
Mídia Ninja ES: Midiativismo e narrativas independentes no Facebook durante a ocupação de escolas no Espírito Santo¹

Ana Paula Miranda COSTA Bergami²

Fábio Luiz MALINI de Lima³

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

O presente artigo analisa a produção de narrativas independentes e estabelece uma tipologia das postagens do coletivo de mídia livre Ninja ES no Facebook em outubro, novembro e dezembro de 2016, durante a ocupação das escolas públicas e da sede da Secretaria de Estado da Educação do Espírito Santo (Sedu) pelos secundaristas. Na época, os estudantes protestavam contra a proposta do governo federal de reforma do ensino médio e contra a PEC 55.

Palavras-chave: midiativismo; narrativas independentes; cibercultura.

Introdução

Os sites de redes sociais representam um espaço de trocas e interações, que determinam novas sociabilidades contemporâneas. Constituem também importantes instrumentos de mobilização social e de disputas de poder. Nesse cenário, destacamos a atuação do coletivo de mídia livre Ninja ES, midiativistas que narram, em tempo real, com suas audiências, fatos sociais associados aos diferentes atos de ruas dos movimentos sociais. Os “ninjas” modificaram estéticas, estruturas narrativas e a posição de sujeito (que se oculta) da deontologia jornalística.

A *fanpage* dos midiativistas no Facebook possui 37.524 curtidas⁴. O grupo tem como objetivo “fazer circular as informações que vem dos gritos da rua, dos movimentos sociais, dos coletivos, das lutas”, buscando “denunciar, fiscalizar e cobrar”⁵.

Consideramos que as narrativas do coletivo constituem parte da agenda de temas que circulam e pautam a vida de uma grande quantidade de indivíduos, que têm no ambiente digital uma das dimensões de suas atividades cotidianas. Dessa forma, nosso trabalho busca evidenciar como a territorialidade informacional se tornou um espaço de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Pesquisadora do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Ufes. Professora voluntária no Departamento de Comunicação da Ufes. E-mail: anapaulamirandacosta@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação Social da Ufes. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Ufes. E-mail: fabiomalini@gmail.com.

⁴ Informação obtida no site www.facebook.com/esninjaes. Acesso em 13/07/2017.

⁵ Informação obtida no site www.facebook.com/esninjaes. Acesso em 13/07/2017.

disputa dos atores sociais e de emancipação política, tendo o coletivo de mídia livre Ninja ES como objeto de estudo.

Sites de redes sociais, atores e interações

Os sites de redes sociais representam um espaço de trocas e interações que determinam a sociabilidade contemporânea, na qual os indivíduos realizam processos de participação e discussão de temas relacionados às suas vivências individuais e coletivas. Esses dispositivos são “espaços vivos que conectam todas as dimensões da vida das pessoas”, explica Manuel Castells (2013, p. 173).

Essas ferramentas são hoje uma tendência importante para a sociedade, pois transformam a cultura ao induzir ao compartilhamento. Castells (2013, p. 173) explica que os usuários das redes sociais “transcendem o tempo e o espaço, mas produzem conteúdo, estabelecem vínculos e conectam práticas”.

Castells estabeleceu que a sociedade em rede tem uma estrutura social “construída em torno de redes ativadas por tecnologias de comunicação e de informação processadas digitalmente e baseadas na microeletrônica (CASTELLS, 2015, p. 71). Manuel Castells (2015) explica que a revolução tecnológica permitiu que novos atores passassem a participar da produção de conteúdo:

As redes horizontais possibilitam o surgimento daquilo que chamo de autocomunicação de massa, que definitivamente amplia a autonomia dos sujeitos comunicantes em relação às corporações de comunicação, à medida que os usuários passam a ser tantos emissores quanto receptores de mensagens (CASTELLS, 2015, p. 22).

Raquel Recuero (2014, p. 24) explica que “o advento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade”, sendo que a mais significativa “é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC)” (RECUERO, 2014, p. 24). Para a autora, “essas ferramentas proporcionaram que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais” (RECUERO, 2014, p. 24). Dessa forma, “é nesse âmbito que a rede como metáfora estrutural para a compreensão dos grupos expressos na internet é utilizada através da perspectiva de rede social” (RECUERO, 2014, p. 24).

