

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado
da Faculdade Cásper Líbero
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)
ISSN: 2176-4476**

Texto original como enviado pelo/a autor/a

A presença das IES do ABC Paulista: Um estudo de campo na rede social Orkut

Claudemir Martins da Silva ¹

Resumo

O artigo discute a presença das Instituições de Ensino Superior do ABC Paulista na rede social *Orkut*, visando a analisar como a rede contribui com as instituições localizadas na região, na promoção e discussão dos serviços prestados a sua comunidade acadêmica. Por meio de pesquisa empírica, o estudo buscou identificar como e quantos os membros das comunidades participam das temáticas que circulam nos fóruns, enquetes e discussões relacionadas a realidade das instituições que participaram do levantamento. Para fundamentar as discussões foram utilizados autores que tratam da educação, rede social e novas tecnologias da informação e da comunicação.

Palavras- chave: Comunicação. Ensino Superior. Rede social. *Orkut*.

¹ Publicitário, Professor da Universidade do Grande ABC e Mestrando da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS) no programa Comunicação, Inovação e Comunidades. e-mail: claudemir_uniabc@yahoo.com.br.

Introdução

O foco deste artigo está direcionado à análise da presença das Instituições de Ensino Superior (IES's), da região do ABC Paulista (que engloba as cidades de Mauá, Santo André, São Caetano do Sul, São Bernardo do Campo, Rio Grande da serra, Ribeirão Pires e Diadema), na rede social *Orkut* e propõe-se a verificar a possibilidade de uso da rede na promoção das instituições para alunos, ex-alunos e público em geral. Com esse enfoque e à luz dos fundamentos da comunicação, o estudo buscará analisar se e como as instituições utilizam a rede.

Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória, virtualmente, entre os dias 20/11 e 21/11/2009; tendo como objeto de estudo a maior comunidade presente na rede social *Orkut* e relacionada às seguintes IES: Faculdade Anchieta (ANCHIETA), Fundação Santo André (FSA), Universidade Federal do ABC (UFABC), Universidade do Grande ABC (UNIABC), Universidade Metodista (UMESP), Universidade Anhanguera (UNIA), Universidade Bandeirantes (UNIBAN) e Universidade Municipal de São Caetano do Sul (IMES/USCS).

Ressalte-se que as opiniões e observações contidas no corpo do artigo são resultado das análises do levantamento e tiveram como base os dados da pesquisa e os fundamentos da comunicação, apresentados como subsídio, evitando prender-se a discursos políticos ou mercadológicos das instituições analisadas.

A influência das novas tecnologias nos espaços educativos

O futuro já se iniciou com o novo milênio, tentamos deduzir, prever o futuro e deparamo-nos com a velocidade da informação; o que era já não é mais. A evolução das tecnologias de comunicação digitais tornou o ser humano mais consciente. O ciberespaço já não pertence mais à realidade da ficção científica do cinema fantástico de Hollywood, mas à de qualquer pessoa: basta saber ler.

O fato é que o progresso da tecnologia e as possibilidades proporcionadas pelo ciberespaço têm substituído, gradualmente, os modos de produção da comunicação, e sabe-se que isto acontece e continuará acontecendo. Não se pode impedir esse processo, cabe, apenas, adaptar-se a ele. Na educação, não poderia ser diferente, como observa Adilson Citelli, em *Outras linguagens na Escola*:

Ocorre que, hoje, tanto os meios de comunicação e tecnologias passaram a funcionar como medidores dos processos educativos quer formais quer informais – e não nos referimos apenas aos recursos a distância – como a universidade de ser exclusiva agência de promoção educacional. (CITELLI, 2000: 22)

As instituições, sejam elas privadas ou públicas, já perceberam a necessidade de atualizar-se, não somente no campo do conhecimento, mas também nos aspectos tecnológicos da transmissão do conhecimento, pois os mecanismos tradicionais, aqueles consolidados com o tempo, não são mais diretamente aplicáveis ou estão em franco declínio. As relações tornaram-se mais maleáveis: o professor fala, o aluno discute; o professor discursa, o aluno toma nota ou consulta em tempo real, na Internet; o chefe pede, o colaborador pondera.

