

## **Panorama das Redes Sociais mais utilizadas na América Latina: Explicações e Conceitos**

CASTANHEIRA, Karol Natasha Lourenço

Mestranda em Comunicação e bolsista pela Fapesp - Unesp – Bauru - SP

KONDLATSCH, Rafael

Mestrando em Comunicação, Unesp – Bauru - SP

BRUMATTI, Vitor Pachioni

Mestrando em Comunicação, Unesp – Bauru – SP / Especialista em Antropologia – USC Bauru-SP

### **Resumo**

Na América Latina o acesso a internet está acima da média mundial, porém é possível identificar uma grande disparidade entre os próprios países latinoamericanos devido ao uso das novas tecnologias. Esses dados refletem situações sociais, econômicas e culturais de cada país que em linhas gerais interferem no acesso à informação disponibilizada nos meios de comunicação e também às ferramentas que as novas tecnologias associadas à utilização da internet possibilitam a população. Sendo assim, o objetivo deste artigo é elaborar um panorama sobre as redes sociais na América Latina. Através do método quantitativo e da pesquisa bibliográfica buscamos conceitos como sociedade informacional e o que são e como funcionam as redes sociais, para mostrar como se dá o processo de identificação na América Latina, que resulta nas escolhas dos usuários de determinados países pelas redes que irão utilizar.

**Palavras-chave:** 1)Redes Sociais 2)América Latina 3) Panorama 4)identificação

### **Conceitos: Sociedade Informacional e as Redes Sociais**

A internet, como todos os outros veículos de comunicação, busca colocar-se com sua funcionalidade dentro do contexto social de seus usuários permitindo, dessa maneira, sua sobrevivência como meio de comunicação na sociedade atual. Mas, mesmo sendo um fenômeno hegemônico, ainda é minoritário, extremamente novo e ainda inacessível a uma parte significativa da população.

As diferentes perspectivas da internet no contexto latinoamericano permitem aprofundar e detalhar uma das funções que despontam como a mais representativa a médio e longo prazo: as redes sociais. Contudo, é importante conceituar primeiro como

as novas tecnologias e a internet contribuíram para estabelecer novos paradigmas, modificando, inclusive, os relacionamentos sociais, que migram com facilidade do virtual ao real e vice-versa.

Para Castells (2003) o câmbio tecnológico que liberou todas as potencialidades das redes foi a transformação das tecnologias da informação e da comunicação, baseada na revolução da microeletrônica que teve lugar nas décadas de 1950 e 1960. Este câmbio tecnológico foi a base de um novo paradigma que se consolidaria nos anos 70 nos EUA, para difundir-se depois rapidamente por todo o mundo, dando o passo para o que se denomina “A Era da Informação”.

Castells vai mais além do conceito de informação e cria um novo termo: “Sociedade Informacional”. Para o autor, a sociedade da informação faz menção às tecnologias que tem capacidade de mudar toda uma sociedade, exigindo mais rapidez e instantaneidade nas relações e nos sistemas. Já na sociedade do conhecimento ocorre uma democratização da informação. A própria rede é global e não tem limites. Logo, a sociedade informacional teria tecnologia e conhecimento caminhando juntos, formando assim uma rede com os outros segmentos da sociedade.

Uma rede é um conjunto de nós interconectados. Os nós podem ter maior ou menor relevância para o conjunto da rede, de forma que os especialmente importantes se denominam centro. Em todo caso, qualquer componente de uma rede (incluídos os centros) é um nó, e sua função e significado dependem dos programas da rede e sua interação com outros nós. Os nós aumentam em importância para a rede quando absorvem mais informação importante e processam mais eficientemente. A importância relativa de um nó não provém de suas características espaciais, sim de sua capacidade para contribuir a eficácia da rede para lograr seus objetivos, definidos por valores e interesses programados nas redes. Quando os nós deixam de ser necessários, as redes tendem a reconfigurar-se, eliminando uns e acrescentando outros (CASTELLS, 2003, p.49).

Todavia esta sociedade em rede tende a ser dual: os que estão na rede e os que estão fora. Cebrian (1999) alerta que a velocidade dos avanços tecnológicos e sua repercussão na vida social como um todo não combina com os costumes tradicionais democráticos, que precisam de debates e da discussão prévia à colocação em prática das decisões para que de uma maneira geral, a população faça parte dessa rede e seja beneficiada ou afetada por ela.