A autora estabelece que uma rede social “é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (RECUERO, 2014, p. 24). Já os atores no ciberespaço

“podem ser compreendidos como indivíduos que agem através de representações performáticas de si mesmos” (RECUERO, 2014, p. 28). A autora considera que “a interação mediada pelo computador é também geradora e mantenedora de relações complexas e de tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na internet” (RECUERO, 2014, p. 36). Nesse sentido, “o conjunto das interações sociais forma relações sociais” (RECUERO, 2014, p. 36), sendo que “são os padrões de interação que definem uma relação social que envolve dois ou mais agentes ou indivíduos comunicantes” (RECUERO, 2014, p. 36).

Cibercultura e convergência midiática

No cenário midiático atual, a construção da narrativa imagética apresenta-se mais complexa, na medida em que as leituras resvalam do campo simbólico para a materialidade da navegação. A experimentação na rede digital transfigura, e pode, de certa maneira, estender a especificidade dos registros em fotos e vídeos em sites de redes sociais como o Instagram, que passam a compor simultaneamente narrativas lineares e hipertextuais.

Lemos (2013) explica que “a cibercultura forma-se, precisamente, da convergência entre o social e o tecnológico, sendo através da inclusão da socialidade na prática diária da tecnologia que ela adquire seus contornos mais nítidos” (LEMOS, 2013, p. 90). Para o autor, “a cibercultura está sincronizada com a dinâmica da sociedade contemporânea, podendo mesmo ser caracterizada como uma cibersocialidade” (LEMOS, 2013, p. 81).

Jenkins (2009) frisa que o cenário cotidiano experimenta a cultura da convergência, “onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 343). O autor estabelece o conceito de convergência:

Refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (...) A circulação de conteúdos — por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais — depende fortemente da participação ativa dos consumidores (...) A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos (JENKINS, 2009, p. 29-30)

Henry Jenkins (2009) considera que a produção coletiva de significados na cultura popular alterou o funcionamento de vários setores, como religiões, educação, direito, política e publicidade. Para Jenkins (2009, p. 44), “a convergência dos meios de comunicação impacta o modo como consumimos esses meios”, sendo que a convergência representa “uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 44).

Os novos atores em cena estabelecem uma narrativa transmidiática, que “se expande através de diferentes linguagens (verbal, icônica etc) e mídias (cinema, quadrinhos, televisão, videogames etc)” (SCOLARI, 2015, p. 8). Para Scolari (2015), esse novo formato surge como uma história contada em múltiplas mídias: “Esta dispersão textual é uma das fontes mais importantes da complexidade na cultura popular contemporânea” (SCOLARI, 2015, p. 8).

Neste cenário midiaticizado, “a convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias” (JENKINS, 2009, p. 51). O autor aponta que, com a popularização de aparatos tecnológicos com acesso à internet e com vários recursos de produção de textos, imagens e vídeos, o público deixa o papel de consumidor passivo de informações, e passa a elaborar conteúdo. Para ele, “a convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias” (JENKINS, 2009, p. 45), sendo que “o público, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar da cultura” (JENKINS, 2009, P. 53).

Clay Shirky (2012) estabelece que, neste novo contexto midiaticizado, os “atos de jornalismo” se popularizam, tornando comum as narrativas multitudinárias para além da cultura profissional da imprensa. O autor pondera que “nossas ferramentas sociais removem obstáculos mais antigos à expressão pública, eliminando assim os gargalos que caracterizavam os meios de comunicação de massa” (SHIRKY, 2012, p. 51). Sendo assim, “o resultado é a amadorização em massa de esforços antes reservados a profissionais de mídia” (SHIRKY, 2012, p. 51).

Comunicação e poder

No cenário midiaticizado atual, a comunicação em ampla escala atravessa uma profunda transformação tecnológica e organizacional, com a emergência da autocomunicação de massa (CASTELLS, 2013; CASTELLS, 2015), estabelecida com

base em redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa e sem fio. A difusão das redes de comunicação horizontais modificou drasticamente a prática de poder em várias dimensões institucionais e sociais, “aumentando a influência da sociedade civil e de atores sociopolíticos não institucionais na forma e na dinâmica das relações de poder” (CASTELLS, 2015, p. 33).

