



Essa versão do artigo apresenta algumas correções em relação ao original publicado no CD-ROM do Intercom NE 2007.

A comunicação colaborativa na Internet: o caso do Overmundo.¹

Filipe Barros Beltrão²

Universidade Federal de Pernambuco – PPGCOM

Resumo

Este artigo estuda as transformações ocorridas no campo da comunicação a partir da utilização das redes telemáticas e o papel da Internet nas novas formas de produzir e distribuir a informação. Particularmente, a comunicação colaborativa³ que vem desempenhando um importante papel na organização dos valores e poderes na mídia atualmente. A pesquisa interliga estudos que se dirigem as práticas midiáticas, mais especificamente ao universo da cibercultura. Para tanto, tomamos como modelo o website Overmundo.

Palavras-chave

Comunicação Colaborativa; Overmundo; Cibercultura, Web 2.0.

1. Introdução

O crescimento do número de usuários de Internet nos últimos anos e o avanço tecnológico decorrente da utilização das redes telemáticas e da tecnologia digital vêm transformando a forma de produção e difusão da informação. No Brasil, o número de usuários com acesso à Internet representa cerca de 15 milhões, em março de 2007, segundo a consultoria comScore Networks. As diversas áreas do conhecimento e os mais variados aspectos da sociedade estão se remodelando para atender as novas demandas surgidas pelo advento da Internet.

Com a comunicação o processo não poderia ser diferente. Fotologs⁴, blogs⁵, portais de notícias, podcasts⁶, vídeos disponíveis no youtube⁷ tantas ferramentas

¹ Trabalho apresentado ao GT Práticas Sociais de Comunicação, do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste.

² 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 comunidades virtuais e práticas colaborativas na Internet, a partir do estudo de caso do site Overmundo, orientado pelo doutor em comunicação Alfredo Vizeu. E-mail: filipebb@gmail.com .

³ Utilizaremos esta nomenclatura para designar, especificamente, as várias formas de comunicação e produção de conteúdo na Internet que envolvem a participação efetiva dos usuários.

⁴ É um registro publicado na Internet com fotos colocadas em ordem cronológica, ou apenas inseridas pelo autor sem ordem, de forma parecida com um Blog, sendo possível ainda inserir textos a cada imagem.

⁵ 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.



oriundas da evolução da internet e dos suportes digitais estimularam os usuários a produzir os seus próprios conteúdos. Segundo Vianna (2006), idealizador do Overmundo, “o que a história da internet demonstrou, desde o início, é que as pessoas não querem só consumir coisas produzidas por uma minoria, as pessoas querem também produzir suas próprias notícias, seus próprios conteúdos em texto, vídeo, etc”. As referidas transformações estão alterando a forma de se produzir e difundir a informação. Com tal efervescência, o campo da comunicação é obrigado a repensar seus paradigmas e se adaptar a essa nova configuração.

Para analisar essa questão, utilizaremos o website colaborativo Overmundo, como exemplo. Criado em novembro de 2005, o portal reúne importantes ferramentas tecnológicas colaborativas para difundir a informação pela Internet de uma forma acessível a todos os usuários. Assim, cada novo membro cadastrado é convidado a alimentar o conteúdo de notícias, música, artes visuais, fotografia, poesia, agenda cultural e guia da cidade.

O Overmundo procura construir um novo espaço para expor as artes e tudo o que está relacionado com este universo. O website vem ganhando novos colaboradores a cada dia e contribuindo para criar um panorama artístico nacional, visto que qualquer pessoa do país pode colaborar e apresentar a realidade da sua cidade e da sua região. Em abril de 2007 o total de usuários cadastrados atingiu pouco mais de 13000 mil.

Esse perfil que reúne interação, participação efetiva dos usuários, descentralização das notícias surge para suprir deficiências dos meios de comunicação e do jornalismo cultural. Podemos enumerar algumas delas: a concentração das notícias sobre os grandes centros urbanos, os setores mais abastados da sociedade e os produtos culturais massivos.