Gomes e Maia (2008) relatam sobre o modelo centro-periferia de acesso tecnológico proposto por Anthony Wilhelm (2000), que construiu alguns níveis de acesso e utilização dos meios por parte dos usuários.

No centro da sociedade da informação estão aqueles que têm pleno acesso aos recursos como instrumentos de comunicação e informação. Em um outro nível, estão os “usuários periféricos”, que embora tenham acesso às tecnologias, utilizam-nas de maneira episódica, sobretudo para propósitos comerciais e de entretenimento. Na terceira camada, estão aqueles que têm “acesso periférico”, que podem ter o próprio computador, mas não estão conectados à rede e dependem de acesso público. Por fim, estão os chamados “imunes ao progresso”, que nunca usaram o computador, não dispõem da educação necessária para fazê-lo e encontram-se irremediavelmente excluídos (WILHELM apud GOMES e MAIA, 2008, p.284).

Apesar dessa configuração de inclusão/exclusão digital, podemos afirmar que a internet, por sua arquitetura descentralizada, inaugurou novos espaços de reivindicação e de encontro, possibilitando o desenvolvimento de novas vozes de resistência e formas de aglutinação, que podem ser trabalhadas em âmbito global. Castells (1999) aponta para o uso da internet como ferramenta essencial para disseminar informações, organizar e mobilizar, e reconhece uma nova forma de comunicação mediada pelas novas tecnologias.

Como afirma Martino (2005, p.34) “as duas últimas décadas do século XX celebraram as tecnologias da informação e sua conseqüente cultura de uma comunicação tanto mais midiática quanto mais tecnológica e mundializada”.

Machado (2002, p.227) reforça este pensamento afirmando que

[...] as alterações cotidianas provocadas pelas novas tecnologias da informação e a emergência de um processo dialógico, converte o antigo receptor passivo em sujeito de novas informações agitando o universo da cultura, das linguagens e dos códigos que, em relação, se ampliam e se diversificam.

## **Redes sociais**

Com o advento da tecnologia digital se estruturou uma nova forma de comunicar e uma delas se deu a partir das redes sociais na internet.

Não há como negar hoje o poder das redes sociais em difundir informação, criar laços sociais e integrar pessoas. A utilização da internet e suas ferramentas vêm se popularizando e agregando cada vez mais nós, ou atores sociais, que por sua vez, vão

(re) configurando as redes, que estão em constante mudança e sua estrutura é o reflexo das relações estabelecidas entre as conexões e os nós, que competem, cooperam e divergem entre si.

Os atores sociais são os primeiros elementos da rede social, que segundo Recuero são representados pelos nós (ou nodos). “Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como parte do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais” (2009, p.25).

Estes atores inseridos na internet, não são imediatamente discerníveis, isso se dá pelo distanciamento entre os envolvidos na interação social, principal característica da comunicação mediada pelo computador.

Assim, neste caso, trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço. Um ator pode ser representado por um weblog, por um fotoblog, por um twitter ou mesmo por um perfil no orkut. Essas ferramentas servem como espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade (RECUERO, 2009, p. 25-26).

Sibilia (2003 e 2004) e Lemos (2002b), demonstraram como alguns weblogs trabalham aspectos da “construção de si” e da “narração do eu”. A percepção de um weblog como uma narrativa, através de uma personalização do Outro, é essencial para que o processo comunicativo seja estabelecido. Aquele é o espaço do outro no ciberespaço. Através dessas construções de expressão as conexões são estabelecidas.

Por este viés, conseguimos entender que o processo de construção do eu e o compartilhamento no ciberespaço, se forma junto e a partir do processo de identificação. Acontece, que cada site social, como por exemplo: *Orkut, Facebook, Twitter, MySpace e Hi5*, possuem uma característica estrutural diferente e conseqüentemente a forma de difundir informação, criar laços sociais e relações sociais são distintas.

Recuero (2009, p.102) afirma que os “sites de redes sociais e outras formas de comunicação mediada pelo computador são os modos como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais e a manutenção dos laços estabelecidos no espaço off-line”.

