



Da guerra às emoções: história da internet e o controverso surgimento do Facebook¹

ROCHA, Glauco Capper da²
FILHO, Veridiano Barroso de Souza³

RESUMO: O objetivo do presente estudo é descrever — cronologicamente — a evolução da rede mundial de computadores; quais foram os objetivos iniciais de sua estruturação; o surgimento das primeiras redes sociais; as origens e propósitos do Facebook e sua utilização como ferramenta, até a apropriação por parte dos usuários para criar suas próprias redes e divulgar conteúdos. A síntese estabelece diálogo com teóricos e comentaristas como: Pierre Lévy, Manuel Castells, Raquel Recuero, J. B. Pinho e Pollyana Ferrari, onde, através de revisão bibliográfica, chega-se ao levantamento dos propósitos da criação da internet e as possibilidades de uso dos sites ou ferramentas digitais como o Facebook para divulgar informações.

Palavras-chave: História da mídia digital; História da Internet. Rede Social; Facebook.

1 — INTERNET E SUAS ORIGENS

Segundo J.B. Pinho (2003), a história da internet começa durante a Guerra Fria, no momento em que emergiam os conceitos sobre a conectividade. Em busca de desenvolver novas tecnologias de comunicação, a União Soviética lança em órbita seu primeiro satélite espacial artificial, o *Sputnik*⁴, em 1957. Pinho (2003) explica que foi devido a este fato que o presidente americano, Dwight Eisenhower, anunciou a criação — quatro meses depois — da *Advanced Research Projects Agency* (ARPA – Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), integrante do Departamento Nacional de Defesa norte-americano, desenvolvendo pesquisas de informação para o serviço militar. Surgiu daí a necessidade de criar uma rede nacional de computadores para ser um sistema de

¹ Trabalho apresentado ao GT História da Mídia Digital do IV Encontro Regional Norte de História da Mídia, realizado em 19 e 20 de maio de 2016.

² Mestrando em Letras, Linguagens e Identidade pela Universidade Federal do Acre (UFAC). E-mail: glaucokp@gmail.com.

³ Graduado em Sistemas de Informação pela Universidade Federal do Acre – AC. E-mail: veridianobarroso@gmail.com.

⁴ Foi o nome do programa que produziu a primeira série de satélites artificiais soviéticos, concebida para estudar as capacidades de lançamento de cargas úteis para o espaço e para estudar os efeitos da ausência de peso e da radiação sobre os organismos vivos. Serviu também para estudar as propriedades da superfície terrestre com vista à preparação do primeiro voo espacial tripulado. <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Sputnik>> Acessado em 07 de março às 12h 19.



comunicação e defesa, para informar sobre possíveis ataques terroristas. O sistema foi denominado Arpanet.

Manuel Castells (2003) afirma que as origens da internet se encontram na Arpanet, um pequeno programa que surgiu em um dos departamentos da ARPA, com objetivo de estimular a pesquisa em computação interativa.

Como parte desse esforço, a montagem da ARPAnet foi justificada como uma maneira de permitir aos vários centros de computadores e grupos de pesquisa, que trabalhavam para a agência, compartilhar on-line tempo de computação (CASTELLS, 2003, p.14).

Pinho (2003) afirma que a ARPA reuniu os mais brilhantes cientistas norte-americanos, responsáveis pelo desenvolvimento e lançamento do primeiro satélite artificial dos Estados Unidos, criado em apenas 18 meses. Em 1962, Joseph Carl Robnett Licklider, considerado um cientista visionário ao pensar sobre uma simbiose entre o homem e a máquina, foi designado para assumir a frente das pesquisas desenvolvidas pela ARPA e aperfeiçoar as tecnologias para o uso militar. Licklider acreditava na possibilidade do computador funcionar como parceiro na solução de problemas. “Sem essa parceria, acreditava ele, o homem não poderia, durante uma eventual guerra, estimar rapidamente as alternativas de ação em resposta a um ataque inimigo” (PINHO, 2003, p. 22). Da mesma forma que o computador não tomaria decisões importantes e cruciais sozinho (HAFNER; LYON, 1998, *Apud*, PINHO, 2003 p. 22).

