

UM PANORAMA DA COMUNICAÇÃO – DA ESCRITA ÀS REDES SOCIAIS VIRTUAIS

Luiz Barroso Neto³

Laert Yamazaki⁴

RESUMO

A partir do advento da Internet 2.0, as mídias sociais virtuais têm evoluído constantemente, trazendo importantes contribuições para a sociedade. Dentre as mídias sociais mais difundidas entre os usuários da internet, estão as redes sociais virtuais, traçando uma comunicação totalmente livre e horizontal. O presente estudo tem como objetivo norteador traçar os aspectos históricos, com a finalidade de apontar o poder transformador das redes sociais virtuais, que mais do que um simples meio de comunicação, simboliza a disseminação da produção social de informação, conhecimento e cultura.

PALAVRAS-CHAVE

Redes Sociais Virtuais. Escrita. Comunicação.

ABSTRACT

From the advent of Web 2.0, virtual social media have constantly evolved, bringing important contributions to society. Among social media more widespread among Internet users, are virtual social networks, drawing a totally free and horizontal communication. This study has the objective guiding trace the historical aspects, in order to point the transformative power of virtual social networks, which more than a simple means of

3. Atualmente é Web-Designer I da Universidade Tiradentes. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação Visual. lu.netoo@gmail.com

4. Laert Yamazaki é Sócio-Diretor de Criação da Nomad, empresa especializada em comunicação e estratégias digitais. Graduado em Arquitetura e Urbanismo e Pós-graduado em Design de Produto. laert@malaguetainterativa.com.br

communication, symbolizes the spread of social production of information, knowledge and culture.

KEYWORDS

Virtual Social Networks. Writing. Communication.

1 APRESENTAÇÃO

Com a rápida evolução tecnológica, foram trazidas à tona novas teorias e realidades. Dentre elas a Internet aparece como pioneira, sendo definida como o principal meio de propagação das informações pelo mundo e que surgiu para democratizar o poder da comunicação.

Junto a Internet, surgiram as mídias sociais digitais³, que se tornaram uma nova forma de comunicação e interatividade instantânea que altera a cultura social, a ponto de permitir que as pessoas não só construam um cotidiano físico, assim como virtual.

O presente artigo expõe uma abordagem da informação e do conhecimento relacionado ao poder transformador das chamadas redes sociais virtuais, identificado no ambiente social como ferramenta de colaboração e facilitadora do processo de comunicação e inovação. Por meio deste artigo, procura-se identificar os formatos das redes sociais virtuais e algumas características que as tornam atrativas e um sucesso crescente no meio on-line.

1.1 O QUE SÃO MÍDIAS SOCIAIS VIRTUAIS?

Por meio do Wikipédia ([s.d.]⁴), uma das grandes mídias sociais existentes, encontramos uma definição qualificada para o conceito de 'mídias sociais'. Segundo consta na rede colaborativa, mídias sociais são:

3. Novos métodos de comunicação, como comunidades virtuais, blogs, wikis, fóruns e outros (GLOSSÁRIO..., [s.d.]).

4. Enciclopédia online livre cujo conteúdo pode ser ampliado ou alterado por qualquer pessoa, desde que com seriedade e respeito às normas de conduta e de direitos autorais.

Sistemas *on-line* projetados para permitir interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. [...] Elas abrangem diversas atividades que integram tecnologia, interação social e a construção de palavras, fotos, vídeos e áudios. Esta interação e a maneira na qual a informação é apresentada dependem nas várias perspectivas da pessoa que compartilhou o conteúdo, visto que este é parte de sua história e entendimento do mundo (HTTP://PT.WIKIPEDIA.ORG).

Segue, como exemplo de sistemas de mídia social, o Facebook (rede social), Wikipédia (referência), Orkut (rede social), Youtube (rede social e compartilhamento de vídeo), Flickr (rede social e compartilhamento de fotos), Vimeo (rede social e compartilhamento de vídeo), Last.fm (rede social e compartilhamento de música) e inúmeras outras aplicações.