A discussão proposta acima é importante e pertinente na atual conjuntura político-social. Conforme apresenta Lemos (2005):

Le Brésil a pris en main la position de leader entre les pays en développement en affirmant son droit de choisir des systèmes FOSS⁶ et le droit de ses citoyens d'exprimer et d'accéder à la connaissance. Dans le dernier Forum Mondial Social, à Porto Alegre, le ministre de la culture, Gilberto Gil s'est déclaré un hacker, en faisant allusion à la

⁶ É uma forma de publicação de programas de áudio, vídeo e/ou fotos pela Internet que permite aos utilizadores acompanhar a sua atualização. A palavra "podcasting" é uma junção de iPod - um aparelho que toca arquivos digitais em MP3 - e broadcasting (transmissão em larga escala).

⁷ Site que permite que seus usuários carreguem, assistam e compartilhem vídeos em formato digital.

⁸ Sigla para o termo em inglês: *free-open software source*.

« philosophie » hacker de liberté d'informations et d'appropriation
créative des technologies numériques.⁹

Este artigo tem o objetivo tentar analisar algumas transformações ocorridas no campo da comunicação a partir da utilização da Internet, refletindo sobre as mudanças de paradigmas na forma de produção e de difusão da informação. Particularmente, a *comunicação colaborativa* que propicia a todos os usuários a possibilidade de divulgar livremente suas próprias notícias e obras artísticas. Tal processo provoca a liberação do campo da produção.

Nessa perspectiva, todos podem gerar e receber notícias multiplicando o número de emissores e alterando o modelo no qual apenas um era responsável pela difusão da informação. Considerando as questões apresentadas acima, emerge o problema central que norteia a pesquisa: *Quais as mudanças na forma de produzir e difundir a informação, geradas a partir do advento da Internet?*

2. Mediação na rede

O pressuposto a ser adotado relaciona os atuais estudos das práticas midiáticas na Internet e propõe uma adaptação aos fenômenos estudados, visto que muitas das atuais questões aprofundadas nos trabalhos que interrelacionam mídia e tecnologia se detêm a fenômenos mais abrangentes em outros campos de pesquisa. Os processos digitais apontam para a criação de novos modelos de emissão e formas de produzir a informação, adotando procedimentos colaborativos. Tal questão é abordada por autores como: Santos (2000); Lemos (2002); Palácios (2004); Silva Jr. (2004); Primo (2005); Barbero (2006) e Gómez (2006). Estudar esse tema é pensar as novas perspectivas que estão surgindo para a informação.

Santos (2000) destaca o impacto da tecnologia nas práticas sociais. 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

⁹ Tradução nossa: “O Brasil assumiu a posição de líder entre os países em desenvolvimento afirmando seu direito de escolher os sistemas FOSS e o direito dos seus cidadãos de se expressar e ter acesso ao conhecimento. No último fórum social mundial, em Porto Alegre, o ministro da cultura, Gilberto Gil, se declarou um hacker, fazendo alusão à filosofia hacker de liberdade de informações e de apropriação criativa das tecnologias numéricas.”



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.

As transformações sociais decorrentes da mediação tecnológica do conhecimento são também exploradas por 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.

O jornalismo e a comunicação estabelecida na internet têm algumas peculiaridades. De um modo geral, podemos enumerar seis delas: interatividade, personalização, hipertextualidade, multimidialidade, atualização contínua e memória. Silva Jr. (2004, p.04) destaca que:

...dentro dessas características, algumas de modo mais evidente situam-se mais diretamente influenciadas pela convergência entre as práticas do jornalismo e as tecnologias de redes. Dentre estas, certamente a multimidialidade seja a que melhor sintetiza esse caráter convergente pelo fato de graças à característica de operação do código binário, poder tratar indistintamente códigos textuais, sonoros e visuais.