Como o interesse americano em expandir rapidamente a tecnologia de comunicação da ARPA era grande decidiu-se reunir universidades e institutos de pesquisa para começar a implantação da rede, recebendo o nome de “Arpanet” (PINHO, 2003, p. 22). As pesquisas experimentais foram iniciadas em 1969. Depois de vários testes de conexão realizados entre diferentes estados americanos e o eminente sucesso apresentado daquele meio de comunicação, a Arpanet passou a integrar, em 1975, a Agência de Comunicação e Defesa. “A missão da agência era facilitar a comunicação com o Departamento de Defesa do Estados Unidos” (FERRARI, 2008, p.15). Várias corporações agregaram-se ao projeto, como também inúmeros pesquisadores e institutos. Manuel Castells (2003) descreve esse processo:

Para montar uma rede interativa de computadores, o IPTO valeu-se de uma tecnologia revolucionária de transmissão de telecomunicações, a comutação por pacote, desenvolvida independentemente por Paul Baran na *Rand Corporation* (um centro de pesquisas californiano que frequentemente trabalha para o Pentágono) e por Donald Davies no *British National Physical Laboratory*. O projeto de Baran de uma rede de comunicação descentralizada, flexível, foi uma proposta que a *Rand Corporation* fez ao Departamento de Defesa para a construção de um sistema militar de comunicações capaz de sobreviver a um ataque nuclear, embora esse nunca tenha sido o objetivo por trás do desenvolvimento da Arpanet (CASTELLS, 2003, p. 14).

O fluxo de informações e o tráfego de dados rapidamente cresceu, como também a conexão com outras redes de computadores. Cientistas da computação e universidades como a de Stanford passaram a contribuir e fornecer informações utilizando artigos e publicações. Chegaram assim, ao primeiro conceito de “uma rede de redes” (CASTELLS, 2003, p. 14), descrevendo uma arquitetura básica da internet, com referência nos esforços de um grupo técnico cooperativo formado por representantes dos vários centros de computação ligados a Arpanet na década de 1960, o *Network Working Group*. A teoria descrita pela universidade de Stanford, tratava de protocolos únicos de comunicação, conseguido em parte, em 1973, com o projeto do protocolo de controle de transmissão (TCP) que oferecem 4 bilhões de endereços diferentes e uma arquitetura de comunicação em camadas, com protocolos distintos e cuidando de tarefas distintas.

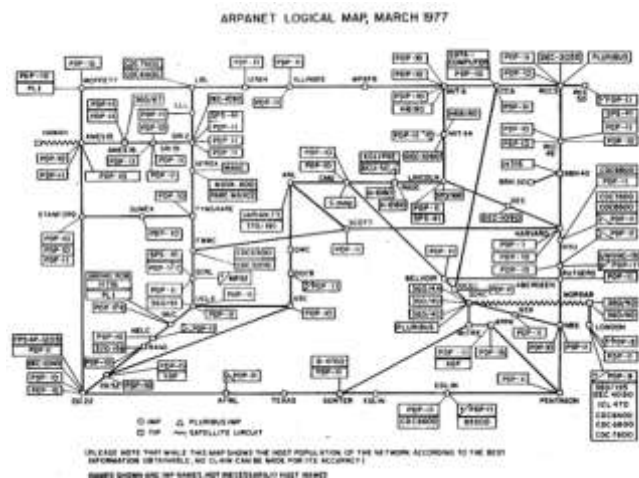


Figura 1 – Mapa lógico da rede ARPANet. Parece meio embolado, mas o sistema era organizado e quase indestrutível.

Fonte: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/ARPANET/>>

Em 1983 a ARPANet divide-se na MILnet⁵, para fins militares, e na nova ARPANet, onde se começa a Internet. No final de 1980, com aproximadamente 100 sites, acompanhou-se uma expansão da conexão entre computadores, principalmente em máquinas instaladas em laboratórios de pesquisa. “A internet não tinha a cara amigável que todos conhecemos hoje” (FERRARI, 2008, p. 16), era de interface simples e muito parecida com os menus dos BBS (*Bulletin Board System*), o primeiro tipo de conexão com a Internet.



Figura 2 - Exemplo de interface do primeiro tipo de conexão realizado pela ARPANet.

Fonte: <http://fido.mbse.eu/manual/menus/>

De acordo com Ferrari (2008), timidamente um outro grupo de pesquisadores criava a *World Wide Web* (Rede de Abrangência Mundial), completamente baseada em hipertexto e sistemas de recursos para a Internet. Somente em 1989, o inventor Tim Bernes Lee apresentou o WWW. A partir daí, o crescimento foi rápido e não parou desde então. Em 1996, já existiam 56 milhões de usuários no mundo, enviando cerca de 95 bilhões de mensagens eletrônicas somente nos Estados Unidos.

