao espectador a idéia de participação e ‘espelhamento’.

Ao pensar no veículo que seria utilizado para visualização e distribuição do material, foi definido o tamanho médio e corroborado o estilo. A internet permite uma abordagem mais informal dos conteúdos e como o usuário escolhe o que quer ver, o tamanho dos vídeos pode ser um pouco mais extenso, pois o público é segmentado à medida que escolhe assistir ou não o material. Desta forma, foi definido um tamanho de aproximadamente 15 minutos, podendo variar para mais ou menos.

A filmagem foi realizada em plano seqüencia, opção das autoras para uma utilização plena dos recursos da plataforma Locast, pois, desta forma, o vídeo não necessitaria edição e poderia ser publicado instantaneamente. Além disso, é possível que quanto menor for intervenção no material, mais credibilidade ele pode transmitir. Assim, os vídeos começam no instante em que se aperta o botão de ‘gravar’ e se encerram somente ao apertar o parar: sem edição, sem cortes e sem saber previamente como seriam estes vídeos. As repórteres comentam enquanto andam pelas ruas da cidade, passando a idéia de “somos porto-alegrenses como você” e não elaboram os textos previamente. Apenas ajustam iluminação e som antes de iniciar o processo de gravação.

O primeiro vídeo foi realizado no centro da cidade, partindo dos pressupostos do projeto citado anteriormente. A partir dali, os pontos foram propostos pelos próprios entrevistados que os citaram como espaço importante (coração) de Porto Alegre.

### **3. ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA**

#### **3.1 Uso do celular e da plataforma *Locast***

O projeto “Onde fica o coração de Porto Alegre?” comprova que os dispositivos móveis são produtores de conteúdo tão eficazes como filmadoras profissionais ou outros



equipamentos utilizados somente por aqueles especializados na produção de reportagens ou notícias. O grau de eficiência do meio depende muito mais do resultado que se pretende atingir e de que forma do que de fatores como iluminação e qualidade de imagens.

O equipamento utilizado no projeto não filmava em alta definição e em pouca luz apresentava características como borramento de imagem. Além disso, transferir o material para a plataforma gerava uma perda de qualidade. Apesar de tudo isso, foi possível perceber que o dispositivo gerou possibilidades de filmagem e interação que não aconteceriam da mesma forma com outro tipo de equipamento.

O tamanho reduzido e a aparência mais amadora transmitida pelo aparelho pareciam gerar certo conforto ao entrevistado, que, por vezes, estendiam a conversa por mais tempo ou convidavam as repórteres a entrar em suas casas, como acontece na gravação do bairro Ipanema. Os vídeos evidenciam conversas espontâneas e pouco retraídas. Em comparação à experiência das autoras deste artigo no trabalho com câmeras profissionais, ambas constataram que os questionamentos quanto ao destino do vídeo ou recusa ao falar por timidez ocorreram com menor frequência e intensidade.

Além do fator receptividade, o celular facilitou na hora de realizar as filmagens. Através dele, filmar em plano seqüência e realizar movimentos de câmera (cima, baixo e até filmar a si mesmo) foi mais prático e não necessitou de grande força física, como acontece com câmeras profissionais de grande porte e seus acessórios. Não era preciso tripé nem bolsa para carregar o equipamento. As repórteres tinham apenas uma mão ocupada, segurando o celular, o que gerava grande praticidade para realizar o trabalho.

Por outro lado, as imagens de menor qualidade do que as produzidas por equipamentos profissionais não afetaram de forma alguma a visualização dos conteúdos na internet: era possível enxergar claramente as ações e entender onde elas se passavam. O celular cumpriu seu papel eficazmente: foi possível realizar o estilo de filmagem que se fora proposto, a receptividade por parte das pessoas foi satisfatória, havendo inclusive momentos de descontração e o resultado final não teve problemas por causa da qualidade, não interferindo na visualização do material.

Além dos fatores técnicos e de forma, o celular possuía instalada a plataforma Locast, que disponibiliza o arquivamento já com os conteúdos de tags, título e localização geográfica do material dentro do próprio celular. Por vezes, era difícil escrever no teclado virtual do telefone e as teclas de salvar ou cancelar o vídeo eram muito próximas no layout da plataforma, o que causava desconforto e, algumas vezes,



até perda do material. De forma geral, o programa desenvolvido pelo MIT é prático e satisfatório, precisando ainda de ajustes para utilização plena dos recursos. Para mexer, no entanto, é necessário conhecimento prévio ou a leitura de um tutorial para familiarização.