Estudos dos últimos anos, como o de Machado (2003), apontam para uma subdivisão do jornalismo na Internet em três gerações:

...a primeira geração consiste na transposição de conteúdos dos demais meios, sem sistemas próprios de apuração; webjornalismo de segunda geração, que produz conteúdos próprios, mas sem sistemas de apuração, produção e circulação de conteúdos adaptados às redes digitais e webjornalismo de terceira geração, quando todas as etapas do trabalho jornalístico são desenvolvidas no ciberespaço, com adoção de sistemas descentralizados de produção (MACHADO, apud Schwingel 2004, p. 03).

3. Comunicação Colaborativa

A terceira geração do webjornalismo converge com o momento em que as práticas ligadas a web 2.0 começam a ser difundidas e ganhar impacto na vida social. Sobre esse fenômeno poderíamos entender como 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). Dentro desse contexto surgem as práticas de comunicação colaborativa na qual o conteúdo começa a ser gerenciado por deliberações de uma comunidade virtual e a produção torna-se descentralizada. Assim sendo, cada usuário torna-se um possível colaborador participando ativamente da produção de conteúdo de um website ou de um portal de vídeos.

Com a popularização da Internet presenciamos um crescimento de práticas colaborativas. Um dos exemplos de maior representatividade é a Wikipédia: enciclopédia on-line colaborativa surgida em 2002, que permite aos seus colaboradores o direito de escrever e reescrever sobre qualquer verbete. Mesmo provocando uma grande discussão sobre a confiabilidade de um produto construído coletivamente com referências tão fluídas, a adesão dos internautas foi muito forte, tanto que a Wikipédia já reúne mais de um milhão de verbetes em inglês e em português esse número já ultrapassa 100 mil.

O exemplo supracitado traz uma discussão sobre novas formas de produção de conteúdo e novos paradigmas para a comunicação. “A possibilidade de livre participação na redação cooperada de hipertextos se insere no encaminhamento de uma construção social do conhecimento” (Primo, 2003. p. 03).

Em outro estudo, a pesquisadora Chan (2002) analisa o website colaborativo Slashdot, surgido em 1997 e idealizado por Rob Malda, que reúne notícias na área de tecnologia e atrai mais de um milhão de usuários por mês e cerca de 250.000 por dia. Na sua tese de mestrado ela utiliza a nomenclatura “new kind of journalism” (novo tipo de jornalismo) para designar as novas práticas que envolvem a criação de notícias por usuários comuns. Nesse artigo opta-se pelo termo comunicação colaborativa, considerado mais apropriado para tratar a veiculação de informação por usuários comuns em um formato mais livre, sem as requeridas formalidades exigidas no gênero jornalístico e o rigor dos meios de produção massivos de notícia.



Esse novo paradigma estaria ligado a uma questão crucial na era da informação: a liberação do pólo emissor. Ou seja, o modelo anteriormente vigente do *broadcast* (transmissão, sistema de disseminação de informação em larga escala) em que apenas um seria responsável pela comunicação é substituído por um novo modelo no qual, potencialmente, qualquer pessoa pode gerar seu próprio conteúdo. Essa questão é bem explicitada pelo slogan do portal de vídeos youtube: *broadcast yourself*, o qual faz um aberto convite a todos os usuários tornarem-se livres difusores da sua informação, estimulando a criação de cada colaborador e a livre iniciativa. A liberação do pólo emissor pode ser visualizada nas quantidades de blogs, fóruns temáticos, sistemas peer to peer de troca de arquivos¹⁰, software livres, podcasts, softwares sociais, como o Orkut¹¹, e tantas outras práticas contemporâneas. A efervescência que podemos observar atualmente é destacada por Lemos (2006) que a respeito do suposto excesso de informação, afirma: “nada mais é do que a emergência de diversas vozes, exprimindo-se sobre diversos assuntos, e sob diversos formatos, distribuídos ao redor do mundo”.