2 — REDES SOCIAIS NA INTERNET

⁵ (A MILNET (Military Network), criada em 1983 foi uma rede que cuidava das informações militares dos Estados Unidos da América (EUA). Foi uma expansão da ARPANET. Na década de 90, o nome mudou-se para NIPRNET. Disponível em <<http://pt.wikipedia.org/wiki/MILNET/>>. Acessado em 07 de março às 12h 19.)



Os conceitos de redes sociais não são novos. Um ensaio de Joseph Carl Robnett Lickli e Robert W. Taylor, intitulado “O Computador como dispositivo de comunicação”, publicado em 1968, já questionava sobre como seriam as comunidades interativas compostas por membros geograficamente distantes. “Não serão comunidades de localização comum, mas de interesses comuns”; “Você não vai enviar uma carta ou um telegrama; simplesmente vai identificar as pessoas cujos arquivos devem ser ligados aos seus” (KIRKPATRICK, 2011, p. 77).

Em 1976 a AT&T Bell *Laboratories* desenvolveu o *Unix-to-Unix CoPy* (UUCP), e baseado nele, o estudante Steve Bellovin e os programadores Tom Truscott e Jim Ellis criaram o *Unix User Network*, a Usenet, formando grupos de discussão onde leitores podiam compartilhar informações, ideias, dicas e opiniões (PINHO, 2003, p. 27). Funciona até hoje. Os grupos se multiplicaram rapidamente, e a Usenet ganhou seu próprio protocolo de transmissão o *Net News Transfer Protocol* (NNTP), onde antes se utilizava a ARPAnet como principal canal de distribuição. Outra inovação aconteceu em 1980 com a formação do *Because It's Time Network* (Bitnet), uma rede acadêmica da *City Universit* de Nova York conectada a Yale. Os acadêmicos utilizavam o serviço de correio eletrônico e um mecanismo conhecido como “*listserv*”, onde o usuário podia publicar artigos e subscrever *mailings lists*.

Outro precursor dos sistemas de troca de mensagens foi o Bulletin Board System (BBS), criado em 1978 por Ward Chistianson, autor do Xmodem, um protocolo para transferência de arquivos para microcomputadores. O BBS permite que qualquer pessoa com um micro e um modem possa instalar seu próprio servidor, disponibilizando aos seus usuários arquivos de todo o tipo (programas, dados ou imagens), softwares de domínio público e conversas on-line (chat). Muitos BBS oferecem acesso ao correio eletrônico da internet. Os assinantes tem acesso aos serviços por linhas telefônicas (isto é, de voz), utilizadas via computador pessoal e modem (PINHO, 2003, p. 28).

A Usenet foi o primeiro serviço que teve um grande número de usuários não técnicos, muito antes da *Word Wide Web*. Em 1985 foi criado o *The Whole Earth 'Lectronic Link'* (Well) “quadro de avisos eletrônicos”. Em 1987, Howard Rheingold um conceituado usuário do Well, publicou um ensaio chamado “Comunidade Virtual” no qual descreveu sua experiência de utilização: “Uma comunidade virtual é um grupo



de pessoas que podem ou não se encontrar pessoalmente” (KIRKPATRICK, 2010, p. 78).

Kirkpatrick (2011) afirma que os grupos on-line e salas de bate papo (Chat) ganhavam mais e mais adeptos. O serviço postal francês gostou tanto da ideia, que em 1982 levou ao seu público consumidor de massa, o serviço nacional on-line chamado ‘Minitel’. Em 1985 apareceu a America On-line, inicialmente com outro nome, e em pouco tempo, passou a dominar o negócio nos Estados Unidos. Em 1988, a IBM e *Sears* criaram o ‘*Prodigy*’.

Nesses serviços, as pessoas normalmente inventavam ou recebiam um nome de usuário que as mantinha anônimas e conectadas a outras. No início dos anos 90, foi a vez do correio eletrônico começar a ser usado por pessoas comuns. Em 1997, a *sixdegrees.com* inaugura um serviço inovador com o uso de nomes reais. A *start-up* nova-iorquina deu início a era das redes sociais modernas (KIRKPATRICK, 2011, p. 78).

A rede social *sixdegrees.com*, fundada pelo advogado Andrew Weinreich, foi o primeiro negócio on-line e foi visionário para sua época.

O nome evoca o conceito especulativo de que todas as pessoas no planeta podem ser conectadas por meio de uma cadeia ampliada de relacionamentos que começa com amigos imediatos, prossegue para o “grau” seguinte – os amigos dos amigos – até chegar ao sexto “grau” (KIRKPATRICK, 2011, p. 79).

