

O PAPEL DOS GRUPOS DO *FACEBOOK* NA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA (APOIO UNIP)

Aluna: Carla Daniéli de Vito

Orientador: Prof. Danilo Leme Bressan

Curso: Comunicação Social - Publicidade e Propaganda

Campus: Bauru

Este trabalho obteve todo o embasamento crítico com base em pesquisas bibliográficas e seu principal objetivo é discorrer e analisar o impacto dos grupos do *Facebook* na comunicação atual. Com o passar dos anos, a comunicação se transformou e a popularização da *web 2.0*, os avanços tecnológicos e a globalização são os principais responsáveis. Em especial, a expansão da Internet provocou diversas mudanças, quebrou protocolos e possibilitou que seus usuários atuassem igualmente como receptores e produtores de conteúdo - mensagens estas que são transmitidas em sua maioria por intermédio das Redes Sociais. Partindo da criação do *Classmates*, passando pelo *MySpace* e *Orkut*, a maior atualmente é o *Facebook*; com cerca de 2 bilhões de usuários e diversos recursos. Um dos mais utilizados é a criação de grupos, estes podem ser criados por qualquer usuário, sobre qualquer tema e com isso pessoas com interesses em comum participam por meio de postagens, vídeos e fotos. De acordo com o criador, Mark Zuckerberg, a tendência agora é que a Rede priorize *posts* que estimulam o debate, logo os grupos ganham maior destaque, pois seus conteúdos influenciam os membros por meio da interatividade. Inúmeros recursos foram adicionados, como o “*Watch Party*” e o “*Insight de Grupos*”, atualmente, analisa-se uma maneira de monetizar essas comunidades. Os grupos de “Compra, vende e troca” expandiram e originaram um espaço exclusivo, o “*Marketplace*”. Ademais os grupos destinados à comédia e a entretenimentos também se mostram relevantes, com alguns chegando a mais de 1 milhão de membros.