

## O SITE PARADA LÉSBICA ENQUANTO MÍDIA SOCIAL

Emilly Garcia

Estudante do 8º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade da Amazônia – UNAMA - e-mail: garcia.emilly@hotmail.com

Neusa Pressler

Jornalista, doutoranda em Planejamento do Desenvolvimento do Trópico Úmido (NAEA/UFFA) e professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade da Amazônia, e-mail: neusapressler@unama.br

**RESUMO:** Nos últimos anos, vários 112 trabalhos acadêmicos foram elaborados a partir de uma problemática em comum: o ciberespaço, bem como as suas diretrizes e o comportamento humano neste espaço virtual. Acompanhando essa vertente, o presente estudo tem o objetivo de refletir as práticas de comunicacionais do site Parada Lésbica. Trata-se de um site dedicado ao público gay feminino, possui chat, comunidades, colunas e uma infinidade de ferramentas interativas. O Parada Lésbica é um exemplo de mídia social, caracterizada pelo uso da tecnologia como principal instrumento de troca de conhecimento e informação, além de uma produção de conteúdos baseada na interação. No site é identificado um poder agregador pelo fato de ser o ponto de encontro de meninas das cinco regiões do país (norte, sul, leste e oeste). Constata-se que o PL vem preencher um espaço decorrente da falta de abertura em outros espaços da internet para que as usuárias possam manifestar livremente o seu estilo de vida. Ressalta-se que a falta de mídias destinadas ao público homossexual não há muitas opções para meninas homossexuais. Desse modo, o site Parada Lésbica passa a ser um caminho para a busca de informação acerca do tema homossexualidade e troca de experiências.

**PALAVRAS- CHAVE:** mídias sociais, ciberespaço, homossexualidade

O ditado popular que diz “há males que vem para o bem”, é pertinente quando se trata das inovações dos meios de comunicação, tendo como um dos maiores exemplos a internet. Essa e outras evoluções tecnológicas foram provenientes, principalmente, da Guerra Fria<sup>1</sup>. Devido o mecanismo ideológico desse conflito que dividiu o mundo em dois blocos, capitalismo e comunismo, é que hoje podemos nos comunicar com qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo em tempo real e acessar um enorme banco de dados, bastando para isso somente um clique (Castells, 1999, p. 375). A Guerra Fria foi um grande passo para diversos avanços tecnológicos, pois, marcou a corrida espacial e tecnológica entre Estados Unidos e extinta União Soviética (Gaddis, 2006; Blainey, 2009).

Ainda no fim da década de 60 o Darpa - Departamento de Projetos de Pesquisas Avançadas da Agência de Defesa Americana - criou um sistema chamado de Arpanet (*Advanced Research Projects Agency*) com a finalidade de garantir a troca de dados entre computadores através de linhas telefônicas. A princípio a intenção era repassar informações sigilosas sem que o exército soviético interceptasse. E em caso de ataque as informações estariam seguras, pois, já teriam sido transmitidas para vários pontos distintos. Sem dúvida a Arpanet foi um grande passo no incremento da internet.

No início da década de 1970, a Arpanet perdeu a função militar e ganhou outra base: o meio acadêmico. Esse sistema de troca de dados passou a auxiliar alunos e professores das principais universidades americanas e centros de pesquisa. Ao invés de transmitir informações de guerra a Arpanet servia agora para o fomento do conhecimento.

---

<sup>1</sup> A Guerra fria foi o conflito intelectual e político entre o polo norte e o polo sul no período entre 1945 e 1989. “Instaurada após a Segunda Guerra Mundial, sob o signo da bomba atômica, a Guerra Fria dividiu o planeta em dois sistemas (comunista e capitalista), parceiros e inimigos em um complexo jogo geopolítico, cultural e ideológico. Os dois blocos, acumulando poder suficiente para destruir a vida humana, transformaram o exercício da política em retórica do terror e da propaganda ideológica. Esse legado, de truculência e desesperança, marca a mentalidade contemporânea. O fim da Guerra Fria foi anunciado pela queda do Muro de Berlim, em 1989”. Fonte: (Gaddis, 2006; Blainey, 2009).

