

## A utilização do Facebook como ferramenta para blog

### *The use of Facebook as a tool to blog*

Yasmin Alves ALENCAR<sup>1</sup>

#### **Resumo**

O avanço das mídias digitais e suas nuances permite que o jornalismo esteja abastado de aparatos para facilitar sua produção, foi assim desde a chegada da internet no Brasil até o presente momento em que o progresso tecnológico continua a todo vapor. Neste estudo será ressaltado utilização da rede social Facebook como uma ferramenta que pode ser utilizada para blog, demonstrando não apenas a convergência midiática e ubiquidade que esta rede possui, mas expondo que devido os próprios avanços dentro do Facebook ele passa a tomar o lugar de plataformas tradicionais de blogs.

**Palavras-chave:** Facebook. Blogs. Tecnologia. Ubiquidade. Convergência.

#### **Abstract**

The advance of digital media and its nuances allows journalism to be walthy of apparatuses to facilitate its production, it has been like this since the arrival of the internet on Brazil up until the present moment where the technologic progress continues at full speed. In this study we want to emphasize the use of the social network Facebook as a tool that can be used to blog, demonstrating not only the media convergence and ubiquity that this network has, but exposing that because of the very advances in Facebook, it takes place of taditional blog platforms.

**Keywords:** Facebook. Blog. Technology. Ubiquity. Convergence.

#### **Introdução**

Com o passar dos anos o que outrora se concentrava apenas nos meios de comunicação analógicos deu lugar aos meios digitais. Dessa forma, a transição que o

---

<sup>1</sup> Graduanda do curso de Comunicação Social – hab. Jornalismo na Universidade Estadual da Paraíba  
E-mail: alencaryas@gmail.com

jornalismo e conseqüentemente toda a mídia vem sofrendo desde o século XX é contundente, já que os comunicadores são obrigados a se adaptarem as novas tecnologias e novas formas de fazer o jornalismo, deixando para trás os que não estão dispostos a viver em constante inovação.

No artigo proposto, será exposto aos leitores até que ponto a mudança e a adaptação que essas novas tecnologias promovem para a comunicação, de tal modo que os meios tradicionais de comunicação experimentam um período de crise continuada se comparada às novas mídias. Assim sendo, será evidenciado através desta pesquisa de que forma a utilização da rede social Facebook pode ser empregada como ferramenta para blogs e conseqüentemente desconstruir a ideia que se tem que para ser um blog, tenha que ser limitado a plataformas tradicionais.

Um exemplo básico dessa comunicabilidade em mutação é a nova linguagem utilizada para distinguir a comunicação de alguns anos com a comunicação atual. Os termos massificação e desmassificação se tornam cada vez mais presentes nas discussões acadêmicas e entre os donos de veículos de imprensa. Sem dúvida, desmassificar é a grande tendência e permite que os pensamentos variados sejam abarcados, cada qual em seu espaço distinto. Porém, nem sempre foi assim posto que anteriormente tudo fosse em direção à produção massificada, os sociólogos utilizavam a expressão “sociedade de massa”, a comunicação era considerada como comunicação de massa, os transportes da mesma forma e a educação, por conseguinte.

No entanto, a comunicação passou a ser heterogênea e não dirigida a todos os espectadores ao mesmo tempo. Para aplainar melhor tal colocação basta definir os públicos de meios de comunicação com linhas editoriais diferenciadas, como sites ou blogs direcionados a pessoas interessadas em gastronomia, esportes, moda, carros, etc. Ou seja, o que antigamente caberia apenas em um veículo para englobar todos esses temas, atualmente já é diferente e cada um tem seu espaço, fruto da desmassificação da comunicação.

## **Dossiê da internet no Brasil**

Apesar de a internet ter surgido na década de 60 com o objetivo de auxiliar em conflitos militares, só bem mais tarde ela chega aos brasileiros para propor um novo percurso para a comunicação. Em 1967 foi criado o Ministério das Comunicações que

ficava responsável por reafirmar o controle do estado no intento de trazer a teleinformática para o país e foi no ano de 1975 que o Ministério das Comunicações (MINICOM) passou a ocupar os assuntos relacionados à transmissão eletrônica de dados, intituladas na época como “teleinformática” ou “telemática”. Foi nesse ano que a Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL) passou a exercer o papel de instalar e explorar a rede nacional de dados, no entanto devido às propostas vagas colocadas no decreto que propiciava tal ação teve que ser editado e só em 1979 as intenções puderam ser mais claras.