Nessa perspectiva, infere-se que a tecnologia mudou os processos comunicativos, conseqüentemente os métodos de ensino dentro e fora da sala de aula, sendo que esta mudança não será a única; as possibilidades comunicativas se potencializaram com as novas tecnologias; o que era novidade já não é mais.

É fato, que o acelerado desenvolvimento tecnológico das últimas décadas contribui, cada vez mais, para que a comunicação e a informação sejam potencializadas e disseminadas. De fato, as novas tecnologias, por sua influência radical nas diferentes dimensões da sociedade, estabelecem um novo paradigma sociocultural. (MARTÍN-BARBERO, 2001)

Nesse sentido, não se pode, também, desconsiderar os recursos computacionais presentes no cotidiano dos indivíduos e suas possibilidades de incremento e ampliação das relações sociais com as novas formas de comunicação presentes na *Web*, que começou a ser delineada em meados 1969, e popularizou-se a partir de 1994, quando foi criado o primeiro navegador (*browser*). (BRAMBILLA, 2009)

Indiscutivelmente, a tecnologia da *Web* é mais do que uma tecnologia. É um meio de comunicação, de interação e de organização social. Em sua essência, ela é o meio de comunicação e de relação sobre a qual se baseia uma nova forma de sociedade, chamada por Castells (1999) de sociedade em rede.

Segundo Lévy (1999:167), o alto grau de interconexões e interligações, proporcionadas pelas tecnologias aumentam a elasticidade e a audiência da informação, dependendo do tema em

pauta ou do ambiente em que ele é discutido, rompendo os paradigmas tradicionais da comunicação e criando um “*novo*” ambiente, onde o indivíduo além de receptor passa a ser, também, o produtor da mensagem.

Antes do advento tecnológico, os processos comunicativos eram produzidos de um para muitos; com o recurso computacional, esta lógica modificou-se, pois possibilita a produção de um para um, de um para muitos e de muitos para muitos, lançando um grande desafio para as instituições e organizações. O homem voltou a ser o centro do processo.

Rede social Orkut

Segundo dados do IBOPE Inteligência, de 2009, atualmente, no Brasil, há cerca de 15,96 milhões de pessoas que estão cadastradas na rede social *Orkut*, representando cerca de 70,2% do total de membros em redes sociais.

O *Orkut* é uma aplicação para suporte a interações sociais, funcionando sobre a Internet, e alcançou grande popularidade entre os internautas brasileiros, a partir do ano de 2005; o sistema possibilita que as pessoas se agrupem a partir dos interesses pessoais, culturais, sociais e até psicológicos. (RECUERO, 2004)

Por tratar-se de um espaço colaborativo, organizado por pessoas e comunidades que se agrupam para trocar informações, compartilhar valores e percepções de mundo, os postulados teóricos citados no corpo do artigo, a propagação da rede social Orkut entre os brasileiros e o fácil acesso aos recursos computacionais. Por suas características acredita-se que IES do ABC paulista tem subutilizado essa rede social aproximar-se de sua comunidade acadêmica.

Metodologia

O procedimento metodológico envolverá o esforço de fazer convergir o referencial teórico, as características da rede social Orkut e as motivações dos membros das comunidades para a análise do objeto de estudo. Parafraseando uma respeitada pesquisadora da comunicação, falar de metodologia implica sempre em falar pedagogicamente, pois parte de uma inquietação envereda pela teoria e deságua na prática da pesquisa. (LOPES, 2002:21)

Entretanto, devido à transversalidade da investigação com áreas como: comunicação, mediações sociais, novas tecnologias, espaço educativo, entre outras, será realizada pesquisa de campo exploratória, essencialmente quantitativa para validar as inferências qualitativas do pesquisador e subsidiar a discussão dos resultados.

Desse modo, por se tratar de uma pesquisa exploratória e empírica, o método adotado, nessa investigação, teve como base o modelo metodológico proposto por Lopes (2002) e estruturou-se em: problema de pesquisa, referencial teórico, hipóteses, amostragem, técnicas de coletas de dados, análise descritiva, análise interpretativa, conclusão e bibliografia.