Apesar de não se tratar de uma fonte segura, o que torna essa definição adequada, na construção deste estudo, é o fato de se tratar de um conteúdo construído coletivamente, do qual é repensado e reescrito continuamente por todos que possuem interesse no assunto. Trata-se de uma apresentação do conceito de mídias sociais: onde num mundo em que todos têm facilidade em expressar a opinião em relação a qualquer tema, fica cada vez mais difícil estabelecer definições conclusivas.

Para Blossom (2009), mídias sociais podem ser definidas, também, como pessoas influenciando pessoas por meio de recursos tecnológicos, recursos esses desenvolvidos para permitir a interação social⁵ a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação.

2 A REVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO

A primeira grande revolução na comunicação aconteceu quando o homem desenvolveu a lin-

5. Entende-se por interação social o processo através do qual as pessoas se relacionam umas com as outras, num determinado contexto social (INFOPEDIA..., 2012).

guagem como tentativa de comunicar-se com seus semelhantes e sucesso na luta pela sobrevivência. Ou seja, foi por meio da linguagem que o homem passou a transmitir o conhecimento adquirido, aprimorando a sua visão do mundo. Alguns séculos mais tarde, a linguagem teve seus sons codificados em símbolos, e posteriormente em alfabetos. Com a criação desta nova convenção – teve início a civilização – como a conhecemos hoje (RECUERO, 2000, p. 1).

A escrita esteve ligada diretamente com a transmissão e desenvolvimento das culturas dos povos, apresentando um impacto na vida da sociedade tão forte que atualmente os historiadores determinam o fim da Pré-história e o início da História da civilização, pela provável data da invenção da mesma (BARBOSA FILHO; CASTRO, 2008).

A chegada da escrita deu início a um novo tipo de comunicação, onde receptor e emissor não compartilham a mesma experiência, podendo estar separados por tempo e espaço, sem interação direta. Dessa forma, era possível receber mensagens criadas em contextos totalmente diferentes, como em outra região, cultura ou época. Diante disso, passaram a ser desenvolvidas técnicas para facilitar o processo de comunicação.

De um lado, o receptor, desenvolveu a arte da interpretação de dicionários e gramáticas, e do lado do emissor passou a existir uma determinação maior para a criação de mensagens universais, onde pudessem ser interpretadas sem alteração de sentido pela maior quantidade de pessoas possível (BARBOSA FILHO; CASTRO, 2008).

Os atuais meios de comunicação não são mais do que uma continuação do modelo universal desenvolvido pela escrita, porém, com a intenção de cada vez mais atingir um público maior.

2.1 A NOVA ORDEM TECNOLÓGICA

A nova ordem tecnológica está presente em todas as esferas da realidade humana, do econômico ao social, do tecnológico ao comportamental, sem esquecer a cultural ou política. Simultanea-

mente, ocorre uma verdadeira revolução de princípios e costumes no âmbito da informação e da comunicação, implicando em temas relacionados a mudanças radicais de atitude e comportamento entre os indivíduos, principalmente em analogia aos benefícios agregados ao uso das novas ferramentas digitais.

As mudanças ocorridas no atual cenário tecnológico são consideradas a terceira grande transformação a acontecer no palco da modernidade quando se tratando das mídias de massa. A primeira ocorreu durante o século XX, com a popularização do jornal impresso, acompanhado da segunda grande transformação, ocasionada com a introdução das transmissões pelas ondas hertzianas⁶, protagonizado pelo rádio e pela televisão. A terceira transformação acontece durante os dias atuais, envolvendo uma transição para a produção, armazenagem e distribuição de informação e entretenimento constituídos em mídias digitais (WOLTON, 2003).