Danah Boyd e Nicole Ellison (*apud* KIRKPATRICK, 2010, p. 79), em artigo publicado em 2007, listaram as principais características de uma rede social: um serviço no qual os usuários podem “construir um perfil público ou semi-público”, “integrar-se a uma lista de outros usuários com os quais partilham conexão e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema”.

Lúcia Santaella (2010) caracterizou o início das culturas digitais como a “cultura da velocidade” que veio trazendo consigo a necessidade de simultaneamente acelerar e humanizar a nossa interação com a máquina. Para Castells (2003), o valor que a rede procurou ter foi o de ser livre e horizontal para se ter garantida a prática livre de se expressar.

Em 2000, o *sixdegrees.com* tinha pouco mais de 3,5 milhões de usuários, e acabou fechando as portas. Mas para o fundador Andrew Weinreich teve a certeza de



que aquilo ainda era só o começo, patenteando o que chamou de “o sistema operacional do futuro”, (KIRKPATRICK, 2010, p. 80), figurando um papel importante na história das redes sociais por deter direitos sobre o formato que havia criado com o sixdegrees.com. Ele ganhou muito dinheiro com isso.

Kirkpatrick (2011) aponta que em 2001 surge a Plaxo⁶ que não foi considerada rede social por apenas gerenciar contatos. Na mesma época, Adrian Scott lançou o Ryze, uma rede caracterizada por ele como “uma rede de negócios, não de namoro”. O site não se firmou, mas inspirou a outros como o Friendster, criado por Jonathan Abrams, que buscou construir uma rede para consumidores. O Friendster não funcionou nos primeiros dois anos, enfrentando sérios problemas com as decisões equivocadas que afastaram os investidores. Mas aos poucos ganhou força e admiração.

Outros sites com o mesmo objetivo de ser portfólio profissional começaram a surgir com a ideia de conectar pessoas de forma ligeiramente diferente. Veio a partir daí, o *LinkedIn*, *Tribe*, *MySpace*, isso em meados de 2003, aparecendo um nome fundamental e importante para esse movimento: Reid Hoffman⁷. Hoffman acreditava que as redes sociais se dividiam em duas categorias — pessoais e profissionais. Além do seu posicionamento para os programadores no desenvolvimento de suas redes, Hoffman tinha que encarar a patente detida pelo extinto sixdegrees. De acordo com Kirkpatrick (2011), a patente era abrangente e descrevia um serviço de rede social que matinha uma base de dados, permitindo um membro criar uma conta, e então incentivava a convidar outras pessoas para se conectarem a sua rede através de e-mail. Se as pessoas aceitassem o convite, criava-se ali uma comunicação de mão dupla. O que é a base das redes sociais.

3 — REDES SOCIAIS EM NÚMEROS

⁶ Empresa que San Paker havia fundado com amigos em 2001. Foi considerado um serviço chato por bombardear seus usuários com pedidos de atualização de informações. (KIRKPATRICK, 2011, p. 79)

⁷ Principal *angel investor* dos primeiros recursos obtidos pelo Friendster e uma figura central na história das redes sociais.



No início de 2014, o site mais acessado do Brasil⁸ já era o *Facebook*, superando o Orkut que por anos foi a rede mais acessada e, também, ultrapassando o gigante *Google*. O Brasil rendeu-se aos sites de relacionamentos. Os números apontam isso. Atualmente, com base nas pesquisas das empresas Alexa, Nielsen, Ibope Media, Cetic, que oferecem serviços de mensuração e análise de dados de navegação na internet, o Brasil é o país que maior tempo gasta na frente de seu micro, com cerca de 69 horas mensais. Em 2000, o tempo máximo conectado era de 8 horas. Os números crescem em progressão avassaladora.

Em 2014, havia 70,9 milhões acessos diários à internet regularmente de casa, número que sobe para 83,4 milhões se considerados também, os acessos no trabalho. As redes sociais no Brasil dominam os acessos segundo dados da pesquisa do Ibope Media, são cerca de 105 milhões⁹ de usuários ativos.