O Vale do Silício na Califórnia, EUA, talvez seja o local mais emblemático até hoje quando se fala em tecnologia. A região foi essencial para o desenvolvimento de muitas das novas tecnologias que conhecemos. Empresas importantes se instalaram na região, a exemplo da Google e Amazon.com.. Nas universidades da região do Vale do Silício estudaram nomes importantes como Bill Gates e Steve Jobs, fundador da Microsoft e um dos inventores do Apple II, primeiro computador pessoal vendido no mercado.

O Vale do Silício se tornou o local mais procurado por parte de jovens universitários. Ao mesmo tempo em que esses jovens estudantes aprendiam sobre os mecanismos internos dos computadores e o funcionamento da Arpanet, desenvolviam novos programas e sistemas que contribuíram para o avanço de novas descobertas. Essa inteligência coletiva (Lévy, 1999) foi decisiva para a velocidade em que se deu a evolução da tecnologia.

Em 1989, a Arpanet definitivamente deu lugar à internet. A criação da World Wide Web (ou WWW) em 1991 foi determinante para a melhoria das interfaces da rede. A partir daí surgiram as primeiras *web pages*, que passaram a conter textos e, posteriormente, imagens e animações. A World Wide Web cativou as pessoas, o cidadão comum, aproximou usuário e máquina, dando início a uma relação que mudou drasticamente as formas de ver e de interagir com o mundo, e principalmente, reconfigurou os processos de comunicação e de sociabilidade (Recuero, 2009, p. 24).

O aprimoramento e invenção de novas tecnologias, assim como o barateamento na aquisição de computadores, celulares, *smartphones*, etc, agilizaram o processo comunicacional. A CMC conectou as pessoas em rede, e a internet "é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores (CMC) dos anos 90, uma vez que liga gradativamente a maior parte das redes (Castells, 1999, p. 369).

Dessa forma, instituições financeiras, governamentais, jornais e empresas perceberam a força da internet e passaram a oferecer serviços *online*. Devido a migração de alguns serviços para a internet, cada vez mais as pessoas foram se inserindo na World Wide Web e transferindo atividades que antes só eram executadas na vida real para a rede mundial de computadores.

Com o passar do tempo a internet foi evoluindo, a conexão ganhou maior velocidade na transmissão de *bytes* e as interfaces se tornaram mais interativas e dinâmicas. Convergência se tornou a palavra-chave desse novo contexto comunicacional.

[...] a formação de um supertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana (Castells, 1999, p. 354).

A evolução da internet bem como a criação de novas interfaces e o desenvolvimento de dispositivos de interação contribuiu para que, cada vez mais as pessoas migrassem para o meio virtual, o qual Pierre Lévy chamará de ciberespaço.

O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (Lévy, 1999, p.17).

O ciberespaço é repleto de ações humanas potencializadas por aparatos tecnológicos e específicas do ciberespaço, onde a linguagem e os hábitos são peculiares. A esse conjunto de ações, hábitos, linguagens do ciberespaço, Lévy (1999) dá o nome de cibercultura e define como:

[...] o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (Lévy, 1999, p. 17)

Nesse panorama surgiram as mídias sociais definidas como ferramentas de comunicação que permitem o surgimento ou o fortalecimento de redes sociais no ciberespaço (Recuero, 2008, online). Mídias sociais são espaços interativos onde as pessoas trocam e compartilham informações *just in time*, além de ajudarem na construção do conteúdo por meio da colaboração. As mídias sociais são espaços propícios para

a interação entre as pessoas, elas trocam fotos, vídeos, documentos, links, conversam, enfim, uma infinidade de ações.

Diante disso, os aparatos tecnológicos servem de mediadores e potencializam a interação humana, criando um fluxo interativo de troca de informações e de vivências. Vittadini (1995) define interatividade como “um tipo de comunicação possível graças às potencialidades específicas de configurações tecnológicas particulares”<sup>2</sup> (Mielniczuk, 2000, p. 3 *apud* Vittadini, 1995; p. 154).

Castells (1999) defende que a interatividade, a possibilidade de interagir com o outro sem mediações humanas como costumava acontecer com a televisão e o rádio, também foi um fator determinante na ascensão das mídias sociais:

O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura (Castells, 1999, p. 354)

São identificadas como mídias sociais ferramentas como o Orkut, Facebook, MySpace, LastFm (e a lista não para por aqui). Essas mídias se tornaram espaços propícios para a formação de redes sociais na internet, as quais Recuero define como:

[...] um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupo, os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Recuero, 2009, p. 24)

Partindo desse pressuposto, os atores do ciberespaço passaram a se juntar cada vez mais em nichos, em comunidades virtuais (Primo, 1997, p.2) onde valores subjetivos e sentimentos são o elo que une cada indivíduo no ambiente virtual. Não será difícil encontrar na internet, por exemplo, comunidades destinadas aos fãs de bandas, de seriados e aficionados por video-game. A manutenção das comunidades virtuais se dá por meio de chats, videoconferência e outros dispositivos que permitem a interatividade dos seus integrantes em tempo real.