Trata-se de uma nova ordem tecnológica, porque representa uma velocidade assustadora ao fluxo de informações, seja do ponto de vista da transmissão, seja das capacidades constantemente renovadas das plataformas preocupadas em trazer benefícios. Tais benefícios surgem com a obrigação de apresentar melhorias referentes ao acesso diante da necessidade quase que imediata de obter conhecimento e informação. Isso já vem acontecendo por meio de tecnologias como o uso da rede mundial de computadores, televisão digital interativa, rede de banda larga para transmissão de dados, dispositivos móveis e entre outros, que oferecem o contato de diversos conteúdos de modo simultâneo e interativo.

2.2 O ADVENTO DA INTERNET

A internet surgiu no período da Guerra Fria, no final dos anos 1950 e início dos anos 1960, como uma forma das forças armadas norte americano de manter a comunicação em caso de ataques inimigos que viessem a destruir os meios convencionais de telecomunicação. A partir do decênio de 1970 e

6. Conhecidas como ondas de radio frequência e vulgarmente como ondas de radio (CONHECENDO..., [s.d]).

1980, além de ser utilizada para fins militares, a internet passou a ser um importante meio de comunicação acadêmico, onde professores e estudantes universitários trocavam mensagens por meio das linhas da rede mundial (WOLTON, 2003).

Foi durante o decênio de 1990 que a internet passou a ser expandida. Com isso, surgiram facilitadores de navegação, conhecidos como navegadores ou *browsers*⁷, como por exemplo, o *Internet Explorer* e o *Netscape*. O veloz aparecimento de provedores de acesso e portais de serviços *on-line* colaborou para o crescimento.

O surgimento da internet trouxe uma maior flexibilidade na forma de distribuição da informação e possibilitou:

[...] uma personalização praticamente ilimitada, quer pelo rastreamento dos nossos comportamentos [...] quer pelo próprio cardápio de possibilidades que oferece para o usuário escolher por si. Com isso somos capazes hoje de entregar mensagens com maior relevância, para públicos que realmente se interessam por estes conteúdos. (PLUMMER ET AL., 2007 APUD DUGUAY, PATRIOTA, 200 p. 06 – 07).

Por meio da comunicação mediada por computador, a internet proporcionou a extensão de várias capacidades naturais, e é considerado um novo e mais completo meio de comunicação já concebido pela tecnologia humana, visto que possibilita ao mesmo tempo, que todos sejam emissores e receptores da mensagem. Desse modo, a internet passa a ter um papel fundamental na sociedade moderna, já que, reconfigura o espaço e as relações sociais e permite uma grande circulação de capital. Considerando este espaço como virtual, isto é, não concreto, não físico, mas real (RECUERO, 2000).

2.3 A WEB COMO PRODUÇÃO DE CONTEÚDO E INTERATIVIDADE

Ao longo dos anos, a Internet permitia acesso a diversos tipos de informação por meio dos sites, po-

7. Software que permite verificar vários recursos da Internet, principalmente hiperdocumentos HTML (GLOSSÁRIO em EAD, [s.d.]).

rém, tudo de forma estática, em uma única direção, ou seja, um emissor falando e uma plateia enorme e passiva apenas acessando. A *web 1.0* como era conhecida, tinha como paradigma a exibição de conteúdo, onde, a perspectiva de quem acessava era pesquisar e encontrar a informação desejada.

A *Web 1.0* pode ser dividida em duas fases, primeiramente, com sua formação de 1960 a 1995, onde o foco era do âmbito acadêmico à internet comercial. E na segunda fase, de 1995 a 2005, com transposição do modelo tradicional/comercial à *Web 2.0*. A partir do ano de 2005, tem início ao que chamamos de *Web 2.0*, e que é considerado o princípio dos planos de inteligência coletiva, onde os projetos são voltados para a comunicação livre, horizontal e que justamente permite a possibilidade de interação, e como consequência, a geração de conteúdo pelo usuário.

O termo *web 2.0* foi criado pela empresa americana O'Reilly Media em 2004, com a intenção de dar nome às diversas alterações significativas que vinha ocorrendo na internet, às novas tendências e a uma conferência que pretendia avaliar tais mudanças. Por ter sido um termo criado para representar uma série de mudanças significativas e distintas na *web* e principalmente, por não ser de caráter técnico, fica complicado distinguir exatamente o que é ou não é *web 2.0* no atual cenário tecnológico.