Consideramos que atualmente a comunicação integra o plano sistêmico da estrutura de poder, sendo que as redes comunicativas são fontes decisivas de construção desse poder (CASTELLS, 2013) e que o contrapoder é desempenhado “reprogramando-se as redes em torno de outros interesses e valores, e/ou rompendo as alternâncias predominantes” (CASTELLS, 2013, p. 17-18).

Por poder se entende uma relação entre parceiros, em “um conjunto de ações que se induzem e se respondem umas às outras” (FOUCAULT, 1995, p. 240), sendo que o exercício do poder “é um modo de ação de alguns sobre outros” (FOUCAULT, 1995, p. 242). Para Foucault (1995, p. 246), “uma sociedade ‘sem relações de poder’ só pode ser uma abstração”. Na ontologia foucaultiana, onde há poder, há resistência (FOUCAULT, 1995). Foucault estabelece que o poder funciona e se exerce em rede: “Onde há poder, ele se exerce. Ninguém é, propriamente falando, seu titular; e, no entanto, ele sempre se exerce em determinada direção” (FOUCAULT, 2015, p. 138). As relações de poder “não podem se dissociar, se estabelecer nem funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação e um funcionamento do discurso” (FOUCAULT, 2015, p. 278-279).

Castells (2015, p. 21) considera que os conceitos de poder e de comunicação estão intimamente relacionados: “O poder depende do controle da comunicação, assim como o contrapoder depende do rompimento desse controle. E a comunicação de massa (...) é moldada e administrada por relações de poder, tem raízes nos negócios da mídia e nas políticas do Estado”.

Mídia livre e narrativas independentes

O Ninja ES promove um embate com a mídia corporativa na disputa pela construção de discursos midiáticos. Malini e Antoun (2013) classificam que o midialivrista surge como um hacker das narrativas, “um tipo de sujeito que produz, continuamente, narrativas sobre acontecimentos sociais que destoam das visões editadas pelos jornais, canais de TV e emissoras de rádio de grandes conglomerados de comunicação” (MALINI E ANTOUN, 2013, p. 23). Ao postar o conteúdo no ciberespaço,

os ativistas geram um ruído “cujo principal valor é de dispor uma visão múltipla, conflitiva, subjetiva e perspectiva sobre o acontecimento passado e sobre os desdobramentos futuros de um fato” (MALINI E ANTOUN, 2013, p. 23).

Dotados de dispositivos como celulares, tablets e câmeras digitais, os midiálistas fogem do modo de trabalho dos veículos de massa para “produzir uma comunicação em rede que faz alimentar novos gostos, novas agendas informativas e novos públicos, alargando assim o espaço público midiático” (MALINI E ANTOUN, 2013, p. 24).

Ivana Bentes (2015, p. 14) pondera que os midiálistas, ao contrário das equipes de reportagem da mídia convencional, não participam de protestos para fazer registros dentro de uma relação de trabalhos. “(O midiálista) é um corpo da multidão e a comunicação é uma das formas de mobilizar e organizar, expressar, essa multidão” (BENTES, 2015, p. 14). Bentes também compara o trabalho dos ciberativistas em relação à imprensa convencional:

A principal diferença se dá entre uma mídia que monopoliza e controla a produção de mundos e os processos de subjetivação e outras práticas e conceitos que apontam para a emergência de uma ‘intelectualidade de massa’ e uma cultura popular digital, ou seja, a distribuição da inteligência humana, com as transformações na forma de sentir, ser e conhecer (BENTES, 2015, p. 16).

Outra diferença é que postagens de coletivos de mídia livre como o Ninja ES “funcionam muito mais como crônicas, parciais e subjetivas, do que textos informativos (...) Cada ‘matéria’ traz uma causa, um afeto, um horizonte de mundos em torno da ‘notícia’” (BENTES, 2015, p. 16). A autora argumenta que a mobilidade “essa capacidade de entrar e sair das controvérsias construindo lugares comuns de lutas é uma das características do midiativismo” (BENTES, 2015, p. 17).