Entretanto, a internet passou a escrever história no país só a partir da década de 90 sendo disponibilizada apenas para pesquisas para algumas universidades. Penosamente quatro anos mais tarde, no ano de 1994 ela passou a ser vendida pela EMBRATEL, sendo apenas em 1995 disponibilizada para os cidadãos brasileiros terem acesso. Se a Web 1.0 conceituada por Tim Berners Lee surgiu em 1990 apenas com a conjuntura destinada a informação, a Web 2.0<sup>2</sup> que foi conceituada no ano de 2004 por Dale Dougherty quebrou todos os paradigmas de como os desenvolvedores e consumidores utilizavam a internet ofertando dinamicidade no seu uso e ofertando diversas plataformas de interação social, ocasionando em 2006, a explosão das redes sociais e de seus compartilhamentos fruto da Web 2.0.

No presente momento não se pode determinar precisamente o número de usuários brasileiros que navegam na internet, contudo as mudanças que a internet acarretou na sociedade é algo claro e que proporcionou o aumento da probabilidade de expressão e socialização através da comunicação nas redes de computadores. Afirmando que a comunidade virtual possui uma tendência enorme ao crescimento, que a rapidez é um traço memorado para sua expansão. A chegada desse “oásis” na comunicação fez com que as pessoas não necessitassem mais sair de suas casas para ir a bancos pagar contas, ir a uma loja ou no supermercado para fazer compras e nem utilizar o telefone para conseguir falar com alguém. De tal modo, todos aqueles que pudessem ter acesso ao computador, por conseguinte também passaram a ter acesso a internet. Os veículos de comunicação, por exemplo, foram obrigados a se incorporarem

---

<sup>2</sup> Termo que designa a segunda geração do World Wide Web, substanciando a formulação de troca de informações e contribuição dos internautas em sites e serviços virtuais.

nessa nova fase que a história decorria para a atualização perene e em espaços minúsculos de tempo.

## Comunicação e Interatividade

Para a comunicação na web, a interatividade é o seu sustentáculo maior que conecta a esfera produtora até os leitores que herdaram os conteúdos propostos. A participação do leitor para com a matéria produzida pelo jornalista acaba andando em um constante uníssono já que as zonas de contatos estreitam graças às novas tecnologias que dispõe de instrumentos para isso. A interatividade proporciona aos leitores um poder de escolher qual tipo de assunto que deva ser vinculado e selecionado pelo jornalista, fazendo com que o leitor adquira mais liberdade no canal de mídia. Essa interação pode ser dividida em dois itens constatados pelo escritor Reid (1991) *apud* Recuero (2009) que é: a interação síncrona e a interação assíncrona. “A *comunicação síncrona* é aquela que simula uma interação em tempo real.” O que se encaixa perfeitamente com a noção de comunicação que atribuímos às redes sociais, da mesma forma que o segundo item também remete aos mesmos estudos, já que “a *comunicação assíncrona* não possui uma expectativa de resposta imediata.”<sup>3</sup>

Já em uma segunda abordagem, o autor Alejandro Rost (2014) subdivide a interatividade em seletiva e interatividade comunicativa. Nas quais a interatividade seletiva transfere uma determinada quantidade de poder da esfera produtora para os seus leitores e a interatividade comunicativa faz menção à viabilidade de controle do leitor sobre o método de receber as temáticas. Ocasionalmente assim que o leitor possa escolher o ritmo e sucessão das mensagens. Para melhor explicar os termos citados acima segue um esquema abaixo oferecido por ROST (2012b):

---

<sup>3</sup> Para uma melhor compreensão dos conceitos deve-se consultar o livro “Redes Sociais na internet”, (RECUERO, Raquel, 2009).