Diferentemente do que acontecia nos modelos antigos, agora a informação não tem mais uma única direção, na plataforma da *web 2.0* surge uma comunicação horizontal, de forma que os usuários se tornaram a peça chave do debate, onde o mesmo tem a liberdade para criar, colaborar e participar efetivamente do conteúdo, originando um novo espaço de interatividade, tudo em prol da produção social.

A verdadeira importância da *web 2.0* não está nas suas características técnicas ou conceituais, mas sim em seus projetos. Trata-se da evolução constante dos meios de comunicação, não de um marco estático. Vale lembrar que a *web 2.0* não determina o fim da Internet estática, de direção

única, mas a emergência de uma nova prática que gera a coexistência dos dois tipos de modelos.

A grande inovação é a colocação de dispositivos informacionais (mundos virtuais, informações em fluxo) e comunicacionais (comunicação todos-todos) para estreitar laços sociais.

3 AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS – NOVO MODELO DE COMUNICAÇÃO

As redes sociais sempre existiram e não surgiram com a tecnologia. A rede social é umas das formas mais antigas de relacionamento, há séculos que a sociedade é subdividida em grupos sociais que compartilham interesses comuns e fazem uso da comunicação e da interatividade para desenvolverem qualquer tipo de relação afetiva. Segundo Daniel Sayon (2008) as redes sociais nasceram para integrar membros com interesses e ideologias ligados pela relevância de um determinado assunto e para proporcionar integração e interatividade através de comunicação e compartilhamento de conteúdo.

Mas nos últimos anos, com a revolução informacional tecnológica e com o advento da *web 2.0*, o termo rede social ficou configurado somente como a relação entre indivíduos no ambiente da *web*. As redes sociais virtuais, cujo próprio nome define como redes de intercâmbio social desenvolvidas na *web*, com a finalidade de conectar as pessoas de forma que gerem e troquem conteúdo.

Silva (2009), explica que as redes sociais são a representação dos relacionamentos afetivos e/ou profissionais das pessoas entre si ou entre seus grupos de interesses mútuos. De acordo com Recuero (2004, p. 7), as redes sociais virtuais 'funcionam através da interação social, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação e, portanto, podem ser utilizadas para forjar laços sociais'.

É possível identificar que os laços virtuais oferecem a oportunidade de relacionamentos sociais para pessoas que, caso contrário, viveriam vidas

sociais mais limitadas, pois seus vínculos estão cada vez mais espacialmente dispersos diante das comunidades virtuais.

A expressão 'comunidade virtual' passou a ser popularizada após o trabalho do jornalista americano Rheingold (1996) e serve para caracterizar grupos de indivíduos que se relacionam no ciberespaço⁸ por meio de vínculos sociais, onde hajam interesses compartilhados, sentimento de comunidade e perenidade nas relações:

As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem na (Internet), quando uma quantidade suficiente de pessoas leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos como para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético. (RHEINGOLD, 1996, p. 20).

Como foi citada anteriormente, a interação é uma condição fundamental para que haja uma construção social nessas redes. Entre os subsídios importantes para que a relação na comunidade virtual se mantenha, encontramos a motivação, permanência, domínio técnico mínimo para utilização dos recursos, tempo disponível e envolvimento dos usuários em torno das discussões, e estabelecimento de comunicação, caso contrário, essas experiências podem assumir um caráter totalmente provisório e desocupado, visto apenas como um local de passagem sem qualquer laço afetivo.

3.1 FORMATOS DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS

As redes sociais na internet têm se destacado cada vez mais devido à rapidez de informação, de divulgação e da facilidade para as pessoas interagirem e gerarem conteúdo. Isso está ligado diretamente com o ambiente projetado, pois reflete no modo como a interação social acontecerá dentro uma comunidade. Marcos Cavalcanti e Carlos Nepomuceno (2007) identificam três formas de utilizar uma mídia social para gerar inteligência coletiva:

8. É o espaço virtual para a comunicação disposto pelo meio de tecnologia (BRANDÃO, 2011, [s.p.]).