Oposição à mídia tradicional

O espaço público, que deveria funcionar como um quarto poder, tem sido dominado por um sistema midiático comprometido com os poderes econômico e político hegemônicos, como afirma Ramonet (2013). Para o autor, “a cumplicidade do quarto poder com os poderes dominantes faz com que ele deixe de funcionar como tal, o que representa um grave problema para a democracia, pois não é possível concebê-la sem o autêntico contrapoder da opinião pública” (RAMONET, 2013, p. 98). O autor considera que uma das especificidades dos sistemas democráticos está “na tensão permanente entre

poder e contrapoder, cujo resultado é a versatilidade e a capacidade de adaptação do sistema” (RAMONET, 2013, p. 98).

Para Dênis de Moraes (2013), o sistema midiático atual “trata-se de um poder desmaterializado, penetrante, invasivo, livre de resistências físicas e territoriais, expandindo seus tentáculos para muito além da televisão, do rádio, dos meios impressos e do cinema” (MORAES, 2013, p.19). Sendo assim, o sistema midiático opera “para reproduzir a ordem do consumo e conservar hegemonias constituídas” (MORAES, 2013, p. 21).

Contra o discurso da mídia corporativa, surgem os midialivristas, que usam os recursos noticiosos (textos, imagens e vídeos) para contrapor a narrativa hegemônica. Malini e Antoun (2013, p. 184) explicam que “a narrativa noticiosa, que sempre esteve atrelada àqueles que detinham a capacidade de irradiar informação, hoje está em todos os lugares virtuais (...) mídias cujas produções se dão de forma articulada e cooperativa, cujo produto final é exibido de forma pública e livre”. Para os pesquisadores, “as redes são uma forma própria de poder constituinte através da qual uma multidão inteligente armada pela comunicação distribuída em redes interativas estaria conquistando sua emancipação social” (MALINI E ANTOUN, 2013, p. 58).

Manuel Castells (2015, p. 82) aponta que “o espaço e o tempo são redefinidos tanto pela emergência de uma nova estrutura social quanto pelas lutas de poder sobre a forma e os programas dessa estrutura social”. Ou seja, “o espaço e o tempo expressam as relações de poder da sociedade em rede” (CASTELLS, 2015, p. 82).

Os midialivristas são atores que narram dentro dos acontecimentos, movimentando as redes sociais a partir das ruas. Ivana Bentes (2015) relaciona os coletivos de mídia livre à multidão, considerando que atualmente é possível constatar nas ruas uma multidão “capaz de se autogovernar a partir de ações e proposições policêntricas, atravessadas por poderes e potências muitas vezes em violento conflito, mas que constituem uma esfera pública em rede, autônoma em relação aos sistemas midiáticos e políticos tradicionais” (BENTES, 2015, p. 21).

Tascón e Quintana (2012) também consideram que novos atores estão se apropriando das plataformas móveis digitais para estabelecer uma nova dinâmica comunicacional, ponderando que “as multidões conectadas arrebataram das elites narradoras (meios de comunicação) os mecanismos (canais e códigos) de construção da

realidade e afetaram a legitimidade dos poderes políticos e econômicos” (TASCÓN E QUINTANA, 2012, p. 253, tradução nossa).

Análise das postagens

Neste artigo, propomos uma análise das postagens do Ninja ES de 17 de outubro a 5 de dezembro de 2016, relacionadas à ocupação das escolas públicas capixabas e da sede da Secretaria de Estado da Educação do Espírito Santo (Sedu) pelos secundaristas. Na época, os estudantes protestavam contra a proposta do governo federal de reforma do ensino médio e contra a PEC 55.

Ao todo, identificamos 941 publicações feitas por meio da *fanpage* Ninja ES, que traziam conteúdos variados, principalmente sobre as ocupações. Esses posts receberam um total de 14.552 curtidas e 2.382 comentários. Ao todo foram registrados 52.627 compartilhamentos, que resultaram em um total de interações com 120.355 *likes* (média de 134,47 por postagem) e 8.108 *comments* (9,06 por publicação).