Tabela 1<sup>4</sup>

	<b>Interatividade Seletiva</b>	<b>Interatividade Comunicativa</b>
Internautas	A interação das pessoas com os conteúdos (ou com a máquina ou com o sistema)	Interação entre pessoas
Em que consiste a interação	Um indivíduo escolhe uma opção e o sistema responde	Há emissores e receptores que podem trocar de papéis
Papel do leitor	O utilizador é um receptor (interativo) de conteúdos	O utilizador é também produtor de conteúdos
Previsibilidade das respostas	Número de possibilidades de resposta limitado	Infinitas possibilidades de resposta
Dimensão de interatividade	A participação do leitor não adquire a relevância pública: só tem uma dimensão individual	O resultado da participação do utilizador toma uma dimensão pública.
Opções interativas	Ligações hipertextuais, motores de busca, infografias, modalidade de personalização, RSS	Comentários, blogues, fóruns, entrevistas abertas, chats, envio de notas/fotografias/vídeos

Vale ressaltar que as subdivisões de interatividade na comunicação não é algo que surgiu de uma hora para outra, empiricamente as experiências de interação que permeiam a comunicação e o jornalismo estão presentes desde os meios tradicionais, no jornal impresso, a carta de leitores possibilita a muitos anos que o leitor possa interagir com o jornalista utilizando uma interatividade comunicativa e seletiva ao mesmo tempo. Já na televisão e rádio encontramos apenas vestígios da interatividade seletiva, pelos quais a forma de interatividade se ligava estritamente ao controle remoto tanto dos canais televisivos quanto das programações radiofônicas.

Mesmo assim no passar das décadas a evolução tecnológica tem feito com que essa interatividade nos veículos tradicionais ande junto com as novas mídias. Já é possível o receptor sugerir para um programa televisivo o que deseja ver na grade de programação, da mesma forma acontece em um programa de rádio.

<sup>4</sup> Tabela presente em ROST, Alejandro. "**Interatividade: Definições, estudos e tendências**". In: CANAVILHAS, J. (Org). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença, 2014.

De tal modo, a interatividade e a comunicação avançam lado a lado fazendo com que as produções jornalísticas e midiáticas possam fazer parte de um mundo completamente globalizado de acordo com sua distribuição. A interatividade é complementada a comunicação à medida que a ubiquidade. De acordo com Pavlik (2014), a ubiquidade significa ser encontrado em todos os lugares ao mesmo tempo, sendo acordado que na mídia essa ubiquidade reflete em um acesso completo ou potencial das redes interativas em tempo efetivo.

A ubiquidade é o futuro no presente no qual esclarece que a inovação tão aguardada pelos visionários em comunicação já chegou, propiciando tão logo que os mesmos receptores que acessavam notícias e entretenimento estivessem aptos a oferecer sua própria contribuição de conteúdo e compartilhamento global. No período atual à ubiquidade enfatiza quatro consequências. A primeira consequência é a emergência do jornalismo cidadão que foi facilitado pelo despontar das mídias sociais que descomplica o acesso de participação e contribuição em notícias, isso quer dizer que as pessoas munidas de um smartphone podem tornar-se repórteres e utilizar as mídias sociais para partilhá-la seus conteúdos. Já na segunda consequência da ubiquidade é nítido o aumento de inovações nas narrativas geolocalizadas e imersivas, ou seja, geolocalização é um aspecto que tem aumentado nas notícias e nos conteúdos midiáticos. Além de facilitar a pesquisa nos sites de busca, a geolocalização faz com que você possa descobrir quais as pessoas que estão mais próximas de você ou que já visitaram aquele lugar. A terceira consequência parte da perspectiva que a ubiquidade ocasiona para a coleta de informações que podem gerar um banco de dados para facilitar estudos, pesquisas e produções jornalísticas e midiáticas. Todavia, como nem tudo possui apenas boas vertentes a quarta consequência da ubiquidade é o decaimento da privacidade e uma constante vigilância global. (PAVLIK, 2014)

## **Uma condensação blogosférica**

Na linearidade do surgimento da internet variados pontos foram sendo trazidos para os internautas, dentre eles a ferramenta intitulada como “Blog” obteve uma parcela considerável dos olhares daqueles que passaram a navegar na internet desde seu advento. Os blogs que surgiram no ano de 1999 são considerados veículos para

publicações digitais, geralmente associados a diários virtuais com temáticas específicas. A fama concedida aos blogs se dá pelo seu uso como espaço de expressividade pessoal que permite a liberdade de expressão e fica isentos da censura, garantindo que o autor esteja possibilitado de publicar notícias ou emitir críticas e opiniões, confirmando que o blog nada mais é do que a expressão do seu autor. Os blogs vivem em uma dinamicidade que está disposta as mudanças nas relações sociais, uma vez que alcança todos os grupos e classes sociais que estejam ligados à rede.