A partir do que já foi apresentado sobre a internet e a ascensão das novas mídias sociais, foi possível identificar o site Parada Lésbica (PL)<sup>5</sup>, objeto de estudo deste trabalho, uma vez que engloba vários conceitos relativos à cibercultura. O presente artigo é um resumo de monografia para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) a ser apresentado em junho de 2010.

Como metodologia foi feita entrevista em profundidade com a criadora do site, além de pesquisa observacional (Gil, 1999), revisão bibliográfica e coleta de dados por meio de *prints* e informações quantitativas. Ao longo de seis meses (agosto-dezembro de 2009) o site foi acessado diariamente. Foram analisados o conteúdo dos *posts*, *chat*, perfis das usuárias, ferramentas interativas e *layout*.

### **Parada Lésbica: o ponto de encontro para mulheres que amam mulheres**

O Parada Lésbica tem como público alvo “meninas que gostam de meninas”, ou seja, mulheres lésbicas, bissexuais e transsexuais de todas as idades a partir dos 16 anos e de todas as regiões do Brasil. O site foi criado em outubro de 2008 pela publicitária paulista e lésbica assumida, Del Torres. Em entrevista ela explicou que a necessidade de conhecer pessoas novas junto com a falta de espaços específicos na internet para atender a esse anseio a motivaram a criar o Parada Lésbica. A seguir um trecho da entrevista.

O Orkut é uma coisa muito exposta e os sites lésbicos se resumem a blogs. Não existe nenhum grande site lésbico. Nisso eu percebi “e as outras meninas que estavam na mesma situação que eu?” Assim como eu elas estavam querendo conhecer pessoas e não conseguiam porque o Orkut é aquela coisa misturada, não dá pra você ter certeza se as meninas lá são ou não são (“lésbicas”) (informações verbal).

O que constitui o Parada Lésbica como mídia social? Partindo do que já foi apresentado na introdução deste artigo, o PL se configura como um espaço interativo, onde as usuárias podem trocar e compartilhar informações *just in time*, além de ajudarem na construção do conteúdo por meio da colaboração. O site é um

<sup>2</sup> Tradução da autora

<sup>5</sup> Ver mais detalhes sobre o site em: <<http://www.paradalésbica.com.br>> Acesso mar. 2009.

ambiente propício para a interação entre os indivíduos, foi criado especialmente para isso: conectar pessoas com interesses em comum no ciberespaço. Apesar dessa setorização qualquer pessoa, homossexual ou não, pode acessar o site.

De acordo com Del Torres<sup>6</sup> (2010), o Parada Lésbica recebe cerca de 25 mil acessos por dia e mais de 550 mil por mês, segundo estimativas do próprio site. O portal tem nove seções, as quais são constituídas por várias outras subseções. Em cada item as usuárias se deparam com uma série de informações interligadas entre si, em que é possível passar horas navegando, indo de uma seção a outra ou mesmo para outros sites por meio de hipertextos e hiperlinks. A respeito do hipertexto Lévy (1996) explica que:

O hipertexto seria constituído de nós (os elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, sequências musicais etc.) e de ligações entre esses nós (referências, notas, indicadores, 'botões' que efetuam a passagem de um nó a outro) (Lévy, 1996, p. 44).

É por meio desses textos multimídias que o Parada Lésbica se constitui como um agregador do conteúdo veiculado sobre a homossexualidade feminina na internet. O portal reúne sites, blogs e notícias publicadas em outros portais inclusive fora do segmento homossexual.

O Parada Lésbica possui nove seções<sup>7</sup>, são elas: *Colunas, Canais, Downloads, Sobre Nós, Anuncie Conosco, Cartões, Eventos, Leskut e Projetos*, sendo que, algumas dessas seções, a exemplo de *Canais*, são alimentadas por um leque de outras subseções. *Canais* tem, por exemplo, as subseções Podcast, PodSex e Sapas no Divã. Cada seção fornece às usuárias uma infinidade de opções sobre o que ler, o que ouvir, *links* para baixar filmes e seriados, dicas de blogs, agenda cultural, entre outros.