- **Inteligência Coletiva Inconsciente:** onde o usuário contribui com alguma informação para o coletivo mesmo sem saber, pelo simples ato de navegar. Nesse grupo, podem ser ponderados cliques em figuras, *links*, preenchimento de formulários, entre outros;
- **Inteligência Coletiva Consciente:** onde o usuário contribui de forma espontânea. Exemplo disso tem-se o desenvolvimento de *softwares* livres, usuários de fóruns de discussões etc.;
- **Inteligência Coletiva Plena:** trata-se daquela em que se consegue potencializar as duas formas anteriores, num mesmo ambiente.

Visto que esses formatos se acordam para estruturar os diferentes tipos de aplicações que conhecemos. O Design (projeto) de uma comunidade em rede deve analisar qual a melhor estrutura de acordo com os usuários envolvidos nela e os objetivos que se pretende obter.

Vale lembrar, que a expressão das redes sociais na internet pode ser resultado do tipo de uso que os usuários (atores sociais) fazem de suas ferramentas (os sites de redes sociais). Sendo assim, ainda de acordo com Marcos Cavalcanti e Carlos Nepomuceno (2007) as redes de interação podem ser de dois tipos: as Redes Articuladas e as Redes Desarticuladas.

- **Redes Articuladas:** redes em que há uma participação regular, efetiva, voluntária e consciente do usuário. Ex: Wikipédia, Grupos de discussão;
- **Redes Desarticuladas:** redes em que há uma participação irregular, pouco efetiva, involuntária e inconsciente do usuário. Ex: Blogosfera.

Seja a comunidade em rede consciente ou inconsciente, sua ferramenta de suporte precisa apresentar um pré-requisito fundamental: toda a sua criação e seu desenvolvimento devem ser voltados à comunicação livre, horizontal, de muitos para muitos e em rede. Desde a sua origem até a sua manutenção precisam ser norteadas por este conceito.

3.2 O PODER DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS

Algum tempo atrás as redes sociais virtuais eram utilizadas por jovens ociosos apenas como motivo de diversão, onde tinha como propósito criar redes de amigos ou manter contato com pessoas distantes. Na atualidade, o cenário está bastante diferente, tem se tornado um hábito na vida dos internautas participarem efetivamente das redes sociais da internet, as pessoas passaram a fazer uso das ferramentas para se relacionarem com pessoas em comunidades virtuais e em decorrência disso, o número de conectados cresce a cada dia.

As redes pessoais ficaram ainda maiores e têm se modificado intensamente nas formas de conversação, identidade, organização e mobilização social. Segundo Recuero (2009), essa comunicação, mais do que permitir às pessoas se comunicarem, ampliou a capacidade de conexão, possibilitando que redes fossem criadas e propagadas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador. Essas redes foram assim as protagonistas de fenômenos responsáveis em conectar as pessoas, e não mais apenas computadores.

Vale lembrar, que antigamente, fenômenos como as revoluções começavam por meio de reuniões secretas ou manifestações nas ruas, foi o caso da queda do muro de Berlim, da Revolução Francesa, da Revolução Russa e de outros tantos. Hoje eles são organizados por meio das redes sociais virtuais, como por exemplo, do Egito, Grécia e Trípoli onde os povos se organizaram para derrubar presidentes e ditadores.