### 3.2 Os vídeos<sup>9</sup>

As particularidades e a identidade de cada lugar foram evidenciadas no material multimídia. Foi possível perceber que cada ponto pesquisado tem um ritmo próprio e um imaginário peculiar. A reação das pessoas era diferente em cada espaço, sendo mais ou menos receptivas de acordo com ele. A paisagem de Ipanema propiciou conversas mais longas e convites para entrar em casa. Apenas alguns cidadãos que estavam caminhando ou praticando exercícios se recusaram a falar. O ritmo era diferente do bairro Azenha e Centro. As pessoas de Ipanema demonstravam menos pressa e outra receptividade, talvez até pelo dia da semana escolhido. O vídeo de Ipanema foi realizado em um final de semana e os outros dois em dias normais de trabalho. Apesar disso, o vídeo da redenção, realizado no mesmo dia do de Ipanema apresenta também um ritmo diverso. É menos agitado que o centro, mas menos receptivo que Ipanema, onde as pessoas não demonstravam as vezes até prazer em falar sobre aquele assunto.

É possível notar também o apego de quem mora nestes locais pelas regiões estudadas. É o caso do senhor que trabalha no bar no Centro e faz questão que mostremos a fachada do estabelecimento ou da senhora da Azenha que conta sua história de engajamento para a realização de melhorias no bairro. Na Redenção e Parcão, a área verde foi o destaque dos depoimentos. No primeiro local, o apego e as lembranças do ambiente foram destacadas, como o senhor que justificou a o parque da Redenção como coração, pois aprendera a andar de bicicleta e tinha lembranças lá. No segundo ambiente, uma situação curiosa: muitos dos cidadãos que lá estavam naquela quarta-feira não eram de Porto Alegre e estavam somente de passagem pelo parque. Um cenário que mostra que o local não é só de descanso e lazer, mas uma rota de passagem para trabalhadores e cidadãos durante a semana.

---

<sup>9</sup> Os vídeos podem ser acessados nos seguintes links : <http://locast.mit.edu/civic/content/467> - É o Centro o coração de Porto Alegre? (publicado em 20.11.09)\*; <http://locast.mit.edu/civic/content/470> -É a Azenha o coração de Porto Alegre? (publicado em 21.11.09)\*; <http://locast.mit.edu/civic/content/534> - É Ipanema o coração de Porto Alegre? (publicado em 22.11.09)\*; <http://locast.mit.edu/civic/content/548> - É o Parque da Redenção o coração de Porto Alegre? (publicado em 22.11.09)\*;

<http://locast.mit.edu/civic/content/677> - É o Parcão o coração de Porto Alegre? (publicado em 29.11.09)\*.  
\*A data de publicação nem sempre coincide com a de realização dos vídeos.





Em relação aos depoimentos, é possível perceber nos vídeos que a maioria desenvolve o assunto sem dificuldades. O tema das perguntas fazem parte do cotidiano daqueles que participam e a empatia por ele parece facilitar na hora de expressar-se, como acontece com aqueles que moram ou têm maior contato diário com o local. Algumas pessoas tiveram conversas mais prolixas com as repórteres, mostrando vontade de expressar sua opinião e falando, inclusive de outros assuntos envolvendo aquele ambiente, como problemas ou sugestões de melhorias para o local. Desta forma, as autoras perceberam que o assunto diz respeito ao próprio locus existencial dos entrevistados, o gerou interesse e disposição de muitos a responder e se envolver.

De acordo com esta amostra, na memória dos porto-alegrenses, poucos bairros são relevantes, sendo citados aqueles com representação histórica, socioeconômica ou de qualidade de vida. Na maioria dos casos, todos os entrevistados consideram o bairro onde estão o coração da cidade. Outros citam também o Centro ou dizem não saber onde seria este espaço.

Em relação ao bairro Centro, para quem mora, trabalha ou vivenciou o tempo de um centro efervescente econômica e culturalmente, ele ainda é o coração de Porto Alegre. As principais justificativas são a de origem (ou seja, este é o lugar onde tudo começou), comércio (é aqui que os negócios acontecem) e localização (tudo começa e termina no Centro). Há também os que não costumam frequentar o local, mas ainda assim o definem como coração da cidade, tendo argumentos histórico-afetivos.