A ferramenta se destaca pela facilidade de acesso e formato versátil que lhe é imposta, embora alguns defendam que só é blog aquele que estiver submetido a uma plataforma “blogger” ou “wordpress” tem surgido novas formas de fazer blog, principalmente atrelados as redes sociais ou “micro-bloggins”. O termo micro-bloggin foi utilizado pela primeira vez em 2002 por Natalie Solent (ZAGO, Gabriela) e resume a junção de uma rede social com um blog. As primeiras ferramentas de microbloggins despontaram somente no início de 2006 e a contar de tal ano foram construídas centenas ferramentas para serem oferecidas visando o melhoramento dessas novas mídias. Em consequência da rapidez oferecida por seus variados mecanismos como caixa de comentários, mensagens instantâneas em chat e chamadas de vídeo as redes sociais ou microbloggins se destacam de forma ímpar quando comparadas a blogs de plataformas tradicionais.

Repensar o jornalismo a partir do uso dos blogs é analisar o quanto o surgimento desse ciberespaço influenciou no jornalismo digital principalmente na coleta de informações, o que ocasionou diversas discussões sobre a validade desse tipo de jornalismo e que perduram até hoje. Não obstante, o uso desse mecanismo para o jornalismo fez com que os veículos de imprensa tradicionais adotassem blogs nos quais os profissionais que anteriormente estavam apenas dispostos a escrever em suas colunas impressas pudessem se abrir ao leque que a tecnologia e as novas mídias oferecessem.

Independentemente da plataforma utilizada, o que caracteriza um blog é sua estrutura básica que se resume a atualizações que estejam dispostas em ordem cronológica inversa, de tal modo as redes sociais passam a ser inseridas no roll dos blogs. Em virtude dessa nova consideração de que as redes sociais podem ser conceituadas como blog ou micro-bloggin, as antigas plataformas passaram a sofrer

crises, já que a praticidade oferecida por essas redes é bem maior e proporciona que os antigos comportamentos possam ser unidos as novas mídias.

## Redes sociais e seus significados

A rede social é um divisor de águas na era da interatividade comunicativa, pois aumenta o caráter social de interação no processo comunicativo, dado que viabiliza com que o ciberespaço fique mais suscetível ao contato direto entre o emissor e o receptor da mensagem, além de proporcionar a difusão de conteúdos e sua personificação no acesso interativo, impulsionando ao aumento da conexão do caráter social.

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). (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999 *apud* RECUERO, 2009, p. 24)

Com o advento da Web 2.0 no ano de 2004 como expomos no início do presente artigo, houve uma eclosão das redes sociais. Antes do surgimento da Web 2.0 os instrumentos utilizados para acarretar uma interação entre as pessoas se resumia em listas de discussões e salas de bate-papo, atualmente para isso utiliza-se as redes sociais. No jornalismo a utilização dessas redes pode ser refletida partindo de três lugares: “1. Recepção; 2. Difusão; 3. Interação”. (ROST, 2012b)

**Tabela 2<sup>5</sup>**

### Abordagens para a utilização jornalística das redes sociais

1. Recepção	Media ← Utilizadores	Receber informação, ideias
2. Difusão	Media → Utilizadores	Distribuir conteúdos
3. Interação	Media ↔ Utilizadores	Interagir com leitores e fontes

As redes sociais não são consideradas apenas como ferramentas, mas sim novos horizontes que instiga o jornalismo em suas produções, como também transmuta os

<sup>5</sup> Tabela presente em ROST, Alejandro. "Interatividade: Definições, estudos e tendências". In: CANAVILHAS, J. (Org). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença, 2014.



conceitos relativos às comunicações nas relações pessoais. A pluralidade de informações difundidas através da ligação entre os usuários de redes sociais é algo significativo já que aumenta o fluxo de informação dentro da própria rede.

Sem dúvida, as redes sociais mais do que a compreensão de “espaço pessoal” dado aos blogs propriamente ditos, possuem um “espaço pessoal” estritamente e ao mesmo tempo amplamente particular/pessoal. Nesse espaço é permitido que a interatividade se sobressaia, as relações sociais passam a ser mais fáceis do que em outros tipos de ferramenta, as publicações possuem um cunho mais privativo, visto que é possível restringir as visualizações das postagens de forma mais eficaz do que em algumas plataformas de blogs. Além disso, as redes sociais exercem sua influência apoiada na prerrogativa de criar um espaço pessoal, permitir a interação social, compartilhar conhecimento e pensamentos particulares de seu autor, produzir autoridade sobre os assuntos tratados e gerar popularidade, reafirmando que todas essas cadeias online de redes têm o arbítrio de serem consideradas como blogs na contemporaneidade.

