

Redes Sociais, na Internet! (1)

Uma rede social é uma estrutura social feita de **nós** (ou pontos de junção/intersecção, que são geralmente indivíduos ou organizações) que estão relacionados por um ou mais tipos de interdependência, tais como valores, visões, idéias, amigos, conflitos, comércio, trocas financeiras, links na Internet, transmissões de doenças (em epidemiologia), ou linhas aéreas.

A análise de redes sociais emergiu como uma técnica nas modernas áreas de sociologia, antropologia, geografia, sociolinguística, estudos de comunicação, ciência da informação, estudos organizacionais, economia e biologia.

Mas o que queremos destacar aqui neste espaço, é o espetacular crescimento das chamadas redes sociais na Internet, um fenômeno que aqui no Brasil ganhou mais corpo através de sites como o Orkut, MySpace, dentre outros.

Neste sentido, estamos falando de **serviços de redes sociais**, que focalizam na construção de redes sociais on-line para comunidades de pessoas que compartilham interesses e atividades, ou que estão interessadas em explorar interesses e atividades de outros, o que demanda o uso de ferramentas de software.

A maioria dos serviços de redes sociais é primariamente baseada na Internet e oferece um repertório de várias maneiras de interagir com os usuários, como por exemplo, [chats](#), [serviços de mensagem](#), [email](#), [vídeo](#), [chat de voz](#), [compartilhamento de arquivos](#), [produção e manutenção de blogs](#), [grupos de discussão](#), e assim por diante.

Se há amplo interesse nestes novos serviços, não pode deixar de existir quem tenha interesse em ofertá-los: são as velhas leis de demanda e oferta operando na dimensão digital de nossas vidas contemporâneas.

E no jogo competitivo da oferta de serviços de redes sociais, dois gigantes do mundo da tecnologia de informação vêm travando uma intensa disputa: Microsoft e Google. A primeira, que está no mercado de ferramentas de aplicativos de software há mais de 30 anos, resolveu atuar no crescente mercado de serviços de redes sociais comprando há poucos dias, entre tantas coisas, 1,6% das ações do site [Facebook](#) (a rede social on-line de mais destaque nos dias atuais) por US\$ 240 milhões. A segunda, criada em 1998, e atualmente uma das mais populares, e prósperas, ferramentas de busca da Internet, resolveu criar sua própria plataforma de serviços de redes sociais (a **Google OpenSocial**) para, de certa forma, competir com o Facebook.

Mas qual é a razão desta disputa em relação ao Facebook? Em primeiro lugar, o Facebook não é simplesmente um serviço de redes sociais, como foi o Orkut na primeira geração destes serviços. Ele é uma **plataforma** para o desenvolvimento de aplicações de software on-line. E, em segundo lugar, tem tido um sucesso estrondoso: está crescendo 3% por semana, o que significa 100 mil usuários novos por dia; seus usuários estão na faixa dos 25 anos ou mais; 50% dos usuários voltam ao site a cada dia; está gerando mais de 40 bilhões de page views (visitas) por mês; e já é o sexto site de maior tráfego nos EUA!

Voltaremos a dar mais detalhes sobre estes serviços de redes sociais no próximo artigo!

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.