Chan (2002) aponta para uma nova configuração da comunicação na qual os usuários teriam um papel fundamental, na emissão do conteúdo e a audiência na sua gestão e seleção. Ela caracteriza a liberação do pólo emissor como sendo a mudança da comunicação realizada de “um para muitos” para o modelo “muitos para muitos”. Segundo a autora, o jornalismo negligenciou durante muito tempo a participação da audiência, criando uma distância representativa entre aqueles que liam e aqueles que fazem a notícia.

Essa lógica dos meios de comunicação massivos foi adaptada à Internet, na sua primeira e segunda geração, mas concomitantemente a esse processo surgiram várias experiências de comunicação colaborativa que convergiram para implantação das práticas da web 2.0, onde o usuário se insere dentro do núcleo produtivo. Chan destaca que essa visão aponta para o fim da passividade do telespectador. Lógico que a audiência é um grande termômetro que expressa bem o interesse das pessoas. A diferença é que nos sites colaborativos o comentário do usuário aparece muito

¹⁰ Tecnologia para estabelecer uma espécie de rede de computadores virtual, onde cada estação possui capacidades e responsabilidades equivalentes. Difere da arquitetura cliente/servidor, no qual alguns computadores são dedicados a servirem dados a outros. O sistema é muito utilizado para a troca de arquivos de música, vídeos, livros, entre outros.

¹¹ “É uma comunidade online que conecta pessoas através de uma rede de amigos confiáveis. Proporcionamos um ponto de encontro online com um ambiente de confraternização, onde é possível fazer novos amigos e conhecer pessoas que têm os mesmos interesses”, conforme a rede de relacionamentos se auto-define.



visivelmente nos sites, basta olhar o número de comentários de uma matéria polêmica que suscita muita discussão entre os internautas.

Tendo em vista as questões apontadas acima é possível dizer que a comunicação segue processos de convergências, nos quais meios velhos e novos se engendram gerando novas possibilidades e formando "ecossistemas comunicativos" cada vez mais complexos. Gómez (2006, p.84) aprofunda essa questão:

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.

A partir dessa visão poderíamos chegar ao que consideramos como o centro da cibercultura, que são os processos de reconfiguração. Portanto, a lógica das transformações dos novos meios de comunicação não resultaria no aniquilamento de formatos e meios pré-existentes, mas na ampliação das possibilidades propiciadas pela utilização das recentes tecnologias. O foco adotado para analisar a questão pode trazer uma visão concreta de tais transformações e das reais mudanças geradas no contexto abordado, como aponta Silva Jr. (2004. p. 05):

A idéia que podemos refutar que tanto os suportes desenvolvidos para a web possam estar constituídos enquanto oposição, ou como superação dos formatos midiáticos anteriores (...) há uma falsa oposição entre mídias tradicionais ou de massa e as geradas sob as novas tecnologias da comunicação (NTC), onde, devido a um simplismo inspirado pelo triunfalismo tecnológico, invariavelmente as mídias da NTC levam vantagem.

Os pressupostos adotados fundamentarão o estudo de caso e possibilitarão entender as relações existentes entre o Overmundo e os recentes processos de transformação na comunicação.

3. Overmundo

O Overmundo é um website colaborativo surgido em novembro de 2005. O projeto foi concebido pelo núcleo de idéias Movimento (formado por Hermano Vianna, José Marcelo Zacchi, Alexandre Youssef e Ronaldo Lemos) e recebeu o financiamento da empresa Petrobras pelos mecanismos de incentivo fiscal do Programa Nacional de Apoio à Cultura / Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), do Ministério da Cultura. A empreitada é ambiciosa e conta com profissionais de todo o país. A parte técnica foi desenvolvida pela empresa Tecnopop, a tecnologia utilizada é a mesma dos grandes sites de notícias só que foi disponibilizada a todos os usuários.

