

MUDANÇAS ESTRUTURAIS NA ERA DIGITAL: A PLATAFORMA DO FACEBOOK E AS DIFERENTES INTERAÇÕES COM OS JOVENS

Fellipe Eloy Teixeira Albuquerque

fellipe.elay@gmail.com

<http://lattes.cnpq.br/4338108019605747>

RESUMO

Os novos hábitos decorrentes do avanço da tecnologia somado ao crescimento populacional propiciaram o surgimento de novos métodos de interatividade, participação e compartilhamento de conteúdos. A rede internacional de computadores “conseguiu” se transformar em uma “*rede de contatos sociais*” tendo seus principais avanços tecnológicos reunidos na plataforma do Facebook, um fenômeno dos tempos modernos, o melhor representante dessa nova era cultural, a era digital.

Palavras-chave: Facebook; Interatividade; Jovens

O início

A História nos mostra como as relações humanas sofreram mudanças por causas externas e internas desde o início e isso tem ligação direta nos modos de uso e interação com o surgimento dos meios de comunicação. Ultimamente os novos hábitos decorrentes do avanço da tecnologia somado ao crescimento populacional propiciaram o surgimento de novos métodos de interatividade, participação e compartilhamento de conteúdos.

A rede internacional de computadores “conseguiu” se transformar em uma “*rede de contatos sociais*” através de anos de conquistas e inovações tecnológicas. No mundo da comunicação cada avanço contribuiu para o surgimento de um novo tipo hegemônico de era cultural: “*a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital*” (SANTAELLA, 2010, pg. 13).

Na formação comunicativa e cumulativa de reajustes e adaptações funcionais a “*cada período histórico, a cultura fica sob o domínio da técnica ou tecnologia de comunicação mais recente*” (SANTAELLA, 2010 pg.14) o que não significa necessariamente o desaparecimento total de uma tecnologia com o surgimento da próxima, porém a cultura se comporta como um organismo vivo se adaptando com o contexto e muitas vezes mantendo várias heranças culturais dos períodos anteriores.

Podemos observar como a cultura digital a qual estamos inseridos não fez com que a cultura escrita deixasse de existir, mas a incorporou na forma de mensagens de textos, como de mesmo modo o fez com a cultura impressa ao disponibilizar os “*e-books*” e jornais *on-line*, a *oral* com chamadas de voz, entre tantos outros exemplos é possível encontrarmos os resquícios de todos os períodos anteriores em alguma parte do ciberespaço.

Nesse contexto histórico e social, muitas plataformas de redes sociais se desenvolveram e alcançaram visibilidade no cotidiano das pessoas. Antonio Spadaro (2013, pg. 11) explica que “*uma rede social é constituída por um grupo de pessoas ligadas, em geral, por interesses comuns*”, não exclusivamente ligadas por intermédio do computador, “*mas também os telefones celulares, as câmaras fotográficas, os gravadores*

digitais de som: resumindo, tudo que pode fornecer conteúdos a serem compartilhados na Rede” (SPADARO, 2013, pg. 11).

Uma plataforma de rede social em especial, soube mesclar gradualmente as principais inovações disponíveis. Com as múltiplas interfaces digitais: postagem de fotos, chamadas em vídeos, troca de mensagens, anúncio de eventos, o *Facebook* se tornou um fenômeno dos tempos modernos, o melhor representante tecnológico dessa nova era cultural.

O *Facebook* ou como a tradução da palavra indica: “*livro de rostos*” (SPADARO, 2013, pg. 96), foi criado graças a um conjunto de ideias um tanto simples sistematizadas por um jovem estudante universitário de Harvard: Mark Zuckerberg. A ideia principal era substituir os “*facebooks*¹” impressos por uma plataforma digital que contivesse as mesmas informações de maneira atualizada.

A ideia de criar a plataforma, porém não se desenvolveu do nada. Antes do *thefacebook*, como foi batizada a rede social em primeiro momento, Mark Zuckerberg já havia criado o *Course Match* e o *Facemash*, entre outros softwares menos significativos.

O *Course Match* segundo David Kirkpatrick foi um projeto bastante inocente desenvolvido por Mark Zuckerberg apenas como diversão. A função dessa ferramenta “*era ajudar os alunos a escolher as matérias com base em quem já estivesse matriculado nos cursos. Você poderia clicar em um curso para ver quem estava na turma ou clicar no nome de uma pessoa para ver os cursos que ela estava fazendo.*” (KIRKPATRICK, 2011, pg. 27-28). Foi o sucesso desse software entre os estudantes que mobilizou Zuckerberg a experimentar outras ideias.