O conteúdo do PL é constantemente atualizado, graças a um trabalho colaborativo das usuárias. Atualmente o site conta com 35 colunistas, entre moderadoras e usuárias, de acordo com Del Torres. As meninas são convidadas a colaborar, seja por meio de concursos para redatoras e colunistas, seja pela facilidade de expor opiniões e pontos de vista. Em cada uma das seções as usuárias tem a chance de postar comentários, responder à enquetes e enviar críticas e sugestões.

Nessa direção, a interatividade no Parada Lésbica seria um simulacro da interação humana, servindo de suporte para fortalecer antigas relações ou para criar novas. Isto posto, observa-se que o PL possui potencial considerável de interatividade, pois, atende às premissas necessárias em um processo de comunicação dito interativo, segundo Vittadini (1995).

Essas premissas consistem no tempo de resposta das usuárias, que é simultâneo e democrático, ou seja, qualquer participante tem direito de resposta. A complexidade dos diálogos neste ambiente virtual abrange os mais variados temas, vai dos direitos homossexuais até dicas para conquistar a mulher amada. E por fim, a qualidade desses resultados que indica a capacidade de abrangência do conteúdo, se ele é capaz de sair do espaço delimitado do site e adentrar no universo das usuárias (Mielniczuk, 2000, p. 9, *apud* Vittadini, 1995, p. 156).

Del Torres garante que o Parada Lésbica ajuda inclusive meninas com problemas de relacionamento, que recorrem ao site por falta de opção de ter com quem falar abertamente.

A demanda é muito grande de meninas pedindo ajuda, temos mais de 500 emails acumulados. São meninas que precisam muito de ajuda, de muita informação. Esses dias recebemos um email de uma menina que sofre abuso do próprio pai, outro de uma menina que a família da namorada mandou espancá-la (informação verbal).

Nesse sentido pode-se dizer que o PL pratica uma espécie de ciberativismo? Para Rigitano (2003) o ativismo virtual tem o "poder de difundir informações sem mediação" e também de "buscar apoio e mobilização para uma causa [...] organizar e mobilizar indivíduos para ações e protestos on-line e off-line" (Nasi, 2009, p. 7 *apud* Rigitano 2003, p. 3)

Ainda que ações dessa natureza aconteçam, mobilizar parece não ser o foco do Parada Lésbica. O intuito maior parece ser o de expandir as redes sociais e disseminar informações variadas sobre homossexualidade. Após uma análise do que é veiculado no site (*posts, chat, podcasts, downloads*) foi possível

<sup>6</sup> Del Torres é o pseudônimo da criadora do site. De acordo com a **entrevista concedida** via Skype, o uso do pseudônimo é por receio de mensagens agressivas e para evitar a sua exposição.

<sup>7</sup> Dados coletados até dezembro de 2009. O site ganha novas seções constantemente.

detectar um pequeno volume de conteúdo ativista LGBT, que realmente instigue a mobilização das usuárias em prol da luta pelos direitos civis dos homossexuais.

### Leskut, o “novo armário”

O Leskut é a rede social do Parada Lésbica, tem cerca de 24.000 perfis, ou seja, 24 mil usuárias formam a rede, que parece não parar de crescer. Segundo Del Torres (2009) são recebidos diariamente cerca de 100 pedidos de novas adesões. Raquel Recuero em *Redes Sociais* (2009) explica que os “processos dinâmicos das redes são consequência direta dos processos de interação entre os atores (Recuero, 2009, p. 80).

O Leskut tem atenção especial neste trabalho, pois, ele foi a mola propulsora do Parada Lésbica, segundo Del Torres. Pela análise de depoimentos foi possível constatar que muitas garotas conheceram Parada Lésbica através do Leskut. O Leskut é talvez o fator que mais diferencia o PL de outros portais do mesmo segmento, devido à possibilidade de personalização da página pessoal e ferramentas interativas que permitem a comunicação das usuárias inclusive quando estas se encontram *offline*.

É importante lembrar que o grau de segurança oferecido pelo site atrai muitas meninas que ainda não assumiram a sua homossexualidade. Por isso, para integrar a rede é necessário atender às regras, que existem para organizar a convivência e proteger as usuárias. A regra número um é ser, impreterivelmente, do sexo feminino. No Leskut não são aceitos homens e perfis *fakes*, estes estão sujeitos a banimento em caso de violação da regra.