Hoje 92,7% dos brasileiros que navegam na internet estão ligados às redes de relacionamento como o Orkut, *Facebook*, MySpace, *Twitter*, YouTube, Blogs, Fotologs, Videologs, entre outros. A ferramenta de busca *Google* deixou de ser a atividade mais procurada na web, a agora os portais e comunidades de interesse geral são os mais acessados com 85,2%, e os sites de fabricantes de softwares, com 73,4%. Conforme a Nielsen, o site *Facebook* é o líder das redes de relacionamento no mundo, com 945 milhões de usuários únicos. A rede social possui 83 milhões de usuários ativos por mês e 52 milhões de usuários ativos diários no país. Deste total, uma tendência mundial também é notada no Brasil: a maioria das visitas é proveniente de dispositivos móveis (celulares e tablets), com 58 milhões de usuários ativos mensais por celular e 30 milhões de usuários ativos diários pelo dispositivo móvel:

Em 2005 haverá mais gente se divertindo na Internet do que assistindo àquilo que hoje chamamos de redes de televisão (...) A comunidade de usuários da Internet vai ocupar o centro da vida cotidiana. Sua demografia vai ficar cada vez mais parecida com a do próprio mundo (NEGROPONTE, 1995, *Apud*, FERRARI, 2008, p. 10).

⁸ A rede social Facebook ultrapassou o buscador do Google Brasil, segundo dados do Alexa Analytics. <<http://top10mais.org/top-10-sites-mais-acessados-do-brasil/#ixzz2uShLOBf8>> Acessado em 11 de março de 2014.

⁹ Números da Internet no Brasil, atualizados em 03/02/2014 pela Ibope Media.



Com as redes sociais tornou-se possível novas possibilidades de relacionamento. Raquel Recuero (2012) em seu livro, “Conversação em Rede”, aborda características de construção de um novo “ser” social, como também, de uma nova “forma” conversacional. Anderson Vieira (2009) no livro “*Twitter – Influenciando pessoas e conquistando o mercado*”, afirma que o crescimento dos acessos no Brasil começou a partir da chegada do Orkut¹⁰ e MSN¹¹ (VIEIRA, 2009, p. 13), declarando que as redes sociais são as responsáveis por esse crescimento de acessos. Daí, explica-se o momento vivido pelo Brasil, onde os sites de relacionamentos abocanharam boa parte dos usuários, pelas inúmeras possibilidades de construção de grupos e conteúdo, como também, interação com o outro. Há necessidade de se entender e compreender quais são, como são, o que proporcionam e qual a sua dinâmica, para assim explicar o sucesso absoluto dos usuários brasileiros.

3.1 — BLOGGER

O Blog¹² é um site atualizado periodicamente, compilando conteúdo cronologicamente de um ou vários autores, mostrando primeiro o mais recente. Se assemelha a um diário pessoal de anotações. Originado da palavra inglesa *weblog* (*web* termo usado como abreviação para Internet; *log* que significa diário em inglês), de acordo com a autora do livro, “Ferramentas Digitais para Jornalistas”, Sandra Crucianelli (2010), o termo blog também é usado quando o autor escreve sobre sua própria vida como se fosse um diário.

Nascido de um recurso para fazer anotações dentro de um software para administração de projetos, o Blogger se tornou um serviço gratuito de blogs comprado pela *Google* logo depois. Joel Comm (2009) diz que o criador do Blogger, Evan Williams, também criou o *Twitter*.

Para Crucianelli (2010), o blog é uma ferramenta “maravilhosa” para a comunicação entre o jornalista e seu público. Seu surgimento é datado de agosto de 1999 através da utilização Blogger, criado pelo norte-americano Evan Williams.

¹⁰ Especificaremos o serviço mais adiante.

¹¹ Serviço de troca de mensagens (bate-papo) desenvolvido pela Microsoft.

¹² O www.blogger.com e o www.wordpress.com são os dois principais provedores na modalidade. São gratuitos.



Concebido, para ser um software, o Blogger se tornou uma alternativa popular para publicação de textos on-line, uma vez que a ferramenta dispensava o conhecimento especializado em computação. Para Fabiana Komesu (2004), que escreveu o artigo “Blogs e as práticas de escrita sobre si na internet¹³”, a facilidade para a edição, atualização e manutenção dos textos em rede foram – e são – os principais atributos para o sucesso e a difusão dessa chamada ferramenta de auto expressão.

Uma das características do blog, além de alguns provedores não cobrarem taxa de hospedagem, é a possibilidade de publicar textos escritos, imagens (fotos, desenhos, animações) e alguns recursos como música por meio de um *widget*¹⁴, oferecido pelo próprio Blogger. Recuero (2003) afirma que o conteúdo publicado em um blog não é apenas conteúdo, mas voz e pensamento de uma pessoa.