O segundo grande projeto de Zuckerberg, porém foi concebido de maneira ligeiramente ilícita, graças a uma desilusão amorosa de seu criador, “*com isso, a comunidade de Harvard teve o primeiro vislumbre do lado rebelde irreverente dele. O propósito: descobrir quem era a pessoa mais atraente do campus*” (KIRKPATRICK, 2011, pg. 31) chamou atenção do público masculino. As fotos usadas aos pares para

1 Espécie de catálogo impresso com fotos dos calouros tiradas no dia de sua chegada na universidade usado para identificação.

comparação foram apropriadas das versões digitais dos “*livros de rostos*” da rede interna da instituição.

O *Facemash* foi um sucesso, com impressionantes 22 mil acessos em duas horas, congestionou a rede, estava em todo lugar. Uma surpresa para as comunidades foi o fato de seu criador registrar simultaneamente em um *blog* o passo a passo de como criou o *Facemash* com declarações evidentes de alguém que só poderia estar embriagado. Com a mensagem de abertura: “*Nós entramos pela nossa aparência? Não. Nós seremos julgados por ela? Sim.*” (MEZRICH, 2010, pg.48) e o *link* do *site* sendo enviado por *email* de um alojamento a outro, o nome de Mark Zuckerberg ficou- por bem ou mal- conhecido por todo o campus.

A partir dessa experiência, Mark Zuckerberg foi julgado pelo Conselho de Administração Disciplinar de Harvard, condenado, acusado de sexismo e racismo por grupos de mulheres e aclamado por muitos outros como tendo “*um talento especial para fazer softwares que as pessoas não conseguiriam parar de usar*” (KIRKPATRICK, 2011, pg. 33).

Nem tudo o que é encontrado atualmente na plataforma foi pensado originalmente, mas introduzidas no decorrer das situações surgidas pelo caminho, outros aplicativos foram apropriados graças aos interesses dos seus próprios criadores, “*Mark Zuckerberg tinha uma obsessão pessoal desde os primeiros dias do Facebook*” (KIRKPATRICK, 2011, pg. 234), ele queria transformá-lo em uma plataforma para aplicativos criados por terceiros, seu antigo colaborador o convenceu que na época era cedo de mais para pensar nisso.

Abranger o acesso do serviço prestado pelo *Facebook* para além do círculo universitário foi a primeira grande ideia dos co-fundadores, mas nada se compara ao aplicativo de fotos “*parece que por mês são carregados no Facebook 700 milhões de imagens (atualmente são mais de 10 bilhões)*” (SPADARO, 2013, pg. 97), o tornando o *site* de fotos de maior tráfego da *internet*.

O mesmo aconteceu com o aplicativo desenvolvido pelos engenheiros da empresa para os usuários poderem convidar antecipadamente seus amigos para participarem de eventos agendados para acontecerem em curto ou longo prazo, por sua vez esse aplicativo foi rapidamente sendo mais usado do que o *Evite*, principal *site* usado

durante anos para essa função. Culminando com a estatística mensal de serem “*criados no Facebook cerca de 2 milhões de eventos*” (SPADARO, 2013, pg. 99).

Acredita-se que o sucesso destes dois aplicativos só foi possível graças “*a integração com o diagrama social*”² (KIRKPATRICK, 2011, pg. 235), mesmo assim foi só em agosto de 2006 que foi dado o primeiro passo para o *Facebook* se transformar em uma plataforma, desenvolvedores internos criaram a famosa *Feed* de notícias, “*só com a Feed de notícias funcionando o Facebook poderia se tornar uma plataforma bem-sucedida.*” (KIRKPATRICK, 2011, pg. 238).

Houve um alvoroço em torno do *Feed* de notícias, mas não o suficiente para diminuir o trabalho dos programadores da plataforma, o sucesso só veio por causa dos esforços de Dave Morin e Matt Cohler³ em convencer as grandes empresas de mídia internacionais a produzirem *softwares* para o *Facebook*. (KIRKPATRICK, 2011, pg. 240)

O evento denominado “*f8*”⁴ do dia 24 de maio de 2007, ficou marcado como a data em que o *Facebook* se transformaria em uma plataforma aberta para as outras empresas - dentre elas a *Microsoft* e o *iLike* - incluírem seus produtos, isso com certeza empolgou as multidões, pois não seria preciso investir muito em publicidade, a cada novo aplicativo instalado no perfil de um usuário o *Feed* de notícias avisaria seus amigos e outros usuários interessados.