Sites de redes sociais são, então, espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet e foram definidos por Boyd & Ellison (*apud* Recuero, 2009, p.102) como aqueles que permitem i) a construção de uma *persona* através de um perfil ou

página pessoal; ii) a interação através de comentários; iii) a exposição pública da rede social de cada ator. Os sites de redes sociais seriam, então, uma categoria do grupo de softwares sociais, que seriam softwares com aplicação direta para a comunicação mediada pelo computador.

Cada região ou país utilizará um determinado site social, mais do que o outro, a partir da construção da identificação da população. Isto é reforçado, pelo fato de que quanto mais atores sociais uma rede tiver, mais as chances de se construírem novos nós como a rede Sem Escalas proposta por Albert e Barabási (1999)

Quanto mais conexões um nó possui, maiores as chances de ele ter mais novas conexões. Um novo nó tende a se conectar com um nó preexistente, mas mais conectado. As redes não seriam construídas de nós igualitários, ou seja, com a possibilidade de ter mais ou menos, o mesmo número de conexões (apud RECUERO, 2009; p.67).

O perfil das redes sociais resulta também das audiências distribuídas entre as redes seguindo um critério sociocultural e idiomático. O que justifica a escolha dos usuários latinoamericanos por definir qual (ou quais) redes irão utilizar.

As conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. Sendo assim, a variação entre as conexões altera as estruturas desses grupos.

A interação seria a matéria prima das relações e dos laços sociais. A interação, é portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social.

Garton, Haythornthwaite e Wellman (apud Recuero, 2009, p.36) explicam que as relações sociais, no contexto da mediação pelo computador apresentam diferenças vitais com relação aos demais contextos. No âmbito da internet, as relações tendem a ser mais variadas, pois há troca de diferentes informações, em diferentes sistemas.

Por sua vez, os laços sociais mediados pelo computador, que estabelecem a efetiva conexão entre os agentes, costumam ser mais multiplexos, pois refletem interações acontecendo em diversos espaços e sistemas. Ou seja, uma pessoa que possui um perfil no *Orkut*, também pode fazer parte do *Twitter* e de outras redes sociais. Muitas vezes os laços acontecem a *priori* da comunicação mediada pelo computador e são eles que ajudam a definir a estrutura das redes.

### Panorama das redes sociais na América Latina

Na América Latina pode-se afirmar que a penetração da internet está acima da média mundial, atingindo o percentual de 22,6% da população com acesso à internet em contrapartida aos 21,1% da população mundial (tabela1). Analisando o panorama interno latinoamericano é possível identificar uma grande disparidade equivalente a realidade mundial (FRAGOSO; MALDONADO, 2009).

Tabela 1 – Porcentagem da população mundial por região e penetração da internet entre a população regional. Compilado de Miniwatts Marketing Group, 2008.

<i>Regiões</i>	<i>Porcentagem da população mundial</i>	<i>Porcentagem da população da região com acesso doméstico à internet</i>
África	14,3%	5,3%
Ásia	56,6%	14,0%
Europa	12,0%	48,0%
Oriente Médio	3,0%	21,3%
América do Norte	5,1%	73,4%
<b>América Latina</b>	<b>8,2%</b>	<b>22,6%</b>
Caribe	0,4%	13,2%
Oceania	0,5%	59,5%
<b>Total Mundial</b>	<b>100,0%</b>	<b>21,1%</b>

Fonte: Fragoso, Suely; Maldonado, Alberto Efendy (Org.). **A internet na América Latina**. São Leopoldo: Ed. Unisinos; Porto Alegre: Sulina, 2009. p.14.

Ao focar a atenção para o cenário interno da América Latina o que se apresenta é um grande acervo de desigualdades equivalentes ao cenário mundial de acessos, temos países como a Nicarágua que apresenta apenas 2,7% da população com acesso a internet, ou ainda o Paraguai que tem 3,9% da sua população ligadas à rede. No outro extremo temos a presença de países como o Chile que alcança o índice de 43,2% da população acessando os conteúdos online, como também a Argentina que atinge a marca de 39,7%.

Esses dados refletem situações sociais, econômicas e culturais de cada país que em linhas gerais interferem no acesso à informação disponibilizada nos meios de comunicação e também às ferramentas que as novas tecnologias associadas à utilização

da internet possibilitam a população (tabela 2). Dessa forma antes de realizar uma imersão no tema: *Redes Sociais* é preciso compreender o cenário de acesso aos meios que possibilitam a existência dessas ferramentas, bem como as disparidades apresentadas dentro dessa região tão peculiar que é a América Latina (FRAGOSO; MALDONADO, 2009).