Para viabilizar o estudo, delimitou-se como objeto de validação do estudo as instituições de ensino superior que estão localizadas no ABC Paulista que tenham mais de 3000 alunos frequentes. Sabe-se que o corpus não é estatisticamente significativo, porém devido à característica indicial do estudo, esse recorte possibilita inferências qualitativas, atendendo ao objetivo proposto inicialmente.

As instituições que atenderam ao pré-requisito inicial: Universidade Municipal de São Caetano do Sul (IMES/USCS), Universidade do Grande ABC (UniABC), Universidade Bandeirantes (UNIBAN), Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), Universidade Anhanguera (UNIA – *campus* Santo André), Universidade Federal do Grande ABC (UFABC), Fundação Santo André (FSA) e Centro Universitário Anchieta (ANCHIETA). Todas pertencentes à região do ABC Paulista. Com a definição das instituições procedeu-se à identificação, de modo virtual, da maior comunidade ativa e relacionada a IES na rede social *Orkut*. O procedimento foi realizado entre os dias 20 e 21 de novembro de 2009.

Delimitado o tema, o método, as instituições e a identificação das comunidades, descreveu-se o problema da seguinte forma: Em que medida as instituições de ensino superior do ABC paulista utiliza a rede social Orkut, para potencializar a comunicação com sua comunidade acadêmica?

Para fins de coleta, tratamento, análise e interpretação dos dados, foram definidas as seguintes categorias: quantidade de usuários, data de criação, quantidade e participação nos

fóruns, quantidade e participação nas enquetes, quantidade e participação nos *posts*, disponibilizados nas comunidades até o dia 21 novembro 2009.

Todos os dados foram tratados em excel utilizando-se aritmética simples e tendo como o critério de arredondamento uma casa percentual. A quantidade de fóruns, enquetes e *posts*, foram representadas em números absolutos.

Por fim, considerando a dinamicidade da rede social *Orkut*, foi necessário que os dados fossem coletados no mesmo dia e horário, evitando variações no levantamento, sendo assim, todos os dados foram extraídos, exatamente, às 13h30m do dia 21 novembro 2009. Conforme demonstrado na tabela a seguir:

Tabela 1: Número de fóruns, enquetes e posts relacionados as IES ABC na rede social do Orkut.

Sigla da IES	Criação	Membros	Fóruns*		Enquetes*		Posts**	
			Quantidade	Participação	Quantidade	Participação	Quantidade	Participação
ANCHIETA	08/10/04	1433	0	0%	0	0%	0	0%
FSA	13/07/04	6010	1	1%	0	0%	1	1%
UFABC	28/07/05	3787	139	388%	8	42%	52	260%
UMESP***	23/06/04	2262	9	9%	0	0%	9	9%
UNIA****	02/04/05	177	0	0%	0	0%	0	0%
UNIABC	12/06/04	4349	10	4%	5	12%	5	4%
UNIBAN	29/07/04	6504	19	4%	5	12%	10	2%
USCS	14/05/04	5167	20	5%	3	17%	12	5%
TOTAIS		29689	198	53%	21	13%	89	36%

Fonte: Orkut, 21/11/09, acesso às 13h30.

* As informações sobre os fóruns, enquetes e posts foram levantadas no dia 21/11/09 às 13h30. Consideramos, apenas, os temas relacionados às instituições.

** Foram considerados apenas os posts divulgados nos fóruns no período de coleta de dados. Posts de cunho comercial foram desconsiderados no levantamento.

*** Consideramos apenas o pólo localizado na cidade de São Bernardo do Campo.

**** Consideramos apenas o pólo localizado na cidade de Santo André.

Análise quantitativa dos resultados

Número de membros que participam da comunidade: ao analisar-se a categoria de participantes nas comunidades, pode-se afirmar que a distribuição dos participantes é relativamente expressiva, com exceção da UNIA que, por ter 177 membros, apresenta baixa expressividade nas categorias se comparada às outras IES's.