De acordo com Marcos Assis (2009), gerente de tecnologia de produtos voltados para a internet 2.0, é possível definir algumas características que tornam as redes sociais virtuais atrativas e um sucesso crescente no meio *on-line*, são elas:

- **Autoexpressão:** a necessidade que o ser humano possui de expressar-se socialmente. Faz parte da sua natureza o desejo de querer compartilhar ideias, opiniões, informações e conhecimento. Dentro do universo das redes sociais

os usuários encontraram um espaço para exercerem uma autoexpressão sem julgamento;

- **Entretenimento:** as pessoas estão cansadas do seu dia a dia e procuram sair da rotina. As redes sociais permitem que os seus usuários encontrem um tempo para esquecer os problemas. Exemplo dessa característica é a alta procura por vídeos on-line por parte dos usuários;
- **Interatividade:** as redes possibilitam aos usuários uma postura colaborativa, onde podem falar e ao mesmo tempo serem escutados. As redes possibilitam um diálogo de mão dupla, onde emissores e receptores têm voz ativa;
- **Livre acesso:** os usuários podem usufruir gratuitamente de todas as ferramentas que as redes oferecem.

Portanto, fica claro que as redes sociais virtuais, quando bem utilizadas podem ser espaços de ações relevantes para a sociedade, funcionando como canais alternativos de comunicação, informação e mobilização. O exemplo disso tem-se o caso do Barack Obama, atual presidente dos Estados Unidos da América, que soube inteligentemente fazer uso da capacidade informativa das redes sociais virtuais em sua campanha política no ano de 2008. Por meio de um marketing viral⁹, Obama e sua equipe conseguiu atingir as massas e tornou a campanha presidencial de 2008 um sucesso, onde se protagonizou um dos maiores índices de comparecimento de todos os tempos nas eleições americanas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É fato que com o advento da internet, e consequentemente com o surgimento das redes sociais virtuais, abriu-se uma fenda na imprensa tradicional, transformando-se assim em uma comunicação totalmente livre e horizontal sem mediações e espaço de autonomia.

9. Refere-se a técnicas de marketing que tentam explorar redes sociais pré-existentes para produzir aumentos exponenciais em conhecimento de marca, com processos similares à extensão de uma epidemia (BRANDÃO, 2011, [s.p.]).

As redes sociais virtuais dependem integralmente da disposição de atores sociais para disseminar o compartilhamento de informações e experiências, contribuindo dessa forma com a construção de novos conhecimentos.

Vale ressaltar, que as ferramentas sociais são artefatos culturais importantes para a difusão de inovações, em decorrência de manterem canais de informação capazes de aproximarem os atores e os levarem ao compartilhamento citado anteriormente, possibilitando-os que sejam modificados ou ampliados.

Os atores com os quais mais compartilhamos conteúdo nas redes é o caminho natural pela busca da informação, da qual é inerente ao indivíduo e à sociedade. Mediante o uso dessa informação, o conteúdo original modifica-se, expandindo-se o que por consequência fortalece o fluxo do conhecimento e propiciam os processos individuais e coletivos.

A postura de cooperação é o fator essencial para que o compartilhamento da informação e do conhecimento seja mais eficiente. Dessa forma, é necessário possibilitar aos atores diversos recursos, valorizando assim tanto a tecnologia como ferramenta, como também o relacionamento pessoal.