O escopo do website é criar um canal de expressão da cultura brasileira, no qual seja possível visualizar toda sua diversidade. Partindo desse pressuposto, uma equipe de jornalistas ou grupo específico não pode ter acesso a tudo o que está acontecendo no país, e nem condições físicas de apresentar ao público tudo o que chega às redações. Essas limitações provocam um grande vácuo na produção cultural, na qual apenas os produtos massivos financiados por grandes empresas conseguem visibilidade e uma distribuição para o grande público. Sabemos que com a crescente popularização da tecnologia a produção cultural cresce cada vez mais, e com ela o abismo que separa aquilo que é produzido e aquilo que consegue chegar à população.

Partindo da problemática acima disposta, o Overmundo se propõe a ser um canal de divulgação e distribuição da cultura no país. Para que isso aconteça é necessária a participação de todos os usuários neste processo, formando o que eles chamam de “mutirões virtuais”, nos quais os vários grupos e as mais diversas vertentes culturais se proponham a mostrar aquilo que gostam e estão fazendo em todo o país. A página virtual que explica o objetivo do Overmundo explicita bem este desafio:

...todo cidadão brasileiro pode aqui contribuir para promover todos os aspectos da nossa produção cultural que lhe interessem. O Overmundo, por uma questão de princípios, não funcionará sem a colaboração de muita gente. Quanto mais, melhor.

Para concretizar este objetivo de representar a cultura de todo o país o Overmundo contou, no período de implementação do site, com os chamados Overmanos. Esses seriam articuladores fixos, que representariam cada estado do país realizando, na sua localidade, atividades para difundir o website, instigar novos colaboradores e movimentações que interajam com as propostas do Overmundo.

O Overmundo é composto por seis seções:



- 1) Overblog: página principal dos textos (que podem levar a vídeos, sons etc.) do site
- 2) Banco de Cultura: lugar para compartilhar obras artísticas (música, artes visuais, cinema/vídeo, artes eletrônicas, textos Literatura, textos não-ficção)
- 3) Guia: reúne as dicas de cada lugar do Brasil, escritas por quem mora naquele local.
- 4) Agenda: eventos que estão acontecendo em todo o Brasil.
- 5) Blogs do Overmundo: alimentados por colaboradores habituais do site que exploram a fundo e colocam em discussão os mais diversos temas e aspectos das culturas do Brasil. O usuário que desejar ter um blog no Overmundo deve mandar uma proposta, para que haja um comprometimento com a proposta inicial do site e uma preocupação com a periodicidade.
- 6) Observatório: blog onde se encontra informações sobre o que está acontecendo no próprio Overmundo, participando dos debates sobre os rumos do website.

O Overmundo é aberto a todos os usuários para visualizar e baixar arquivos. O cadastro no website é necessário para efetivar as colaborações. Para postar uma contribuição basta escolher a área e publicar a contribuição. Na parte de notícias, o website dispõe de algumas práticas que mostram a dinâmica e critérios para a comunicação que envolve as práticas colaborativas. Esse processo pode ser observado na edição e na votação.

O processo de edição acontece da seguinte forma. Após a postagem da matéria, o texto fica na fila de edição por 48 horas. Durante este íterim, o usuário estará recebendo sugestões dos usuários para melhorar o conteúdo através dos comentários deixados pelos outros colaboradores. Enquanto a matéria está na fila de edição a pessoa que escreveu tem toda liberdade para fazer alterações de acordo com os seus critérios.

A próxima fase é a votação. Nela os usuários escolhem as matérias mais interessantes e dão o seu voto. Para que a contribuição seja publicada ela tem que ter um total de sessenta pontos, ou overpontos (nomenclatura usada pelo site) por um tempo máximo de 48 horas. As contribuições que tiverem maior votação estarão na primeira página do Overmundo, portanto tendo o maior destaque possível. Cada usuário tem um karma (termo utilizado pelo site, que define a quantidade de overpontos obtida), definido pela participação dele no Overmundo seja colocando conteúdos, votando ou tecendo comentários. O karma lhe confere um poder de decisão maior, conforme maior ele seja.