Fóruns postados sobre a IES: com relação à quantidade de fóruns de discussão acerca da realidade institucional das IES's (assuntos ligados à vida acadêmica), a distribuição dos números absolutos obedeceu à seguinte distribuição: 139 fóruns na comunidade da UFABC; 20 fóruns na comunidade do IMES/USCS; 19 fóruns na comunidade da UNIBAN; 10 fóruns na comunidade da UNIABC; 9 fóruns na comunidade da UMESP e 1 fórum na comunidade da FSA. As demais IES não apresentaram nenhum fórum em suas respectivas comunidades.

Participações nos fóruns de discussão: no que se refere à participação dos membros nos fóruns de discussão, os percentuais demonstram que 388% dos membros da UFABC participou das discussões; 9% dos membros da UMESP, 5% da IMES/USCS, 4% UNIABC e UNIBAN e 1% FSA. As IES ANCHIETA e UNIA não apresentaram índices de participação relevantes, ou tiveram participação inferior a 1%.

Promoção de enquetes relacionada a IES: em relação à quantidade de enquetes que tratam sobre assuntos relacionados às IES, a distribuição em números absolutos obedeceu à seguinte ordem: 8 enquetes na comunidade da UFABC; 5 enquetes nas comunidades da UNIABC e UNIBAN e 3 enquetes na comunidade da USCS. As comunidades das IES's ANCHIETA, UNIA, UMESP e FSA não apresentaram enquetes em suas comunidades.

Participação do alunado nas enquetes: a participação dos membros nas enquetes obedeceu à seguinte distribuição: 42% da UFABC; 17% da USCS e 12% da UNIABC e UNIBAN. As IES's ANCHIETA, FSA, UMESP e UNIA não apresentaram índices de participação relevantes, ou tiveram participação inferior a 1%.

Promoção de *posts* relacionadas a IES: referente à quantidade em números absolutos de *posts*, diretamente relacionados às IES, a distribuição obedeceu à seguinte ordem: 52 UFABC; 12 USCS; 10 UNIBAN; 9 UMESP; 5 UNIABC e 1 FSA. As IES ANCHIETA e UNIA não apresentaram nenhum *post* com o enfoque proposto na investigação.

Participação do alunado nas discussões nos *posts* relacionadas às IES: a participação direta dos membros nas discussões sobre os *posts* obedeceu à seguinte distribuição: 260% do alunado da UFABC participam das discussões propostas; 9% da UMESP; 5% da USCS; 4% da UNIABC; 2% da UNIBAN e 1% FSA. As IES UNIA e ANCHIETA apresentaram baixo índice de participação.

Considerações empíricas do levantamento

Com base nos dados descritos na análise quantitativa, e análise dos conteúdos verificados no momento do levantamento, nas enquetes, nos fóruns e *posts*, pode-se inferir da análise algumas considerações qualitativas sobre a investigação.

Segundo o levantamento, as IES's ANCHIETA e UNIA não apresentam nenhum tipo de iniciativa nas comunidades, quer por meio dos membros, quer por meio das IES's, fato que mereceria um estudo mais aprofundado para um melhor entendimento acerca desta ausência.

A FSA apresenta um único fórum, cujo tema, aparentemente, foi postado por alguém que não pertence à instituição e busca mais informações sobre a FSA, estimulando alguns membros a discutirem o assunto referenciado no *post*.

Aparentemente a UNIABC utiliza esta rede social para promover discussões relacionadas à sua realidade, porém ainda apresenta uma baixa adesão se comparada às outras IES. Por outro lado, a IES apresenta uma participação, relativamente, expressiva em suas enquetes cujos temas relacionam-se, diretamente, à sua realidade acadêmica.

A UNIBAN apresenta participação expressiva em seus fóruns, enquetes e *posts*, porém há de se considerar que esta instituição, recentemente, ocupou os principais noticiários do país, por

conta de uma aluna agredida moralmente pelos seus colegas. Contudo desconsiderados os temas relacionados a esse incidente, pode-se perceber que esta IES utiliza a rede social.

A USCS também faz uso da rede social, apresentando participação expressiva dos usuários, principalmente, nas enquetes, demonstrando que seus alunos se fazem presentes, quando estimulados a opinar sobre algum assunto relacionado diretamente à instituição. Já com relação aos fóruns e *posts*, a participação, ainda, mostra-se modesta, de qualquer forma, é perceptível que esta IES também faz uso da rede social.