Utilidades da plataforma

A globalização em si, já é um estimulante para o surgimento, desenvolvimento e consolidação de novas redes sociais, mas para tanto o sucesso de adesão pelo público de tais plataformas se dá principalmente graças ao contexto histórico e social em que o usuário está inserido: “*a globalização é política, tecnológica e cultural, tanto quanto econômica.*” (GIDDENS, 2006, pg. 21). Esse conjunto de influências entre outras, quando

2Diagrama social: segundo as palavras de Mark Zuckerberg, no sentido matemático é uma série de nós e conexões, onde os nós são as pessoas e as conexões são as amizades.

3 Membros da equipe de Relações Públicas da empresa.

4 F8: a pronuncia em inglês proclamava sobre o “destino”[*fate*] do *Facebook* em tornar-se uma plataforma.

não interferem diretamente nos rumos das escolhas comportamentais, redireciona e deslocam de alguma maneira a construção da identidade cultural dos sujeitos.

O desenvolvimento acelerado das tecnologias da informação ajudou as relações humanas se estreitarem através o uso de redes sociais e servem como mecanismos para solução de vários problemas sociais enfrentados durante séculos pela humanidade. A globalização é entendida por alguns como: “*um complexo de processos e força de mudança*” mantendo como sua principal característica na “*compreensão espaço-tempo*”, que encurta as distâncias e amplia as sensações de eventos ocorridos no outro lado do mundo (HALL, 2011, p. 69).

No Prefácio do livro de Kirkpatrick (2011) é citado como uma destas atividades foi criada, o exemplo mais claro é do caso das passeatas motivadas por publicações de um “*Grupo*” do Facebook chamado: “*Un Millon de Voces Contra Las FARC*”, o grupo gerido por Oscar Morales em Barranquilla organizou um evento, a “*Passeata Nacional Contra as FARC*” na Colômbia em 2008:

O que se seguiu foi um dos mais extraordinários exemplos de integração alimentado pela tecnologia digital que o mundo já viu. Em 4 de fevereiro cerca de 10 milhões de pessoas saíram em passeata contra as FARC em centenas de cidades na Colômbia de acordo com estimativas da imprensa do país. Outros 2 milhões fizeram o mesmo em cidades ao redor do mundo. O movimento que começara com uma inflamada mensagem no Facebook postada de madrugada por um homem jovem frustrado, sozinho em seu quarto, levou a uma das maiores manifestações coletivas do mundo. (KIRKPATRICK, 2011, pg. 12)

No Brasil não poderia ser diferente, com cerca de 62 milhões de usuários está entre os cinco principais países do *ranking* com o maior número de adesão as rede sociais (SPADARO, 2013, pg. 93), em junho cerca de 100 milhões de pessoas seguiram em manifestações públicas organizadas, primeiro na cidade de São Paulo contra o preço da tarifa no transporte público metropolitano, e depois recebendo apoio de adeptos simpatizantes por várias cidades do restante do país, inclusive também de brasileiros residentes em cidades do exterior: Boston e Nova Iorque nos Estados Unidos, Lisboa em Portugal e Londres na Inglaterra, entre outras.

O acontecimento desestabilizou a opinião pública, tendo reflexo em todos os campos da comunicação. Também na representação artística recentemente (28/01/2014

a 16/03/2014) o ocorrido foi tema de exposição no MAM-SP (Museu de Arte Moderna de São Paulo) com o título: “140 caracteres” em referência direta ao *Twitter*, rede social consagrada pelas mensagens rápidas de até 140 caracteres.

A escolha do curador em depositar maior ênfase para esta rede social específica, não diminui a importância das outras que também provavelmente serviram como mediadoras para os encontros, dentre essas o *Facebook*, visto os dados de o “*Grupo Movimento Passe Livre*”⁵ de São Paulo contabiliza atualmente cerca de 300 mil seguidores em sua “Página de Comunidade”.