Já o bairro Azenha é citado como o coração de Porto Alegre, tanto por quem mora ou transita. As principais justificativas foram o comércio forte, o ponto como zona de ligação (rua que liga zonas norte e sul da cidade). Na Zona Sul de Porto Alegre, o bairro Ipanema é considerado coração por causa da qualidade de vida e tranquilidade. Aqui a denominação assume um significado de bem-estar, oposto ao entendimento de desenvolvimento econômico ou mesmo histórico.

No bairro Moinhos de Vento o coração é associado principalmente ao Parçõ - seu respiro verde no meio de construções e seu moinho histórico, além do alto poder aquisitivo dos moradores. E, enfim, o bairro Bonfim, representado neste trabalho pelo parque da Redenção, é o coração de Porto Alegre em função de sua área verde no meio da cidade e por sua característica de ativismo político. Além disso, algumas pessoas demonstraram apego afetivo devido a memórias e situações importantes de sua vida que lá vivenciaram, como aprender a andar de bicicleta, etc.



#### 4. CONCLUSÕES

O Locast é uma plataforma adaptável e convergente a este estilo de projeto, contribuindo no processo desde a captura até a apresentação do conteúdo e sua navegação. No entanto, para que um tema como este realizado se torne concretamente uma construção coletiva, a plataforma poderia estar disponível para mais pessoas. Um dos principais ganhos que o Locast traz para a produção de conteúdo é a possibilidade de ver e tocar uma informação em conjunto com outras pessoas, trocando impressões planejadas: planejando o imaginário e permitindo gerar crítica sobre o conteúdo simbólico de uma cidade.

De qualquer maneira, é preciso lembrar que jornalismo colaborativo é afetado pela localidade, pela personalidade social do lugar, pela rotina e o momento em que o vídeo/ material é realizado. Nunca há opinião absoluta, só contextual. De fato, seria necessário um estudo mais aprofundado para obter representações mais assertivas.

O que foi possível obter como dado é que Porto Alegre é uma cidade de muitos bairros e de muitas tribos e de significados distintos sobre o que é coração. No entanto, o que parece ser valorizado enquanto símbolo da capital são os atributos economia, história e natureza. De forma geral, Porto Alegre apresenta um imaginário bastante arquetípico sobre os bairros testados e, assim como sua geografia, seu simbólico também é descentralizado e varia de acordo com as atividades sociais em cada espaço e em cada época. Independente do que realmente existe na cidade, o imaginário da Capital gaúcha está constituído com base em pertencimento, valores e afeto.

#### REFERÊNCIAS

BOURDIN, Alain. **A questão do local**. DP&A : Rio de Janeiro, 2001. 237 p.

CURRY, M. **Postmodernism, language, and the strains of modernism**. *Annals of the Association of American Geographers*. Vol. 81, n° 2, 1991.

GILMOR, Dan. **We the media: grassroots journalism by the people, for the people**. Beijing: O'Reilly, c2006. 301 p.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: where old and new media collide**. New York (NY) : New York University Press, c2006. 308 p.

LEMOS, Andre. (org.). **Cidade Digital: Portais, Inclusão e Redes no Brasil**. EDUFBA:



Salvador, 2007. 206 p.

MACEDO, Francisco Riopardense de. **Porto Alegre: origem e crescimento**. 2. Ed.rev.ampl. Porto Alegre: Sulina, 1999. 156 p.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. 232 p.

MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY. **Locast- Civic Media, Porto Alegre**. Cambridge, [2009]. Disponível em: < <http://locast.mit.edu/civic>>. Acesso em: 19 dez. 2009.

MCCULLOUGH, Malcolm. **Digital Ground: Architecture, Pervasive Computing, and Environmental Knowing**. MIT Press: Boston, 2005.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **A construção de uma Porto Alegre imaginária**. IN: Grijó, Luis Alberto et alii. Capítulos de História do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Novo Século, 2002 (no prelo). 396 p.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O imaginário da cidade: visões literárias do urbano** : Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre. Porto Alegre : Ed. da Universidade / UFRGS, 1999. 393 p.

RHEINGOLD, Howard. **Smart mobs: the next social revolution**. Cambridge (MA): Basic Books, c2002. 266 p.

SPYER, Juliano (Org.). **Para Entender a Internet**. Não Zero, 2009. 91 p.

WEISER, M.. **The computer for the 21st century**. Scientific American, vol. 265, n°. 3, 1991.