Assim como o Parada Lésbica, o Leskut foi criado em outubro de 2008 a partir da Plataforma Ning<sup>8</sup>, um tipo de suporte que permite a qualquer pessoa criar a própria rede social tendo como base o Orkut. No Leskut as usuárias podem criar o próprio perfil, com cores e músicas preferidas, podem também participar de bate-papo, adicionar meninas na lista de amizades, e participar de comunidades virtuais que tratam de assuntos de interesse comum a um determinado número de usuárias. São milhares de comunidades de música, livros, cinema, comportamento etc.

Alex Primo (1997, p. 2) descreve as comunidades virtuais como o “conjunto de pessoas que se reúne e interage através de conferências eletrônicas”. Primo (1997) complementa:

Os usuários desses serviços se conectam habitualmente aos *chat rooms*, ou salas de encontros virtuais, que tem por título assuntos que lhes são relevantes. É nesse convívio que desenvolvem suas *personas*, que desenvolvem um senso comunitário e que fazem e desfazem amizades (Primo, 1997, p. 3).

Essa *persona* à qual Primo se refere, Maffesoli define como uma “identidade separada e fechada sobre si mesma, a pessoa (persona) só existe na relação com o outro (Maffesoli, 1987, p. 15). Essas *personas* são as teias que formam as redes sociais na internet. No Leskut, cada perfil parece existir em função do outro, da inserção em listas de amizades ou em comunidades virtuais. O Leskut foi pensado como estratégia para possibilitar o contato, a interação entre meninas homossexuais que nunca teriam a chance de se conhecer não fosse pela internet.

Partindo desse pressuposto, Del Torres (2010) afirma:

As lésbicas estão na internet. É como diz a minha esposa, a internet é o novo armário, porque na internet todo mundo consegue ser um pouco daquilo que se é sem necessariamente precisar se assumir. E é justamente toda essa segurança que faz o Leskut ter todo esse sucesso (informação verbal).

Informações verbais como a citada por Del Torres (2010), exprimem a felicidade e o sucesso que ainda não é possível mensurar plenamente, uma vez que essas informações ainda não podem ser observáveis, ou seja, usa-se pseudônimos e não se tem o contato pessoal. Quanto a palavra sucesso, só é possível ser mensurado pelos números de acessos dos visitantes do site, que são contabilizados de acordo com o número de perfis inscritos no Leskut e por meio dos números do contador *online* do Parada Lésbica<sup>9</sup>. Isto posto, convidamos o leitor, nesse momento, a uma visita no site Leskut, a fim de vir somar a nossa reflexão sobre essa pesquisa que ainda se encontra aberta a discussões e sugestões.

<sup>8</sup> <http://www.ning.com/>

<sup>9</sup> Para ter acesso às visitas do site, vide <http://bit.ly/a9x2Xb>

## Notas Conclusivas

Tendo como ponto de partida a reflexão sobre a interação virtual do site Parada Lésbica (<http://www.paradalesbica.com.br>), o presente artigo contatou alguns aspectos relevantes quanto a esse meio de comunicação social. Sob esse ponto de vista, pode-se considerar o site Parada Lésbica como mídia social, uma vez que, conforme o relato descrito neste artigo, o site segue a tendência de um novo modelo de comunicação, propiciando a criação de redes sociais (ou mantém as já estabelecidas) e de comunidades virtuais. Por meio de ferramentas de interatividade que garantem a troca de informações e formas de interação contínuas, o Parada Lésbica é um exemplo da apropriação do ciberespaço por parte de grupos específicos, nesse caso, meninas homossexuais, que se encontram nesse ambiente virtual para compartilhar de interesses em comum.

Se as mídias sociais são eficazes na arte de agregar pessoas com interesses em comum, nessa direção o Parada Lésbica se edificou exatamente devido à necessidade de um espaço específico para meninas gays, um lugar onde elas possam se conhecer e trocar experiências sem medo de retaliações por causa da orientação sexual. E já que a grande mídia não garante abertura suficiente para a manifestação de grupos homossexuais, “o sentimento de estar-junto” (Maffesoli, 1987, p. 23) detectado no Parada Lésbica parece ser motivado pela partilha de vivências entre essas meninas: seu medos, alegrias, aspirações, etc.