Essas ferramentas de comunicação virtual são descentralizadas e fogem ao controle, usando o anonimato e o redirecionamento como instrumentos de multiplicação da informação. Assim as manifestações iniciadas em junho aproximaram o Brasil de fenômenos políticos semelhantes ocorridos em outros lugares do mundo, como a Primavera Árabe. A mobilização política por meio da comunicação virtual está, de fato, abalando as formas de poder constituído. (CHAIMOVICH, Felipe, 140 caracteres. In: MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO. 140 caracteres. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2014, pg. 9)

O poder exercido pelo *Facebook* e por outras redes sociais em geral, esse de unir as pessoas em torno de interesses em comum, já foi tema de pesquisas para vários autores em diversas áreas do conhecimento (SPADARO, 2013, pg. 93), mas pensar apenas na parte positiva desse tipo de mediação nunca foi prioridade, Spadaro aborda alguns dos pontos negativos sobre as relações mediadas por redes sociais e nesse caso pelo *Facebook*:

O desejo de conhecer e de se fazer conhecer, a vontade de viver a amizade são necessidades “sérias” que se equilibram com o risco de confundir relações superficiais e esporádicas com amizade, comunicação de si mesmo com exibicionismo e desejo de conhecer pessoas com voyeurismo. Embora a diferença entre as primeiras e as segundas seja radical, para ser percebida é preciso ter uma educação adequada com respeito a relacionamentos e percepção de si próprio. O *Facebook*, nesse sentido, é um desafio porque, como todas as plataformas de rede social, é o mesmo tempo uma ajuda potencial e também uma ameaça para as relações. (SPADARO, 2013, pg.102)

5 Grupo Movimento Passe Livre: movimento social autônomo, apartidário, horizontal e independente, tem como princípios a luta por um transporte público de verdade, gratuito para o conjunto da população e fora da iniciativa privada.

Alguns desses pontos são observados em vários contextos da vida cotidiana, principalmente no que se diz respeito ao ambiente educacional e profissional dos jovens, refletindo em queixas dos educadores e empregadores sobre o uso indesejável do celular em ambientes. Muitas empresas desenvolvem políticas internas sobre o uso do telefone celular em horário de trabalho e para o Estado de São Paulo existe a Lei Estadual 12.730/2007 proibindo o uso na escola.

A intenção não é defender ou condenar o uso das redes sociais em ambientes e momentos inadequados, mas entender todas as possibilidades tangíveis de tal uso. Alguns chamam de *cibercultura* (SANTAELLA, 2010, *passim*) e outros de *Web 2.0* (SPADARO, 2013, *passim*) o resultado de um aglomerado de avanços científicos e tecnológicos em prol de uma maior aproximação, interação e integração das pessoas ao mundo digital. Muitos desses avanços são recentes, portanto com definição imprecisa.

Facebook e a cultura digital

Diferente de algumas redes sociais onde é aceitável e até plausível a criação de perfis falsos, o *Facebook* é um lugar para se expor de maneira fidedigna a imagem de si mesmo, “*portanto o Facebook serve para entrar na vida dos outros e permite aos outros entrarem na sua*” (SPADARO, 2013, pg. 102) de maneira a conhecer uma as outras e se ainda não existe criar vínculos na vida real. É uma tendência cada vez mais presente no ciberespaço a apresentação da identidade real do usuário, com isso além de confiabilidade é uma demonstração clara de abertura para interação social fora do espaço digital.

Para a melhor compreensão das interações sociais vividas na “vida real” nesse período de globalização permeada pela era digital- aquela em torno dos meios de comunicação digitais- é preciso entender o conceito dessa era, de interação de ferramentas digitais e principalmente da realidade virtual em espaços na *internet*.

Tomando como base as reflexões de Lúcia Santaella podemos considerar a *era digital* ou a *cibercultura* como sendo: aquela época onde armazenar em arquivo digital os diferentes formatos de informação e nas novas possibilidades de distribuição e difusão dos mesmos se tornou possível e acessível para todos.

Segundo Santaella (2010, pp. 59-60) a globalização por meio da cultura midiática facilita a produção e proliferação de hibridismos culturais, ela considera como peça chave para entender os “*deslocamentos e contradições, os desenhos móveis da heterogeneidade pluritemporal e espacial que caracteriza as culturas pós-modernas.*” A instabilidade causada por esses cenários culturais midiáticos pós-modernos convive com a revolução digital convertendo múltiplos dados em uma mesma linguagem.