A coleta de dados foi realizada no dia 22 de junho de 2017, por meio do *script Ford*, desenvolvido pelos pesquisadores do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), localizado na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Após a coleta, os dados das postagens foram analisados e separados em categorias por palavras e *hashtags* mais usadas, dias com mais publicações, tipos de posts e quantidades.

Entre as 941 publicações feitas pela *fanpage* Ninja ES durante o período considerado para análise, há cinco tipos de conteúdo veiculado pelos midiativistas: vídeo, link, evento, foto e *status*. A distribuição pode ser conferida na tabela abaixo:

Tipo de <i>post</i>	Quantidade	Percentual
<i>Status</i>	92	9,78%
Evento	47	4,99%
Vídeo	180	19,13%
Link	145	15,41%
Foto	477	50,69%

Tabela 1: Distribuição das postagens pelo tipo de conteúdo e seus respectivos percentuais

O conteúdo que recebeu mais comentários foi vídeo, com 3.756 *comments*, representando 46,32% do total de *comments* recebidos pela *fanpage* Ninja ES no período analisado. Isso intimamente correlacionado a um certo padrão do ativista midialivista: a

enunciação videográfica do “ao vivo”, ou seja, da geração de *video live streaming* de dentro de marchas, atos e manifestações de rua. Em segundo lugar estão as fotos, com 3.021 *comments* e 37,26% do total de *comments* recebidos no período. Essa preferência se inverte quando analisamos os conteúdos postados que mais obtiveram curtidas: as fotos receberam 68.514 *likes* (56,93%) e os vídeos receberam 20.910 *likes* (17,37%). Os dados com todas as informações das interações podem ser conferidos na tabela abaixo:

Tipo	Likes	Likes %	Comentários	Comentários %	Share	Share %
Vídeo	20.910	17,37	3.756	46,32	12.611	23,96
Link	14.244	11,83	607	7,49	8.893	16,90
Evento	6.957	5,78	163	2,01	2	0,00
Foto	68.514	56,93	3.021	37,26	29.449	55,96
Status	9.730	8,08	561	6,92	1.672	3,18

Tabela 2: Distribuição de acordo com os tipos de interações recebidas pelas postagens

Na nossa análise, separamos as palavras mais mencionadas nas postagens do Ninja ES durante o período considerado para análise. Em primeiro lugar está a palavra “escola”, que apareceu 645 vezes, seguida respectivamente de “estudantes” (608 vezes), “PEC” (261 vezes), “ocupa” (256 vezes) e “educação” (204 vezes). A tabela com a relação das 20 palavras mais recorrentes pode ser conferida abaixo:

Palavra	Número de ocorrências
Escola	645
Estudantes	608
Ocupação	372
PEC	261
Ocupa	256
Educação	204
Ninja	191
Vitória	164
Direitos	159
Movimento	151
Sedu	147

Ocupada	143
Alunos	133
Espírito Santo	129
EEEFM	125
Informações	120
Luta	119
Estadual	113
Ufes	105
Secundaristas	103

Tabela 3: Palavras mais usadas nas postagens

As palavras registradas com variações de número foram agrupadas no mesmo termo, como é o caso de escola, que teve ocorrências no singular e no plural. O mesmo aconteceu com ocupação. Optamos por manter palavras bem semelhantes, como ocupação, ocupa e ocupada separadas, por terem, isoladamente, sentidos próprios. Ocupa, por exemplo, é um tempo verbal. Ocupação é um substantivo. Ocupada é um adjetivo. Abaixo, há uma nuvem de palavras que evidencia o impacto de cada palavra dos ciberativistas.