Contudo, os usuários são personagens decisivos nas redes sociais posto que sem esses protagonistas as redes sociais seriam apenas sites e sistemas como qualquer outro. Os sites de redes sociais podem ser definidos como “[...] aqueles sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator”<sup>11</sup> (BOYD; ELLISON *apud* RECUERO, 2009, p. 102).

Embora os sites de redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais que utilizam essas redes, que constituem essas redes. (RECUERO, 2009, p. 103)

Apesar das proveitosas tarefas que as redes sociais englobam, elas exigem atenção redobrada para o que é produzido e publicado em suas páginas, singularmente entre os jornalistas que utilizam desses espaços virtuais como zona elaboração de seus trabalhos e como blogs jornalísticos. Afinal, é uma área utilizada por qualquer internauta que deseje interagir através dos perfis o que muitas vezes oportuniza que esbarremos em notícias e textos inválidos, colocando em xeque perpetuamente a veracidade das postagens integralmente.

## **Facebook: a revolução midiática**

A migração sempre é algo impactante, principalmente quando a herança cultural vai sendo abandonada e substituída por novos horizontes. É dessa forma que tem ocorrido as mudanças na era digital, tudo muito rápido e ao mesmo tempo revolucionário, aumentando de forma significativa a repercussão que essas mudanças propiciam.

Nas redes sociais acontece do mesmo modo, principalmente pelas novas tecnologias de informação erguer-se e rapidamente consolidarem-se. Foi isso que aconteceu com o Facebook, a rede social criada pelo americano Mark Zuckerberg no ano de 2004. Zuckerberg deu seu ponta pé inicial com uma ferramenta simples que possuía o objetivo de promover interação entre os jovens universitários da Universidade de Havard. O progresso da rede social foi veloz e eficaz, no mesmo ano de sua criação foi adicionado o mural que autorizava os usuários a enviar mensagens para o perfil dos seus amigos. Um ano após o seu lançamento o Facebook permitiu que fosse compartilhado fotos e em 2008 foi acoplado a sua plataforma o compartilhamento de vídeos, em 2009 foi lançada a ferramenta de chat, aplicativo para iPhone e foi incluído o botão de “curtir”.

Na época, produzir, compartilhar e interagir não era muito comum para os internautas que se encontravam em redes sociais, esses mecanismos eram viáveis apenas para os possuidores de blogs em suas respectivas plataformas. Entretanto, a utilização do Facebook disseminou-se e ele passou a exercer função decisiva na revolução midiática. De tal modo que suas funções apenas de interatividade entre universitários foram deixadas de lado e passou a ser um divisor de águas para a comunicação midiática.

A disseminação do Facebook na internet fez com que as empresas outorgassem a essa rede o seu devido valor e ela passou a se popularizar em todos os âmbitos da vida social, facilitando a comunicação entre os seus produtores e receptores. A interatividade é seu maior trunfo e a participação dos seus usuários une-se as variadas utilidades que essa rede social exerce, criando laços dialógicos que permite a interação entre autores e leitores repetidamente sendo construída e reconstruída por trocas sociais. (RECUERO, 2009; p. 95) Essa interação que esteve presente em todo o decurso desse artigo pode ser

associada aos antigos modelos de blogs, promovendo a defesa de que o Facebook pode ser utilizado como uma ferramenta de blog e que qualquer um de seus usuários, seja por fanpage ou em um próprio perfil pessoal pode desempenhar todas as funções que outrora eram atribuídas somente a blogs de plataformas.

Diante de suas inúmeras funções, o Facebook atribuído como plataforma para blog consegue distinguir-se através de utilitários, a exemplo de: publicações no mural permitindo imagens, vídeos e textos que em 2011 pulou de 5 mil caracteres para 60 mil caracteres (O GLOBO, 2011) com a pretensão de atrair um número maior de jornalistas para a rede e impulsioná-los a escrever neste tipo de mídia digital, as curtidas que também são marcantes no decorrer das atualizações que o Facebook recebeu a caixa de comentários que salienta o feedback facultado pelos leitores e o chat que revoluciona a interação e proporciona não só conversas de texto instantaneamente, como também chamadas de vídeo. Outra vantagem explícita que tal rede social concede para aqueles usuários que migram de sistemas de blogs tradicionais é que ele não necessita de produção de design em seus layouts, ou seja, é algo sucinto e direto para o seu objetivo final que é fazer com que os seguidores leiam as publicações, curtam, compartilhe e opine através da caixa de comentários.