Uma característica para definir a cibercultura é quando as condições técnicas permitem ao usuário fazer uso dos requisitos, dos produtos inteligentes e disposições geradas pelo computador, mas não apenas do computador, “*a fonte fundamental da cibercultura está no microprocessador*” (SANTAELLA, 2010, pg. 104), os *palmtops*, celulares, *notebooks* contribuíram para a criação da cultura digital, que mantém atualmente na *internet* (rede das redes) seu espaço: o *ciberespaço*.

O ciberespaço pode ser considerado como uma extensão do ambiente real (realidade virtual), onde as experiências de uma vida plena ocorrem de forma interativa e ficcional em “ambientes simulados” (SANTAELLA, 2003, pg. 99). Alguns desses ambientes simulados pela internet no ciberespaço podem facilmente além de gerar experiências, suprir necessidades e preencher lacunas de uma vida real.

O *Facebook* está inserido exatamente nessa revolução da *internet*, permitindo a agregação de pessoas ligadas real ou potencialmente por algo específico. A capacidade de desenvolvimento é o que distingue esta plataforma das demais redes sociais: “*tem maior valor e sucesso por que é alto o número potencial de novos “amigos” que se pode encontrar e daqueles que já se conhece*” (SPADARO, 2013, pg. 95)

Essa distinção talvez seja uma das causas da leve descaracterização da ferramenta, estudos estatísticos revelam como cada vez mais a faixa etária dos usuários vem aumentando e também com a tendência de não se negar a amizade para quem a peça, nesse último aspecto é preciso manter um equilíbrio, com muitos amigos o usuário pode transformar o *Facebook* em um simples catálogo de endereços e se for o contrário, não faria sentido algum manter um perfil, pois o contato com esses poucos “amigos” seria frequente (SPADARO, 2013, pg. 103).

Considerações finais

A falta de equilíbrio e bom senso na realidade virtual trazem consigo consequências para a vida real, aparentemente o contato em longo prazo pode gerar efeitos e se pensarmos o fato do *Facebook* ser uma empresa que visa lucro – a publicidade está lá para não nos deixar esquecer isto- interpretaríamos esses efeitos como sendo tendenciosos a responder aos estímulos gerados pelos sujeitos por trás da comunicação. Seria assim em um paradigma teórico já suprimido por uma nova tendência caracterizada:

Na evolução que vem sendo seguida há algum tempo pelo problema dos efeitos, muda em primeiro lugar, o tipo de efeito, que não mais concerne às atitudes, aos valores, aos comportamentos de destinatário, mas é um efeito cognitivo sobre os sistemas de conhecimento que o indivíduo assume a estrutura com estabilidade, devido ao seu consumo de comunicações de massa. Em segundo lugar, muda o quadro temporal: não mais efeitos pontuais, ligados à exposição a cada mensagem, mas efeitos cumulativos, sedimentados no tempo. (WOLF, 2012, pp. 138-139)

Esse “efeito cognitivo” é motivador de um processo mais abrangente de mudanças estruturais denominado por Manuel Castell (2005) como a “*Sociedade em Rede*”, um termo para simplificar um processo histórico parecido com– se não o mesmo– a definição de *era digital* de Santaella (2010) e *Web 2.0* de Spadaro (2013), mas, a referência de Castell traz reflexões mais distintas quando relacionadas ao conhecimento e a educação nesses novos tempos

Não porque conhecimento e informação não sejam centrais na nossa sociedade. Mas porque eles sempre o foram, em todas as sociedades historicamente conhecidas. O que é novo é o facto de serem de base microelectrónica, através de redes tecnológicas que fornecem novas capacidades a uma velha forma de organização social: as redes. As redes ao longo da história têm constituído uma grande vantagem e um grande problema por oposição a outras formas de organização social. (CASTELLS, 2005, pg. 18.)

Nesse texto conseguimos identificar o surgimento da plataforma, suas funções e principais usos, a plataforma foi criada por um pequeno grupo de estudantes, mantinha como publico alvo os estudantes, só depois foi aberta para acesso ao público em geral; o número de usuários não estudantes vem aumentando (SPADARO, 2013, *passim.*)

O fato dos usuários não considerados como sendo o público alvo dessa plataforma vir aumentando é um dado estatístico inusitado, mas reflete a transformação social vivida desde há duas décadas: os meios de comunicação chegaram a toda parte do mundo, se difundindo de forma desigual (CASTELLS, 2005, pg. 17).