De acordo com os autores Sassen e Sanchez (2005, *apud* Fragoso e Maldonado, 2009, p. 16), o cenário não apresenta muitas novidades:

[...] nunca existiu uma realidade latino-americana – apenas realidades híbridas e contingentes que fluem das interações históricas específicas que ocorrem dentro de formações sociais específicas e suas respectivas articulações com a economia mundial.

Tabela 2 – Porcentagem da população da América Latina por país e penetração da internet entre a população regional. Compilado de Miniwatts Marketing Group, 2008.

<i>País</i>	<i>Total de usuários com acesso doméstico à internet</i>	<i>Porcentagem da população com acesso doméstico à internet</i>
Argentina	16.000.000	39,7%
Bolívia	580.000	6,4%
Brasil	42.600.000	22,4%
Chile	7.035.000	43,2%
Colômbia	10.097.000	22,8%
Costa Rica	1.214.400	29,4%
El Salvador	700.000	10,1%
Equador	1.549.000	11,3%
Guatemala	1.320.000	10,4%
Honduras	344.100	4,6%
México	23.700.000	21,8%
Nicarágua	155.000	2,7%
Panamá	264.316	8,2%
Paraguai	260.000	3,9%
Peru	7.324.300	25,5%
Uruguai	1.100.000	31,8%
Venezuela	5.297.798	20,4%
América Latina	119.540.914	22,6%

Fonte: Fragoso, Suely; Maldonado, Alberto Efendy (Org.). **A internet na América Latina**. São Leopoldo: Ed. Unisinos; Porto Alegre: Sulina, 2009. p.15. Adaptado pelos autores.

A partir desse panorama é necessário compreender a participação da internet nessa região, analisando as diferenças apresentadas em suas sub-regiões e tendo como foco principal a análise da relação entre internet e redes sociais que se faz capaz de subtrair dentro desse contexto, pois a internet como meio de comunicação sempre carregou um grande número de promessas possibilitadas por suas ferramentas. Cada desenvolvimento tecnológico representa um passo à frente no desenvolvimento de novas formas de comunicação minimizando os atrasos e diminuindo as diferenças em relação às regiões mais desenvolvidas. (FRAGOSO; MALDONADO, 2009).

As redes sociais dentro da América Latina demonstram ocorrências interessantes que merecem uma análise detalhada. Como podemos ver na figura 1 existem configurações da utilização das diferentes redes sociais disponíveis, diferenças essas que a priori deixam em abertos muitas justificativas e possibilidades de explicação. A primeira é o salto significativo de número de usuários em 2009 a estimativa dos cinco maiores usuários de internet na América Latina pulou de 47,5 para 56,6 milhões, um número 19% superior (WHITE, c2010).

Numa pesquisa publicada em 2009 pela Comscore, o Brasil é a segunda nação do mundo a dedicar mais tempo às redes sociais, 6h18m diários, enquanto o México é o 11º com 4 horas. A Rússia lidera com 6h 36m.

O México, segundo dados da Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), existem 28 milhões de usuários de internet no país e 60% estão inscritos em algum tipo de rede social.

De acordo com o site Anaytics.org (WHITE, c2010) a penetração das redes sociais nos cinco maiores usuários de internet na América Latina seja de 78% entre seus usuários. Esse mesmo estudo apontou que usuários de *Orkut* acessavam a rede social pelo menos 30 vezes ao mês, enquanto o *MySpace* 16.1 vezes e *Facebook* 12.7 vezes.