3.2 — ORKUT

Orkut é um conjunto de perfis de pessoas e suas comunidades on-line que facilita o encontro de pessoas. Criado por Orkut Buyukokkten, ex-aluno da Universidade de Stanford, foi lançado pelo *Google* em janeiro de 2004, desenvolvido com a ideia de ser um "software social", onde era possível cadastrar-se e colocar fotos e preferências pessoais, listar amigos e formar comunidades e permitir interações variadas, tais como: sistemas de fóruns para comunidades, envio de mensagens para cada perfil, envio de mensagens para comunidades, amigos e amigos de amigos normalmente utilizadas para *spam*.

Desde 2004¹⁵ o site se tornou muito popular no Brasil por possibilitar novas formas de expressão, que segundo Recuero (2009), ainda são complexas. Uma de suas características nesse espaço é o “eu” que representa um ator, que pode ainda exprimir aspectos diferentes da identidade do ator (RECUERO, 2009, p. 28).

¹³ Publicado em Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido, organizado por Luiz Antonio Marcuschi e Antonio Carlos Xavier (Rio de Janeiro: Lucerna, 2004. p.110-119).

¹⁴ É uma ferramenta do blog que dispensa conhecimentos técnicos, basta copiar o código fornecido pelo serviço e colá-lo no modelo do blog. Também é uma forma de incrementar e tornar o blog mais interessante e dinâmico.

¹⁵ De acordo com dados apresentado no livro “Redes Sociais na internet” de Raquel Recuero (2003).



3.3 — TWITTER

O *Twitter*¹⁶ é uma rede social com características bem mais simples que o *Facebook*, porém mais atraente, como descreve Joel Comm e Ken Burge em seu livro “O poder do *Twitter*” que o considera um “fenômeno”. O *Twitter* é um *microblogging* que permite aos usuários o envio de mensagens com no máximo 140 caracteres, o formato de mensagens lembra o serviço de SMS¹⁷ utilizado pelas empresas de telefonia, que Joel e Ken Burge chamam de “Torpedo ou SMS da Internet” (COMM, 2009, p. 9).

O *Twitter* é um serviço gratuito utilizado via Internet que foi criado em 2006 e já interliga milhões de pessoas em todo mundo. O formato fácil e dinâmico torna atraente o uso desta ferramenta tanto por pessoas como por organizações. Criado pelos programadores Evan Willians, Jack Dorsey e Biz Stone, em julho de 2006, Comm (2009) atribui a ideia original a Dorsey. Em 2004 Willians deixou o *Google* e fundou a Odea, empresa especializada em publicar arquivos de áudio na Internet, onde Jack Dorsey era um funcionário. O *Twitter* foi usado pelos funcionários da companhia como uma forma divertida de comunicação interna (COMM, 2009, p. 21).

3.4 — YOUTUBE

O *YouTube*¹⁸ é um site que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital. Foi fundado em fevereiro de 2005¹⁹ e hospeda uma grande variedade de filmes, vídeos e materiais caseiros. O material encontrado no *YouTube* pode ser disponibilizado em blogs e sites pessoais. A revista norte-americana *Time*²⁰ elegeu o *YouTube* a melhor invenção do ano.

YouTube vem do inglês *you* — você e *tube* — tubo, definição utilizada para designar a televisão. No caso, *You television* ficaria algo como “Você televisora”, “Você transmite”, “Você na telinha”, etc.

O *YouTube* foi fundado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, que era 4m empregados da *PayPal*. Antes de trabalhar na *PayPal*, Hurley estudou design na

¹⁶ www.twitter.com

¹⁷ Sigla de *Short Messages Service*.

¹⁸ www.youtube.com.

¹⁹ De acordo com o Wikipédia www.wikipedia.com

²⁰ Edição de 13 de novembro de 2006.



Indiana University of Pennsylvania, e Chen e Karim estudaram ciência da computação juntos na *University of Illinois at Urbana-Champaign*. Em 9 de outubro de 2006 foi anunciado que a companhia seria comprada pelo *Google* por 1,65 bilhão de dólares em ações. O negócio entre *Google* e *YouTube* veio depois que o *YouTube* apresentou três acordos com empresas de comunicação em uma tentativa de evitar processos sobre infração de direitos autorais. O *YouTube* continuou operando independentemente, com seus co-fundadores e 67 empregados trabalhando dentro da empresa. A aquisição do *YouTube* foi fechada em 13 de Novembro, e foi na época a segunda maior aquisição do *Google*.