O pesquisador português Manuel Castells afirma “*a tecnologia não determina a sociedade: é a sociedade*” reforçando ainda sobre o aumento na contramão destes novos perfis de usuários “*a sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias*” (CASTELLS, 2005, pg. 17). Uma resposta para isso pode estar no fato de pais criarem seus perfis no *Facebook* para ficarem sabendo das ações dos filhos, e esses para não correrem esse risco- de serem vigiados pelos pais- excluem suas contas.

Sendo assim, a mudança mais importante na era digital está na estrutura comportamental, as demais redes sociais juntamente com o *Facebook* exigem dos seus usuários que eles mesmos produzam os conteúdos, compartilhem, divulguem, consumam e o melhor de tudo: escolham com quem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BEHAR, Maxim. *111 regras no Facebook*. São Paulo: Leopardo; 2011.
- CANCLINI, N. G. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 2011.
- GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrolado: o que a globalização está fazendo de nós*. -5ª Ed.- Rio de Janeiro: Record, 2006.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. - 11ª. ed., 1 reimp.- Rio de Janeiro: DP&A, 2011.
- KIRKPATRICK, David. *O efeito Facebook: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.
- MEZRIH, Ben. *Bilionários por acaso: uma história de sexo, dinheiro, genialidade e traição*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.
- MORIN, E. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. - 2ª. ed.- São Paulo: Cortez; Brasília, DF : UNESCO, 2000.
- MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO. *140 caracteres*. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2014.
- SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. - 4ª ed.- São Paulo: Paulus: 2010.
- SPADARO, Antonio. *Web 2.0: redes sociais*. São Paulo: Paulinas, 2013.
- WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. - 6ª. ed.- São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

VIDEOGRAFIA

A Rede Social. Direção de David Fincher. Produção de Scott Rudin; Dana Brunetti; Michael de Luca; Ceán Chaffin. Roteiro: Aaron Sorkin. Música: Trent Reznor; Atticus Ross. Eua: Sony Pictures, 2010. (121 min.), DVD, son., color. Legendado.

TVCULTURA. *Programa Roda Viva| Movimento Passe Livre|17/06/2013| Bloco1;2;3 e 4*. Disponível em : <http://tvcultura.cmais.com.br/rodaviva/roda-viva-movimento-passe-livre-17-06-2013> Acesso em 20 abr. 2014.

WEBGRAFIA

CASTELLS, M. e CARDOSO, G. *A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política*, Conferência promovida pelo Presidente da República, 4 e 5 de Março de 2005 | Centro Cultural de Belém – Portugal. Disponível em: http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf Acesso em 02 fev. 2014.

COELHO, Alexandra L. *Brasil na rua (1): do Movimento Passe Livre aos anarquistas do Black Bloc*. Disponível em: <http://blogues.publico.pt/atlantico-sul/2013/08/12/o-brasil-na-rua-i-do-movimento-passe-livre-aos-anarquistas-do-black-bloc/> Acesso em 20 abr. 14

G1 SÃO PAULO. *Saiba mais sobre os protestos em SP contra aumentos de ônibus e Metrô*. Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/06/entenda-os-protestos-em-sp-contr-aumento-das-tarifas-do-transporte.html> Acesso em 15 abr. 2014.

MILAGRE, José A. *É legal a proibição de celulares nas escolas do Brasil?* Disponível em: <http://jus.com.br/artigos/12716/e-legal-a-proibicao-de-celulares-nas-escolas-do-brasil> Acesso em 20 abr. 2014.

UOL NOTÍCIAS TECNOLOGIA. *Facebook tem 1,23 bilhão de usuários mundiais; 61,2 milhões são do Brasil*. Disponível em:

<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/afp/2014/02/03/facebook-em-numeros.htm> Acesso 24 abr. 2014.

UOL NOTÍCIAS TECNOLOGIA. *Facebook faz 10 anos e chega à maturidade como máquina de gerar publicidade*. Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/afp/2014/02/03/facebook-faz-10-anos-e-chega-a-maturidade-como-maquina-de-gerar-publicidade.htm> Acesso em 24 abr. 2014.

SOBRE O AUTOR/ A AUTORA: Possui graduação em Licenciatura Plena em Educação Artística pelo CEUNSP- Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio- Itu/SP, estudante no Curso de Especialização Cultura e Meios de Comunicação: uma abordagem teórico-prática, em nível de Pós-Graduação *Lato Sensu*, do SEPAC em convênio com a PUCSP-COGAE; Professor de Educação Básica II- Arte, pela Secretária da Educação do Estado de São Paulo.