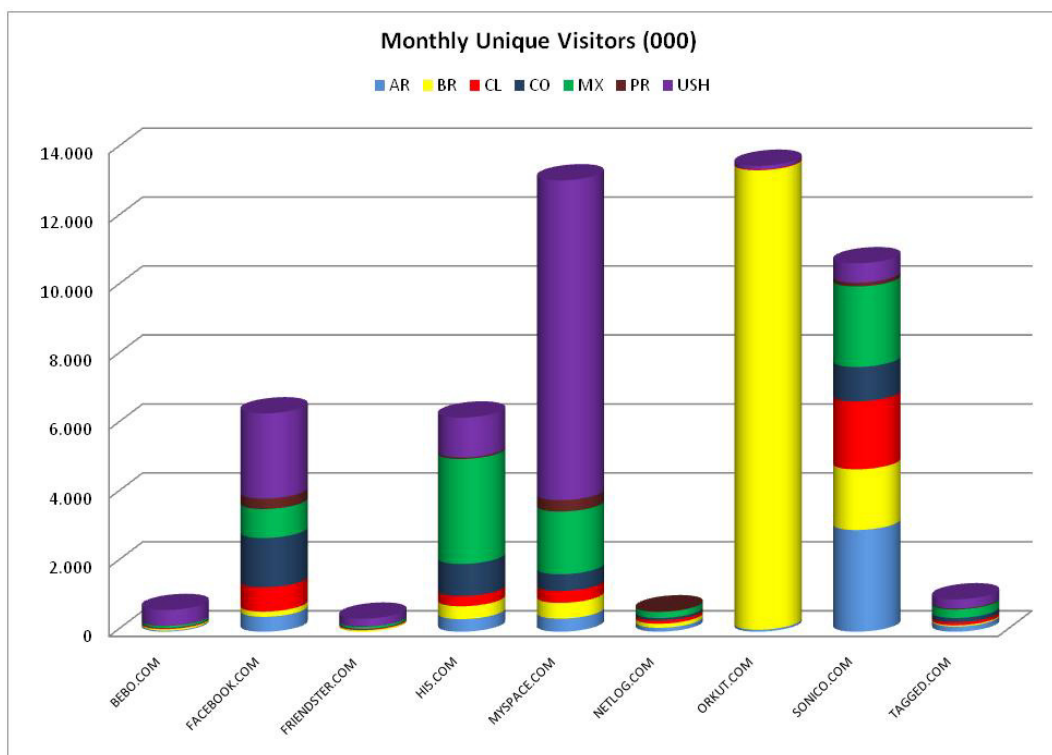


Figura 1 – Panorama das redes sociais na América Latina Fonte: <[http://www.analytics20.org/downloads/social\\_networks\\_latam\\_Whitepaper\\_IV\\_en.pdf](http://www.analytics20.org/downloads/social_networks_latam_Whitepaper_IV_en.pdf)> . Acesso em: 23, ago, 2010.

Analisando o panorama delineado na figura 1 podemos verificar quais são as redes sociais com maior presença entre latinoamericanos e quais países são responsáveis por esse cenário. As duas redes sociais que superaram a marca dos doze milhões de usuários são o *MySpace* e o *Orkut* e os principais responsáveis por essa quantidade acesso são respectivamente México e hispânicos nos Estados Unidos para o *MySpace* e o Brasil para o *Orkut*. Com isso podem-se identificar algumas características dos usuários, no México e hispânicos nos Estados Unidos temos a utilização de uma rede caracterizada por sua grande utilização de bandas e grupos musicais em ascensão.

Isso mostra uma peculiaridade cultural muito importante, a transposição para a internet de uma característica muito presente no país como um todo, sua musicalidade e a valorização da cultura local.

No Brasil sua grande participação no *Orkut* é uma fonte de hipóteses a respeito desse fato, a primeira deve-se as dimensões continentais do país e uma rede social que permite conhecer novas pessoas e manter o relacionamento com pessoas conhecidas mesmo à distância, teve uma penetração rápida por todo país e uma participação de seus

internautas. Outro ponto interessante são as possibilidades que a rede oferece, ao permitir que pessoas se organizem em comunidades virtuais com temas determinados por seus usuários e troquem informações entre si, este fato ganhou muitos adeptos entre os brasileiros.

A terceira rede social em quantidade de acesso é a *Sonico* o fato de destaque em relação à quantidade de acessos é a diversidade entre seus usuários, pois é a única rede social onde se pode afirmar haver um equilíbrio entre cinco países, Argentina, Colômbia, Costa Rica, México e Brasil, além de uma participação menor de Porto Rico e hispânicos nos Estados Unidos. A *Sonico* atinge a marca de mais de dez milhões de usuários na América Latina.