REFERÊNCIAS

- ASSIS, Marcos. **Desvendando as mídias sociais**. Disponível em: <<http://mrassis.blogspot.com/2009/03/desvendando-as-midias-sociais.html>>. Acesso em: 15 fev. 2012.
- BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. **Comunicação digital**: educação, tecnologia e novos comportamentos. São Paulo: Paulinas, 2008. 239p. (Coleção Comunicação & Cultura).
- BLOSSOM, John. **Content Nation**. P.30 Editora Hohn Wiley & Sons. 2009.
- BRANDÃO, Alice. Cibercultura. **E-learning**. 18 maio 2011. Disponível em: <<http://alicebrandaompel05.blogspot.com.br/2011/05/cibercultura.html>>. Acesso em: 15 fev. 2012.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. **O Conhecimento em Rede**: como implantar projetos de inteligência coletiva. Rio de Janeiro: Campus, 2007.
- COMSCORE. Disponível em: <<http://www.comscore.com/por/>>. Acesso em: 25 abr. 2012.
- CONHECENDO as Ondas Hertzianas. Disponível em: <<http://www.sarmento.eng.br/Hertz.htm>>. Acesso em: 25 abr. 2012.
- GLOSSÁRIO em EAD. Infraeduc. [s.d.]. Disponível em: <<http://ead.infraero.gov.br/moodle/mod/glossary/view.php?id=18664>>. Acesso em: 29 maio 2012.
- GLOSSÁRIO de Relações Públicas. **Estúdio de comunicação**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.estudio-decomunicacao.com.br/blog/glossario/>>. Acesso em: 29 maio 2012.
- GOMES, Paulo. **O Marketing Viral e a Publicidade Viral**. Disponível em: <<http://mktvendas.blogspot.com.br/2008/08/o-marketing-viral-e-publicidade-viral.html>>. Acesso em: 25 abr. 2012.
- INFORMAÇÕES sobre Identidade Social. **Portal Tol**. Disponível em: <<http://artigos.tol.pro.br/portal/linguagem-pt/Identidade%20social>>. Acesso em: 25 abr. 2012.
- INTERAÇÃO Social. **Infopédia**. Porto: Porto, 2003-2012. Disponível em: <[http://www.infopedia.pt/\\$interacao-social](http://www.infopedia.pt/$interacao-social)>. Acesso em: 29 maio 2012.
- JOHNSON, S. **Emergência**: A dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- LÉVY, Pierre **A Inteligência Coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 5.ed. São Paulo: Loyola, 2007.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.
- PATRIOTA, Karla R. M. P; Pimenta, Rodrigo D. H.. A mídia do eu: comunicação individualizada no mundo conectado. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 2., 2008, São Paulo. Anais eletrônicos do II Simpósio Na-

cional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. São Paulo: PUC- SP, 2008.

PORTER, Joshua. **Designing for the Social Web**. New Riders, 2008.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc van. **Manual de investigação em ciências sociais**. Lisboa: Gradiva, 1992.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina 2009. 191p. (Coleção Cibercultura).

RECUERO, Raquel. Teoria das redes e redes sociais na internet: considerações sobre o Orkut, os weblogs e os fotologs. **IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da XXVII Intercom**, 2004. Disponível em: <<http://pontomidia.com.br/raquel/intercom2004final.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2012.

RECUERO, Raquel. **A Internet e a nova revolução na comunicação mundial**. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS), 2000. Disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/revolucao.htm>>. Acesso em: 5 abr. 2012.

RHEINGOLD, Howard. **A Comunidade Virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

SAIBA tudo sobre a internet no Brasil. **Secundados**. Disponível em: <<http://www.secundados.com.br/>>. Acesso em: 25 abr. 2012.

SAMPAIO, Lucas. **Redes sociais são mais ágeis que SAC como canal de reclamação**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/989698-redes-sociais-sao-mais-ageis-que-sac-como-canal-de-reclamacao.shtml>>. Acesso em: 19 abr. 2012.

SAYON, Daniel. **A evolução das redes sociais e a publicidade**. Disponível em: <<http://www.mestreseo.com.br/redes-sociais/a-evolucao-das-redes-sociais-e-a-publicidade-2>>. Acesso em: 29 maio 2012.

SILVA, Rodrigo Gomes. **Artigonal**, 29/4/2009. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/tecnologia-artigos/as-redes-sociais-na-internet-e-a-visaode-alguns-gestores-1264492.html>>. Acesso em: 11 abr. 2012.

STRICKLAND, Jonathan. **Como funciona o Facebook**. Disponível em: <<http://informatica.hsw.uol.com.br/facebook.htm>>. Acesso em: 26 abr. 2012.

TERMOS e Definições. **TenStep**. Disponível em: <<http://www.tenstep.com.br/br/open/miscpages/Glossario.html>>. Acesso em: 25 abr. 2012.

WIKIPEDIA. Disponível em: <<http://pt.wiktionary.org/wiki/Wikip%C3%A9dia>>. Acesso em: 25 abr. 2012.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?**: uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003. 232p.

Recebido em: 27 de Novembro de 2014
Avaliado em: 27 de Novembro de 2014
Aceito em: 15 de Dezembro de 2014