## **Considerações finais**

Sem hesitação alguma, o Facebook é o novo “jardim fértil” das mídias digitais, principalmente em consonância com o que foi proposto acima, demonstrar que os seus mecanismos facultam a chance de ser considerado como base para blogs, pela sua própria popularidade a rede faz com que os seus compartilhamentos atinjam um elevado número de possível interlocutores e que seja disseminado de forma mais ampla permeando fronteiras e restrição de espaços ou acessos.

Outro quesito promotor de convergência nessa rede é que o autor decide o que partilhar e com quem partilhar, podendo criar grupos de utilizadores e eleger políticas de privacidade de acordo com suas necessidades, possibilitando restringir através de “linhas imaginárias” o que irão receber a informação e os que não irão recebê-la.

Não obstante a todos esses pontos positivos que traçam a rede social, também tem algo que pode ser refletido pelos leitores individualmente, que é até que ponto o

material publicado no Facebook pode ficar online e aberto para os seus usuários, visto que se um dia o Facebook extinguir-se surge o seguinte questionamento: para onde irá toda sua base de dados e até que ponto os seus usuários poderão ter esse material para si?

Portanto, conclui-se dessa forma que apesar de ser uma rede que abarca inúmeros quesitos benéficos, é também uma rede jovem e que carrega um futuro escuro, que só será clareado com o passar dos anos.

## Referências

BENAKOUCHE, Tâmara. **Redes técnicas/redes sociais: a pré-história da Internet no Brasil.** Revista USP, n. 35, 1997. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/26923>>. Acesso em: 1 de Março de 2016.

Folha de São Paulo. **Entenda o que é a Web 2.0.** 10 de junho de 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml>>. Acesso em: 29 de Fevereiro de 2016.

MARTELETO, Regina. **Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação.** Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/26/56>>. Acesso em: 27 de Fevereiro de 2016.

**História da internet no Brasil,** 21 de janeiro de 2010. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/informatica/artigos/53793/historia-da-internet-no-brasil>>. Acesso em: 25 de Fevereiro de 2016.

PAVLIK, John. **"Ubiquidade".** In: CANAVILHAS, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*, 2014.

RECUERO, Raquel. **"Redes sociais na internet".** Editora Sulina, 2ª ed. Porto Alegre, Março de 2014.

ROBERTO, Laís. **A influência das redes sociais na comunicação organizacional.** São Paulo, 2009. Disponível em: <[http://www.aberje.com.br/monografias/redessociais\\_comorganiz.pdf](http://www.aberje.com.br/monografias/redessociais_comorganiz.pdf)>. Acesso em: 26 de Fevereiro de 2016.

ROST, Alejandro. **"Interatividade: definições, estudos e tendências".** In: CANAVILHAS, J. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*, 2014.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Desmassificar é a grande tendência.** 7 out de 2010. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/ethevaldo>>

siqueira/2010/10/07/desmassificar-e-a-grande-tendencia/>. Acesso em: 25 de Fevereiro de 2016.

Tecnologia. **Facebook amplia tamanho máximo do post para 60 mil caracteres.** 1 de dezembro de 2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/facebook-amplia-tamanho-maximo-do-post-para-60-mil-caracteres-3365790>>. Acesso em: 28 de Fevereiro de 2016.

Tecnologia. **Facebook completa 10 anos:** conheça a história da rede social. 4 fev de 2014. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/facebook-completa-10-anos-conheca-a-historia-da-rede-social,c862b236f78f3410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 27 de Fevereiro de 2016

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais.** Ed. M. Books. 2011. Disponível em: <http://www.andretelles.net.br/downloads/a-revolucao-das-midias-sociais-andre-telles.pdf>>. Acesso em: 27 de Fevereiro de 2016.

ZAGO, Gabriela. **Dos blogs aos microblogs:** aspectos históricos, formatos e características. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>>. Acesso em: 26 de Fevereiro de 2016.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais.** Ed. M. Books. 2011. Disponível em: <http://www.andretelles.net.br/downloads/a-revolucao-das-midias-sociais-andre-telles.pdf>>. Acesso em: 27 de Fevereiro de 2016.