As redes sociais que figuram praticamente empatadas na quarta e quinta posição em número de acessos são *Facebook* e *Hi5*, ambas atingem a marca de seis milhões de usuários na América Latina. O ponto interessante de ambas as redes é o fato de que existe um país que detém mais de 50% dos acessos, no caso do *Facebook*, temos os hispânicos nos Estados Unidos com a maior porcentagem entre os acessos e no caso do *Hi5* temos o México com mais da metade dos acessos. Devido a proximidade geográfica e o perfil histórico de migração mexicana para os Estados Unidos podemos destacar que ambas as redes sociais atraem o mesmo perfil de usuário (WHITE, c2010).

As outras redes sociais listadas na pesquisa do site Analytics.org apresentam pouca participação na América Latina, não atingindo números expressivos de acessos (WHITE, c2010).

### **Considerações Finais**

Os avanços da tecnologia da comunicação e informação permitiram aos atores sociais exercerem a função auto-referencial, tal como empregada por Vizer (2007). Esta diz respeito ao processo de apresentação de si mesmo na sociedade, com marcas de identidade e identificação, ou seja, a forma dos atores sociais, organizações ou movimentos sociais se apresentarem perante o mundo.

Estas marcas de identificação explicam a diferença da quantidade de usuários de uma dada rede social em diferentes países da América Latina. Além dessas diferenças, vale ressaltar que o uso da internet aumentou consideravelmente na América Latina nos últimos anos, assim como o acesso às redes sociais.

Como foi apontado no texto, o número de usuários com acesso a internet em 2009 na América Latina cresceu 19%, ou seja, pulou de 47,5 para 56,6 milhões. Estes dados refletem também no número de pessoas que passaram a fazer parte de redes sociais.

As redes sociais na internet se formam primeiro a partir de sites sociais ou softwares especializados que proporcionam tecnicamente a comunicação mediada por computador. Através desses sistemas, os atores sociais passam a se conectar com outros usuários e estas conexões estabelecidas e seus elementos, como interação, laços sociais e relações sociais formam as redes sociais na internet.

Estes vínculos podem ser fracos ou fortes, por associação ou emergentes, de qualquer maneira, se dão a partir de uma identificação. Isto não quer dizer que esta identificação determine uma estrutura fixa dessa rede, afinal, os nós dessa rede cooperam, convergem e divergem entre si, reconfigurando uma nova estrutura.

Em fins práticos, este reflexo da identificação pode ser notado, por exemplo, através do grande número de usuários mexicanos no *MySpace* e dos brasileiros no *Orkut*. Os primeiros se identificam com uma rede social que propicie a eles o compartilhamento de músicas e informações, enquanto os outros se voltam mais por uma afinidade de amizades, relacionamentos e identificação com as comunidades.

Para finalizar, é importante ressaltar que os números de usuários com acesso a internet tende a crescer consideravelmente. Porém, ter acesso a tecnologia e conhecimento para operar sobre essa tecnologia, envolvem ter dinheiro para aquisição bem como aprendizagem. Portanto, a preocupação de Cebrian (1999) sobre a velocidade dos avanços tecnológicos e transformação disso em nossas vidas não ser a mesma do processo de discussão e tomadas de decisões por parte das instituições públicas e privadas é pertinente. Enquanto não forem adotadas políticas públicas que garantam o acesso comunitário quanto à capacitação (recursos educativos, cognitivos e das técnicas específicas), estamos dialogando apenas com quem está na rede e negligenciando quem está fora, o que no Brasil, representa mais de 70% da população que não tem acesso a internet frequentemente. Levando essa discussão para um panorama mais complexo como a América Latina, os números tendem a aumentar.

### Referências bibliográficas

BARABÁSI, A. L.; ALBERT, R. Emergence on Scaling in Randon Networks. **Science**, vol.286, p.509-512, 15 de outubro de 1999.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

\_\_\_\_\_. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. V.1 A sociedade em rede. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **Internet e sociedade em rede**. In: MORAES, Dênis de (org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

CEBRIAN, Juan. **A rede: Como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação**. São Paulo: Summus, 1999.

FRAGOSO, Suely; MALDONADO, Alberto Efendy (Org.). **A internet na América Latina**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. **Comunicação e democracia: Problemas & perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MARTINO, Luis. IN: CAPPARELLI, S. SODRÉ M. SQUIRRA S. (Orgs.) **A comunicação revisitada**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SIBILIA, P. **Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica do sujeito**. Grupo de Tecnologias Informacionais da Comunicação e Sociedade. XII Congresso da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação - COMPÓS, Niterói/RJ, 2003.