Com relação à UFABC, cabe salientar que esta IES foi a que apresentou os maiores índices de participação dos membros nos fóruns, enquetes e *posts*, e que é a única gratuita (pública) e a mais nova (criada em 2004).

Discussão dos resultados

Considerando os dados dispostos na tabela 1 e as observações empíricas no levantamento, pode-se afirmar que as IES's da região do ABC Paulista estão presentes na rede social *Orkut*, em média, há cerca de cinco anos; porém, o tempo de existência de cada comunidade não caracteriza sua *performance* enquanto ferramenta comunicativa interativa, pois ao analisar-se com mais rigor, pode-se observar que a UFABC foi a última a ser criada, em 28/07/05, e a que apresenta a maior participação dos membros nas categorias analisadas, superando as outras IES's em quase todos os quesitos, exceto no número de membros, quesito em que ocupa a quarta posição.

Pode-se atribuir esta *performance* ao processo de consolidação que a UFABC vive na região, sendo criada no ano de 2004 e com seus alunos oriundos de diversas regiões do país, infere-se que os membros utilizam os recursos computacionais com maior frequência, a fim de contatarem suas comunidades físicas de origem.

A fraca performance das comunidades ANCHIETA, UMESP, FSA e UNIA, também deixa evidente que essas instituições fazem pouco uso da rede social *Orkut*. Se somadas, as quatro contemplam 9.882 membros ou 33% do total, os motivos dessa ausência não são objetos de análise neste artigo, mas não se pode deixar de considerar que essas instituições podem estar

“perdendo terreno” para as outras IES’s localizadas na mesma região e que disputam o mesmo nicho de mercado.

As IES’s USCS, UMESP, UniABC e UNIBAN apresentam índices poucos expressivos nas categorias apresentadas em alguns casos, atingem índices inexpressivos de participação como no caso da FSA e UNIA. De qualquer forma, os dados revelam, também, que essas instituições atentaram para o potencial desta rede social e, aparentemente, têm buscado aperfeiçoar sua presença, promovendo enquetes e estimulando *posts* em fóruns.

Os baixos índices de participação, principalmente nos fóruns de discussão da maioria das IES’s, sinalizam pouco entendimento em relação às expectativas e anseios de sua comunidade acadêmica, fato que pode ser crucial para um mercado que, ultimamente, tem sido forçado a alcançar indicadores qualitativos nos serviços prestados.

Por outro lado, pode-se perceber, também, por meio do levantamento realizado, que as enquetes postadas nas comunidades têm uma receptividade considerável entre os seus membros. Se analisadas com mais cuidado, percebe-se que os assuntos “enquetados” estão diretamente relacionados aos interesses imediatos dos membros, fato que não acontece nos fóruns da maioria das IES’s, exceto UFABC.

Na maioria das comunidades, exceto a UFABC, não há ou são muito inexpressivas postagens, cujo tema refere-se, academicamente, às IES’s pesquisadas. Outro aspecto observado é, aparentemente não há presença de docentes ou coordenadores de curso nas discussões promovidas nos fóruns das comunidades. Considera-se esta ausência estranha, pois essas instituições possuem o calendário acadêmico, no qual as datas e eventos são planejados com muita antecedência e há casos em que se oferecem cursos ou disciplinas na modalidade a distância (EaD), ou seja, possuem a infraestrutura para uma total participação de toda a comunidade acadêmica.

Já com relação aos *posts* que mobilizam essas comunidades, no que se refere à UFABC, percebeu-se, empiricamente, que os assuntos estão, intrinsecamente, relacionados ao cotidiano do

estudante na instituição, estimulando a participação de outros membros que partilham da mesma experiência.

Considerações finais

Por se tratar de um estudo exploratório de uma rede social, cuja dinamicidade e imediatismo são marca registrada, pode-se afirmar que a pesquisa atingiu os objetivos propostos inicialmente, investigando, mesmo que de forma empírica e quantitativa, o comportamento dos membros em temas relacionados às IES's, visando a demonstrar o potencial da rede social como ferramenta comunicacional.