É importante lembrar que mesmo no ciberespaço outros tipos de mídias sociais, como o Orkut e o Facebook, não garantem a segurança dessas meninas. Daí o Parada Lésbica ser ponto de encontro desse público específico. O compartilhamento de sentimentos e de emoções está evidente nos *posts*, comentários, na composição dos perfis virtuais, no *chat*. Por meio dos depoimentos das usuárias é possível perceber um sentimento muito forte de pertencimento em relação a um determinado grupo. Dessa forma é pertinente o seguinte questionamento: mais do que uma mídia social o site Parada Lésbica constitui-se como uma espécie de tribo, só que virtual?

Elaborada na felicidade, no infortúnio, originária de relações frequentemente conflituais, ela é flexível, mas nem por isso deixa de apresentar uma longevidade espantosa. Ela é, na verdade, a expressão mais característica do querer-viver social (Maffesoli, 1987, p. 30).

Enquanto que nas comunidades virtuais os internautas se reúnem em espaços específicos em torno de um projeto em comum, nas tribos são os objetivos pessoais o fio que liga os indivíduos. Para Maffesoli (1987) são as várias tribos que constituem nossa sociedade contemporânea. Nessa direção, parece não haver um objetivo em comum entre as usuárias, a exemplo da mobilização em prol dos direitos dos homossexuais. O que se observa é a união de vários objetivos pessoais, que saem do micro para o macro e toma a forma de mídia, de rede, de comunidade, e por fim, de tribo que tem como base o ciberespaço. “Os rituais minúsculos se invertem até se tornarem base da socialidade” (Maffesoli, 1987, p. 30).

Partindo desse pressuposto, até que ponto a convivência nos ambientes do Parada Lésbica agrega e até que ponto mantém uma postura de fechamento, tanto em relação à questão da visibilidade lésbica quanto à união dos discursos da comunidade gay como um todo. Nussbaumer levanta a questão da guetificação de comunidades e tribos, especialmente a comunidade LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgêneros.

Uma outra questão importante quando se analisa as tribos ou as comunidades em geral, e a GLS em especial, refere-se à guetificação, postura de 'fechamento' que elas podem vir a assumir (Nussbaumer, 2001, p.87).

Ou seja, essas meninas homossexuais pertencem à comunidade gay, no entanto, o site é estritamente direcionado ao público homossexual feminino. Essa postura pode fazer do Parada Lésbica uma espécie de “guetificação” do segmento lésbico dentro do ciberespaço? Esta é uma pergunta que poderá servir de ponto de partida para outros trabalhos que venham abordar os impactos das mídias sociais na sociedade contemporânea. Por fim, em termos de impacto foi possível perceber que de acordo com o que foi ilustrado neste artigo, o Parada Lésbica enquanto mídia social exerce importante papel na vida das usuárias.

## Referências

- BLAINEY, Geoffrey. **Uma breve história do mundo**. São Paulo; Ed. Fundamento Educacional, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura**; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GADDIS, John Lewis. **História da Guerra Fria**. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 2006.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro. 1ª. Ed. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos – O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 1987.
- MIELNICZUK, Luciana. Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias. In: LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Janelas do Ciberespaço - Comunicação e Cibercultura**. Porto Alegre : Sulina, 2000. p. 172-185.
- NASI, Lara; RADDATZ. **Ciberativismo: espaço de comunicação e militância na internet**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba-Paraná. **Anais V Intercom Júnior – DT7**, Curitiba: 1536-1, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1536-1.pdf>>. Acesso em: 04 out. 2009.
- NUSSBAUMER, Gisele M. **Fora do armário: A cibernsorialidade em uma lista de discussão GLS**. In: LEMOS, André; PALACIOS, Marcos. **Janelas do ciberespaço – Comunicação e Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2001. p. 79-105.
- PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **A emergência das comunidades virtuais**. In: Intercom 1997 - XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1997, Santos. **Anais...** Santos, 1997. Disponível em:<[http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades\\_virtuais.pdf](http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades_virtuais.pdf)>.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.
- RECUERO, Raquel. Raquel. **O que é mídia social?** Disponível em: <http://bit.ly/aX0bqL>. Acesso em: 8 mar. 2010.
- TORRES, Del. **Entrevista em profundidade para Trabalho de Conclusão de Curso**. Belém, 2010. Entrevista concedida a E.S Garcia em 7 mar. 2010.