3.5 — FACEBOOK

*Facebook*²¹ é uma rede social na qual se cria uma conta gratuita e recebe-se uma página com seu nome, onde você pode compartilhar e produzir conteúdo. Um dos principais objetivos é criar comunidades que irão ajudá-lo a se relacionar com seus colegas e amigos. Fundado por Mark Zuckerberg, ex-estudante de Harvard, foi lançado em 4 de fevereiro de 2004, atualmente o website possui mais de 940 milhões²² de usuários ativos, e segundo a Nielsen, empresa que realiza mensuração de dados *on-line*, o site *Facebook* é o líder das redes de relacionamento no mundo.

Seu fundador Mark Zuckerberg cresceu na cidade de classe média alta de Dobbs Ferry, em Nova York, e é filho de um dentista e de uma psiquiatra. No ensino médio, ele era uma espécie de mestre *hacker* — tão bom em invadir computadores, que seu nome foi parar em uma lista do FBI.

Mark havia construído sua reputação ainda na *Exeter*²³, quando ele e um amigo criaram um programa chamado *Synapse*, um plug-in para mp3 que possibilitava aos ouvintes criarem repertórios sob medida com base em referências editáveis. O programa podia ser baixado gratuitamente por quem quisesse na internet. Mesmo assim, empresas desejaram comprá-lo. Com isso, Mark Zuckerberg chegou a receber propostas para trabalhar na Microsoft²⁴.

²¹ www.facebook.com.

²² Dados de 2014.

²³ Phillips Exeter Academy é uma escola preparatória para faculdades.

²⁴ Cerca de dois milhões de dólares foram oferecidos a Zuckerberg e ele recusou. Qualquer um que recusa um milhão de dólares aos dezessete anos provavelmente está indo para algum lugar. (MEZRICH, p.14, 2010)



Depois do Synapse ele escrevera um programa em Harvard chamado *Course Match*, com o qual os alunos da universidade podiam descobrir a que aulas outros alunos assistiam. Eles não eram só uma rede social de relacionamentos poderosa, pois sua natureza exclusivista dava *status* imediato a seus membros — o poder de atrair o que há de melhor. (MEZRICH, 2010, p.16)

Em meio a muitas controvérsias e processos jurídicos²⁵, Mark Zuckerberg então com 19 anos, lança em 4 de fevereiro de 2004, o “*TheFacebook*”. Com apelo estritamente sexual²⁶, o objetivo de Zuckerberg era tornar o *TheFacebook* mais divertido e mais importante do que apenas fazer dele um negócio (KIRKPATRICK, 2010, p. 41).

CONCLUSÃO

O público que acessa sites sociais busca informação, diversão e conhecimento. As mídias sociais oferecem oportunidades de agregar serviços aos mais diversos campos. Para o jornalismo, a possibilidade de agregar hipertexto, som e imagem no mesmo lugar, amplia o potencial de ter o internauta conectado ao sítio de informação, dando a ele informação, entretenimento, cultura, entre outros.

Para Recuero (2012) a recriação das ferramentas pelo usuário possibilita criar e recriar relações sociais no ciberespaço. Na concepção do Facebook essa relação foi considerada e seus avanços traduzem isso. As redes sociais desequilibram no entretenimento de seus usuários por apresentarem ferramentas cada vez mais inteligentes capazes de roubar bastante tempo das pessoas durante seus acessos a Internet, aproximando-se do objetivo de proporcionar aos internautas experiências únicas.

²⁵ Tyler e Cameron recrutaram Zuckberg para projetar um programa para eles. Os dois estavam no ensino médio, mas não eram bons o suficiente para construir algo desse porte. Pediram ajuda a Zuckerberg. Motivo pelo qual acionaram a justiça alegando que Mark havia roubado sua ideia.

²⁶ Com baixo desempenho para “ficar” com garotas, Zuckerberg e sua turma precisavam saber quais eram as mais fáceis e bonitas da faculdade. Assim aumentavam suas chances. “Quando você cutucava alguém e era cutucado de volta, pelo menos para alguns, a interação tinha um significado claramente sexual. Afinal, aquilo era uma faculdade”. (KIRKPATRICK, 2010, P. 40).



Com a inclusão de recursos para fotos, vídeos, textos, o *Facebook* engoliu sites como *Orkut*²⁷, anexou a potencialidade do *Twitter*, disponibilizou a inserção de vídeos e o compartilhamento de vídeos hospedados em outros sites como *YouTube*. Ganhou *status* de miniblog por permitir a inserção de textos curtos ou longos. A ferramenta se equipou ao longo dos anos e chegou ao topo em 2014 como o site²⁸ mais acessado do mundo.