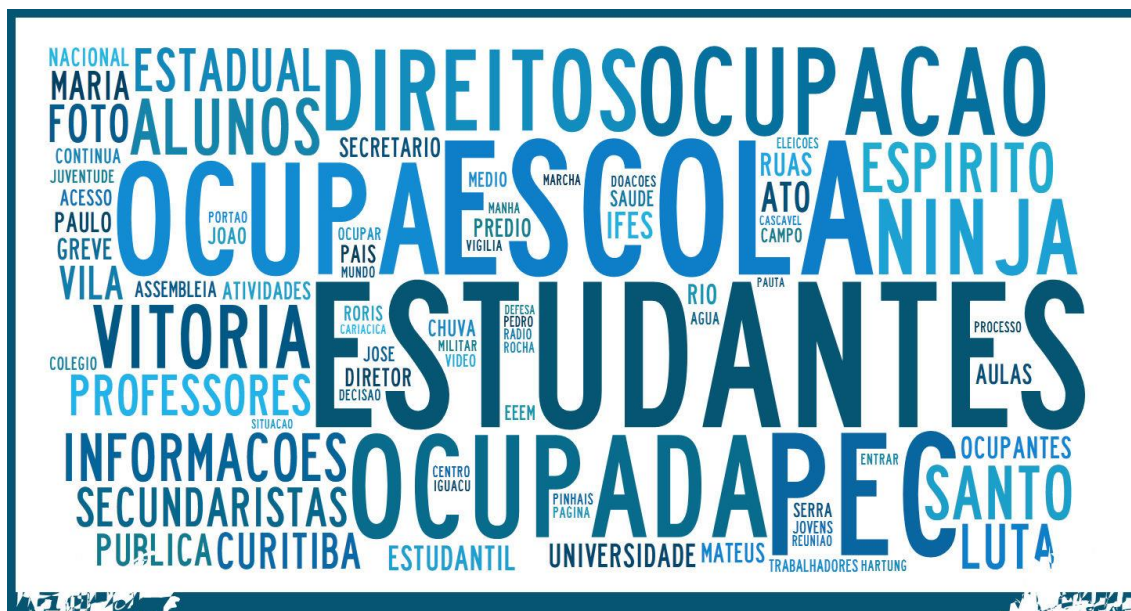


Imagem 1: Palavras mais usadas nas postagens dos ciberativistas

Em nossa pesquisa, também identificamos as *hashtags* mais recorrentes nas publicações dos midiativistas. Em primeiro lugar, a *hashtag* #ocupado, com 212

menções nas postagens, seguida respectivamente por #ocupaes (148 menções), #primaverasecundarista (90 menções), #contrapec241 (74 menções) e #pecdofimdomundo (50 menções). Na tabela abaixo, listamos as 20 *hashtags* mais usadas pelos ciberativistas no período considerado para a coleta de dados.

Hashtag	Número de ocorrências
#ocupatudo	212
#ocupaes	148
#primaverasecundarista	90
#contrapec241	74
#pecdofimdomundo	50
#ocupatudoes	47
#foratemer	38
#ocupaagenor	37
#urgente	35
#ocupasedu	35
#vilavelha	30
#es	23
#grevegeral	21
#aovivo	21
#ocupaalmirante	17
#ocupacao	13
#atencao	12
#ocupar	12
#resistir	11
#contrapec55	11

Tabela 4: Hashtags mais usadas nas postagens

Na nuvem de palavras abaixo, é possível perceber como as hashtags mais relevantes se destacam das demais. Ao centro, #ocupatudo surge como a de maior impacto, por conta da quantidade de vezes em que ela foi usada pelos midiativistas.

Sendo assim, consideramos que o Ninja ES representou um importante canal de mobilização e de divulgação das ações dos estudantes durante os dias de ocupação das escolas públicas capixabas, constituindo uma rede importante de notícias.

REFERÊNCIAS

- BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão: Estéticas da comunicação e biopolíticas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- _____. **Redes de indignação e esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- _____. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. Michel. **Foucault, uma trajetória filosófica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Bem-estar comum**. Rio de Janeiro: Record, 2016.
- _____. **Multidão**. Rio de Janeiro: Record, 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- MORAES, Dênis de. Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In: MORAES, Dênis de (org.). **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo, 2013.
- RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, Dênis de (org.). **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo, 2013.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas Transmídias: Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. In: **Revista Parágrafo**, janeiro/junho 2015, v. 1, n. 3, p. 7-19, 2015. Disponível em <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/291/298>>. Acesso em 30/04/2017.
- SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- TASCÓN, Mario; QUINTANA, Yolanda. **Ciberactivismo: Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas**. Madri, Espanha: Los Libros de la Catarata, 2012.