

# Rede social

Por: laura santana de azevedo



## Rede social

Rede Social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns. Uma das características fundamentais na definição das redes é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. "Redes não são, portanto, apenas uma outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente."1

Muito embora um dos princípios da rede seja sua abertura e porosidade, por ser uma ligação social, a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade. "Os limites das redes não são limites de separação, mas limites de identidade. (...) Não é um limite físico, mas um limite de expectativas, de confiança e lealdade, o qual é permanentemente mantido e renegociado pela rede de comunicações."2

As redes sociais online podem operar em diferentes níveis, como, por exemplo, redes de relacionamentos (Facebook, Twitter, Instagram, Google+, MySpace, Badoo), redes profissionais (Linkedin), redes comunitárias (redes sociais em bairros ou cidades), redes políticas, dentre outras, e permitem analisar a forma como as organizações



## Marketing nas redes sociais

As redes sociais criaram uma nova forma de exploração das dinâmicas de relacionamento entre as empresas e os seus clientes, o marketing nas redes sociais é mais pessoal e interativo do que qualquer outro meio, no entanto é também necessário ter em atenção de que estas novas ferramentas que surgem todos os dias são cada vez mais complexas e de difícil entendimento para o utilizador mais comum. Uma gestão profissional de marketing nas redes sociais exige o estudo e conhecimento de outras áreas como por exemplo as comunidades virtuais e as conexões.



### Formas de redes sociais

As redes sociais costumam reunir uma motivação comum, porém podem se manifestar de diferentes formas. As principais são:

**Redes comunitárias:** estabelecidas em bairros ou cidades, em geral tendo a finalidade de reunir os interesses comuns dos habitantes, melhorar a situação do local ou prover outros benefícios.

**Redes profissionais:** prática conhecida como networking, tal como o LinkedIn, que procura fortalecer a rede de contatos de um indivíduo, visando futuros ganhos pessoais ou profissionais.

**Redes sociais online:** tais como Facebook, Google+, MySpace, Twitter, Badoo WorldPlatform (normalmente estamos acostumados a redes sociais públicas, mas existem privadas. Normalmente, existem estágios de tempo em cada rede social até que se torne pública) que são um serviço online, plataforma ou site que foca em construir e refletir redes sociais ou relações sociais entre pessoas, que, por exemplo, compartilham interesses e/ou atividades, bate-papo, jogar com os amigos, entre outras funções.

Como já dito acima, existem redes sociais públicas, em que o registro está desbloqueado para todos. As privadas podem pedir o endereço eletrônico e só depois de uma resposta é que o registro fica disponível, nesse tipo de rede nem sempre são aceitos todos os tipos de pessoas. Existem ainda as redes sociais pessoais, para família ou amigos, pouco conhecidas na Internet.



Os jogos nas redes sociais[editar | editar código-fonte]  
Num curto período de tempo, apareceram os jogos especialmente feitos para as redes sociais. Estes são construídos por empresas externas, como por exemplo, a Zynga ou a EA Games. O modelo de jogo é muito diferente de um jogo convencional, os jogos presentes em redes sociais, são feitos para conseguir melhor pontuação do que os "amigos". A forma como os menus são apresentados mostra esse objetivo. As empresas não trabalham totalmente gratuitamente para esses jogos, aliás existem partes desses jogos que são pagos, como alguns itens e por vezes, níveis. Com o crescimento de grandes redes sociais, são cada vez mais as empresas que começam a criar, mediante grandes jogadores utilizarem redes sociais não só para comunicar mas para jogar.



## Análise de redes

A análise de redes sociais, surgiu como uma técnica chave na sociologia moderna. O conceito surgiu na Sociologia e Antropologia Social. No final do século XX, o termo passou a ser olhado como um novo paradigma das ciências sociais, vindo ser aplicada e desenvolvida no âmbito de disciplinas tão diversas como a antropologia, a biologia, os estudos de comunicação, a economia, a geografia, as ciências da informação, a psicologia social, a sociolinguística e, sobretudo, no serviço social.

A ideia de rede social começou a ser usada há cerca de um século atrás, para designar um conjunto complexo de relações entre membros de um sistema social a diferentes dimensões, desde a interpessoal à internacional.

Em 1954, J. A. Barnes começou a usar o termo sistematicamente para mostrar os padrões dos laços, incorporando os conceitos tradicionalmente usados quer pela sociedade quer pelos cientistas sociais: grupos bem definidos (ex.: tribos, famílias) e categorias sociais (ex.: género, grupo étnico).

Académicos como S.D. Berkowitz, Stephen Borgatti, Ronald Burt, Kathleen Carley, Martin Everett, Katherine Faust, Linton Freeman, Mark Granovetter, David Knoke, David Krackhardt, Peter Marsden, Nicholas Mullins, Anatol Rapoport, Stanley Wasserman, Barry Wellman, Douglas R. White ou Harrison White expandiram e



Em teoria, na estrutura das redes sociais os atores sociais se caracterizam mais pelas suas relações do que pelos seus atributos (gênero, idade, classe social). Estas relações tem uma densidade variável, a distância que separa dois atores é maior ou menor e alguns atores podem ocupar posições mais centrais que outros. Este fenômeno é explicado por alguns teóricos apontando a existência de laços fortes e fracos e a dos buracos estruturais onde se encontram os atores que não podem comunicar entre si a não ser por intermédio dum terceiro.<sup>5</sup>

No estudo da estrutura das redes sociais é necessário incluir as relações de parentesco de seus membros, redes sociométricas, capital social, redes de apoio, de mobilização, interconexões entre empresas e redes de política pública.

É composta por três elementos básicos:

Nós ou atores

Vínculos

Fluxos de informação (unidirecional ou bidimensional)