Seguindo o pensamento de Recuero (2012) em seu livro “Conversação em Rede”, compreende-se que os grupos sociais se apropriam das ferramentas digitais para que aconteça a conversação, transformando-a, em ferramenta de acordo com suas necessidades. Para os jornalistas que atua no ciberjornalismo, o Facebook não é só uma rede de maior alcance universal, é também a que mais disponibiliza recursos que podem ser usados na atividade jornalística.

É importante pensar que, ao longo dos anos, o uso do *Facebook* de forma objetiva, tem sido adotado como parte das estratégias de várias empresas de comunicação no Brasil. O Facebook, em sua história, teve 100 milhões de usuários em nove meses, crescendo mais rápido do que a televisão, que no seu início, teve 50 milhões de telespectadores em 13 anos; o rádio, 50 milhões em 38 anos; a internet, 50 milhões em quatro anos²⁹.

Crucianelli (2010) em “Ferramenta Digitais para Jornalistas”, deixa bem claro que na ferramenta *Facebook*, um ponto forte a favor do jornalista é a interação com o público. Seria como Recuero defende sobre usar a ferramenta para iniciar um diálogo conversacional.

A produção em massa de entretenimento e informação chegou ao patamar de sobrecarregar a mente humana (LÉVY, 1999) sobre o que considera ser dilúvio de informações. As redes sociais surgiram como novas possibilidades de se comunicar. Os

²⁷ No início de 2012 o Orkut foi ultrapassado pelo Facebook que se tornou a maior rede social no Brasil, durante o mês de dezembro de 2011, segundo dados da comScore divulgados em janeiro. Pesquisa da companhia mostrou que a rede fundada por Mark Zuckerberg atraiu 36,1 milhões de visitantes durante o período, superando os 34,4 milhões registrados pela rede social do Google.

²⁸ <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1531715-6174,00-FACEBOOK+ULTRAPASSA+GOOGLE+EM+RANKING+DE+SITES+MAIS+ACESSADOS+NOS+EU A.html>> Acessado em 11 de março de 2014.

²⁹ Informação acessada no site: www.tecmundo.com.br/rede-social/15267-14-estatisticas-insanas-sobre-redes-sociais.htm



sentimentos ganharam força através desse mundo paralelo, onde os *emoticons*³⁰ se encarregam de demonstrar o sentimento das pessoas do outro lado (ROCHA, 2014). No mundo virtual os avatares³¹, as múltiplas personalidades e novas identidades são criadas e veneradas. Conversas pessoais com presença física já não são mais realizadas.

Para Rocha (2014), o *Facebook* é uma ferramenta com grande potencial de uso e isso inclui os diversos ramos onde ele pode ser empregado. Mas todo esse dinamismo também apresenta desvantagens: é apenas uma ferramenta em que o usuário é quem a alimenta com conteúdo.

5 — REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- COMM, Joel. **O poder do Twitter: estratégias para dominar o mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez**. São Paulo. Editora Gente, 2009.
- CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas Digitais para Jornalistas**. Rio de Janeiro, 2010.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo. Contexto, 2008.
- KIRKPATRICK, David. **O efeito Facebook**. Rio de Janeiro. Intrínseca, 2011.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MEZRICH, Ben. **Bilionário por acaso: a criação do Facebook**. Rio de Janeiro. Intrínseca, 2010.
- PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo. Summus, 2003.
- RECUERO, Raquel. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais**. UFBA, 2003.
- _____, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre. Sulina, 2009.
- _____, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet**. Porto Alegre. Sulina, 2012.
- ROCHA, Glauco Capper da. **O Impacto da divulgação de notícias utilizando o Facebook: case do site da Universidade Federal do Acre**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Acre, Centro de Filosofia e Ciências

³⁰ Palavra derivada da junção dos seguintes termos em inglês: emotion (emoção) + icon (ícone) (em alguns casos chamado smiley) é uma sequência de caracteres tipográficos, tais como: :), ou ^^ e :-); ou, também, uma imagem (usualmente, pequena), que traduz ou quer transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Emoticon>

³¹ A palavra *Avatar* tornou-se popular entre os meios de comunicação e informática devido às figuras que são criadas à imagem e semelhança do usuário.



Humanas, Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Rio Branco, 2014.

SANTAELLA, Lúcia; LEMOS, Renata. **Redes Sociais Digitais - a Cognição Conectiva do *Twitter***. São Paulo. Paulus, 2010.

VIEIRA, Anderson. ***Twitter* – Influenciando pessoas e conquistando o mercado**. Alta Books, 2009.