\_\_\_\_\_. **A vida como relato na era do fast-forward e do real-time: algumas reflexões sobre o fenômeno dos blogs**. Grupo de Tecnologias Informacionais da Comunicação e Sociedade. 2004- XIII Congresso da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação - COMPÓS, São Bernardo do Campo/SP, 2004.

VIZER, Eduardo A. **Movimentos Sociais: novas tecnologias para novas militâncias**. In: VICENTE, Maximiliano Martin. (Org.) **Mídia e sociedade – perspectivas**. São Paulo: Canal 6, 2007.

WHITE Paper IV – Social Networks In Latin America – Second Part. **Analytics 2.0**, c2010. Disponível em: <<http://www.analytics20.org/web-analytics/white-paper-iv-social-networks-in-latin-america-second-part/>>. Acesso em: 23, ago, 2010.

## APÊNDICE

### Identificando algumas redes sociais na Internet<sup>1</sup>

#### *Orkut*

O *Orkut* é um site de rede social com grande número de usuários no Brasil. O sistema foi criado por Orkut Buyyukkoken, nas horas vagas, enquanto era aluno da Universidade de Stanford e funcionário do Google, a partir de uma versão embrionária, chamada Club Nexus, desenvolvido em 2001 (Hampel *apud* Recuero). Com a aquisição do sistema e posterior lançamento pelo Google em 2004, passou a combinar características de outros sites como criação de perfis focados no interesse, criação de comunidades e, possibilita ao usuário ver os membros da rede social de cada ator.

Atualmente o *Orkut* possui um percentual de 51,16% do número total de usuários identificados como brasileiros, com mais de 20 milhões de visitantes únicos do Brasil apenas em setembro de 2008. Mais de 75% do número total de usuários do *Orkut* já foram identificados como brasileiros, mas a queda percentual refere-se menos a uma queda da base de usuários e mais a um aumento da base de usuários em outros países, como Índia.

#### *Facebook*

O *Facebook* foi um sistema criado pelo americano Mark Zuckerberg enquanto este era aluno de Harvard. A ideia era focar em alunos que estavam saindo do secundário e aqueles que estavam entrando na universidade. Lançado em 2004, é hoje um dos sistemas com maior base de usuários no mundo, não tão localizados quanto outros, como o *Orkut*.

O foco inicial era criar uma rede de contatos no momento crucial da vida de um jovem universitário: o momento em que este sai da escola e vai pra Universidade, o que nos EUA, quase sempre representa uma mudança de cidade e de novas relações sociais. O sistema, no entanto, era focado em escolas e colégios e, para entrar nele, era preciso ser membro de alguma das instituições reconhecidas.

---

<sup>1</sup> Informações retiradas do livro *Redes Sociais na Internet*: RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

O *Facebook* funciona através de perfis e comunidades. Em cada perfil é possível acrescentar módulos aplicativos (jogos, ferramentas, etc). É muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil um dos outros. O sistema tem crescido bastante em países latinoamericanos e tem atualmente, no Brasil, cerca de 360 milhões de visitas, segundo dados do *Comscore*.

### ***MySpace***

O *MySpace* foi lançado em 2003 e permite a interação com outros usuários através da construção de perfis, blogs, grupos e fotos, música e vídeo. O *MySpace* tinha o diferencial de permitir um grau muito maior de personalização do que o *Facebook* e o *Orkut*, mas isto foi superado rapidamente e apropriado pelos usuários, que passaram a criar comunidades para personalização dos perfis, com dicas e informações.

Uma das apropriações mais notáveis do sistema foi seu uso por bandas para divulgar gravações e composições de simbiose com os fãs.

### ***Twitter***

O *Twitter* foi criado pelo americano Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams ainda em 2006, como um projeto da empresa Odeo. Ele é um site popularmente denominado de um serviço de microblogging, porque permite que sejam escritos pequenos textos de até 140 caracteres a partir da pergunta: “O que você está fazendo?”

O sistema é estruturado com seguidores e pessoas a seguir, onde cada *Twitter* pode escolher quem deseja seguir e ser seguido pelos outros. Há também a possibilidade de enviar mensagens em modo privado para outros usuários.