Considerações Finais

Ao longo do trabalho observamos que várias das reflexões dos teóricos contemporâneos da esfera midiática e estudiosos da cibercultura presentes no marco teórico encontram respaldo na experiência vivenciada no Overmundo.

Retomemos alguns pressupostos para situar o caso estudado dentro da investigação que realizamos. Em relação às práticas colaborativas e às mudanças no campo da produção, os estudos de Chan (2002) e Primo (2003), fundamentaram bem algumas questões pertinentes à comunicação na Internet.

A construção social do conhecimento abordada por Primo pode ser observada no Overmundo uma vez que qualquer usuário pode compartilhar seu conhecimento com a coletividade, não precisando estar inserido em nenhum complexo midiático para tanto, bastando apenas o acesso ao suporte técnico e o desejo de partilhar experiências e impressões. A liberação do campo da produção, sistematizada e problematizada por Chan, aparece nitidamente no caso estudado, posto que esse apresenta uma nítida ruptura com os modelos adotados anteriormente. O website estudado é um exemplo da comunicação realizada de “muitos para muitos”.

O tema ainda é muito novo e poucos estudos conseguiram sistematizar com precisão as experiências colaborativas no mundo. No Brasil, experiências como o Overmundo começam a surgir. Este trabalho busca servir com uma introdução ao tema, na tentativa de detalhar como acontece efetivamente a colaboração na rede, tentando associar essas experiências a alguns estudos da contemporaneidade midiática, principalmente no âmbito da cibercultura, que muito se deteve aos fenômenos mais abrangentes da rede, sem, no entanto, analisar questões mais específicas.

Entendemos que o estudo pode contribuir para novas pesquisas sobre os ambientes virtuais como é o caso do Overmundo. É importante enfatizar que o Overmundo contém seis seções e pode ser analisada sob várias perspectivas, constituindo uma fonte de pesquisa da atualidade e dos estudos que investigam a participação dos usuários e discutem a difusão e a distribuição da informação na Internet.

O website estudado é uma experiência muito nova que deverá ser ampliada nos próximos anos. Dentro desse contexto estamos desenvolvendo uma pesquisa mais ampla que tem como preocupação buscar pistas para entender as experiências colaborativas que ganham força a cada dia e que vem mudando as formas percepção do mundo e da vida em comunidade.



REFERÊNCIAS

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.

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 30 set. 2006.

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

LE MOS, 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>. Acesso em: 25 set. 2006.

LE MOS, André. **Le Brésil dans la Société de l'Information: Gouvernement Lula, Copyleft et Logiciels Libres**. Lemos, André; Rezende, Pedro A.D., in Hermès, 42, Cognition, Communication, politique., CNRS Editions, Paris, 2005, pp. 198 - 205.

LESSIG, Lawrence. **Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade**. São Paulo: Trama, 2005. 336 p.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira; RECUERO, Raquel da Cunha. **Hipertexto Cooperativo: Uma Análise da Escrita Coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia**. Revista da FAMECOS, n. 23, p. 54-63, Dez. 2003

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. In: Intercom, 2006, Brasília. CD-ROM.

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

SCHWINGUEL, Carla. **Os sistemas de publicação como fator da terceira fase do Jornalismo Digital**. In: II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor, 2004,



Salvador. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao.htm>>. Acesso em 25 set. 2006.

SILVA JR, José Afonso. **A rede antes das redes: As agências de notícias como antecipadoras de dinâmicas do jornalismo na web.** In: V Congresso Iberoamericano de Periodismo en Internet, 2004, Salvador. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao.htm>>. Acesso em 25 set. 2006.

SOBRE o Overmundo. Disponível em:
<http://www.overmundo.com.br/estaticas/sobre_o_overmundo.php>. Acesso em 30 set. 2006.

Vianna, Hermano. **Entrevista exclusiva - Hermano Vianna.** Disponível em:
<<http://www.odiluvio.com.br/hermano.htm>> Acesso em: 25 ago. 2006-09-25

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos.** 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.