Por meio dos resultados e discussões procedidas neste estudo, podemos observar que a infinidade de informações disponíveis nas redes sociais, utilizando como exemplo o *Orkut*, representa um canal a ser explorado por docentes, discentes e corpo técnico administrativo de uma IES, com a tendência de crescer cada vez mais, auxiliando a vida acadêmica na forma de uma poderosa ferramenta de pesquisa educacional.

Verifica-se, ainda, por meio do estudo que, embora as comunidades virtuais estejam ao alcance de todos, ainda existe uma receptividade discreta na maioria delas, faltando, talvez, maior entendimento de todos que participam dessas redes, sejam alunos, ex-alunos ou dirigentes, pois cada público possui sua motivação para interagir, contribuir ou se manifestar nesses espaços.

Por outro lado, percebemos também que para haver participação generalizada dos membros, os temas postados devem estar alinhados às necessidades e desejos coletivos, relacionados à vivência acadêmica dos membros nas IES e interligados entre si. Portanto, estes princípios devem ser a base para as IES's da região do ABC paulista otimizarem esta rede social.

O estudo permite concluir que para as IES's melhorarem sua *performance* na rede social *Orkut*, não bastará, apenas, realizarem *posts* nos fóruns, divulgarem *posts* ou promoverem enquetes, mas precisarão se fazer presentes participando, agregando e contribuindo na retroalimentação do sistema comunicativo.

Referências bibliográficas

BRAMBILLA, Ana Maria *Estratégia de atuação institucional em mídias sociais*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.

BAIO, César & OLIVEIRA, P. Marcelo. *Interatividade e Convergência das Mídias*. Disponível em: <<http://www.iar.unicamp.br/>>. Acesso em: 27 /07/2009.

BASANELA, Daniele. *Internet: novos formatos na geração e disseminação de conteúdo*. Disponível em: <<http://www.iar.unicamp.br/>>. Acesso em: 27 /07/2009.

CASTTELS, Manuel. *A galáxia Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. *Sociedade em rede*. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo. Paz e Terra, 1999.

CITELLI, Adilson. *Outras Linguagens na Escola*. São Paulo: Cortez, 2000.

CAPRINO, Mônica Pegurer (org.). *Comunicação e Inovação: Reflexões contemporâneas*. São Paulo: Paulus, 2008. – (Coleção Comunicação)

COSTA, Maria Cristina Castilho. *Ficção, Comunicação e Mídias*. São Paulo: Senac, 2002. (Série Ponto Futuro; 12)

FISCHER, Luciana. *Redes Sociais como ambiente de comunicação institucional participativa: análise de IES na Região Metropolitana de Campinas*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

JÚNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. Análise do conteúdo, in: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (org). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005, pp. 281 – 303.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da Inteligência*. São Paulo: ed. 34, 1990.

_____. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, A. Alexandre. *Multimídia: Meio de comunicação facilitando o aprendizado*. Disponível em: <<http://www.iar.unicamp.br/>>. Acesso em: 29 /07/ 2009.

LEMONS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2002.

MACHADO, Rejane. *Comunidade virtual e sua inserção no processo educacional como forma de ampliação do campo das relações*. Disponível em: <<http://www.fae.unicamp.br/>>. Acesso em: 05/08/ 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos Meios as Mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. *Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais*. E Compós, v. 2, 2005.

_____. *Um estudo do Capital Social gerado a partir de Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs*. Trabalho apresentado no GT de Tecnologias Informacionais da Comunicação da Compós. Niterói, RJ, 2005. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2009/>>. Acesso em: 27/07/2009.

RUFINO, G. F. Carina, *A sociedade em rede e a segunda geração da internet: reflexões para o campo da comunicação organizacional*. Disponível em:

<<http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/c.html>>. Acesso em: 27/07/ 2009.

SANTOS. C. Antônio & OMENA DOS SANTOS. C. Adriana. *Educação, educadores e Internet na sociedade do conhecimento*. Disponível em:

<<http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/c/c9/>>. Acesso em: 27/07/2009.

SIMÕES. G. A. Isabella. *Sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação*. Disponível em:

<<http://www.insite.pro.br/>>. Acesso em: 27/07/2009.

TERRA, Carolina Frazon. *A comunicação organizacional em tempos de redes sociais online e de usuários-mídia*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.