



# Redes Sociais

Professor MSc Wylliams Barbosa Santos

[wylliams.wordpress.com](http://wylliams.wordpress.com)

[wylliamss@gmail.com](mailto:wylliamss@gmail.com)

# Seis Graus de Separação



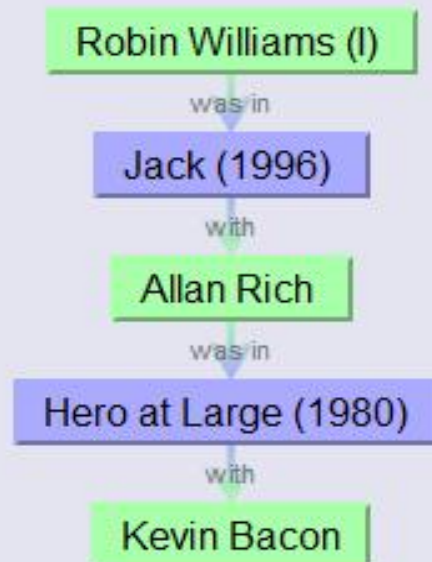
# THE ORACLE OF BACON



Welcome  
Credits  
How it Works  
Contact Us  
Other stuff »

Robin Williams (I)  
has a Bacon  
number of 2.

Find a different link



Kevin Bacon to Robin Williams (I) Find link  
More options >>

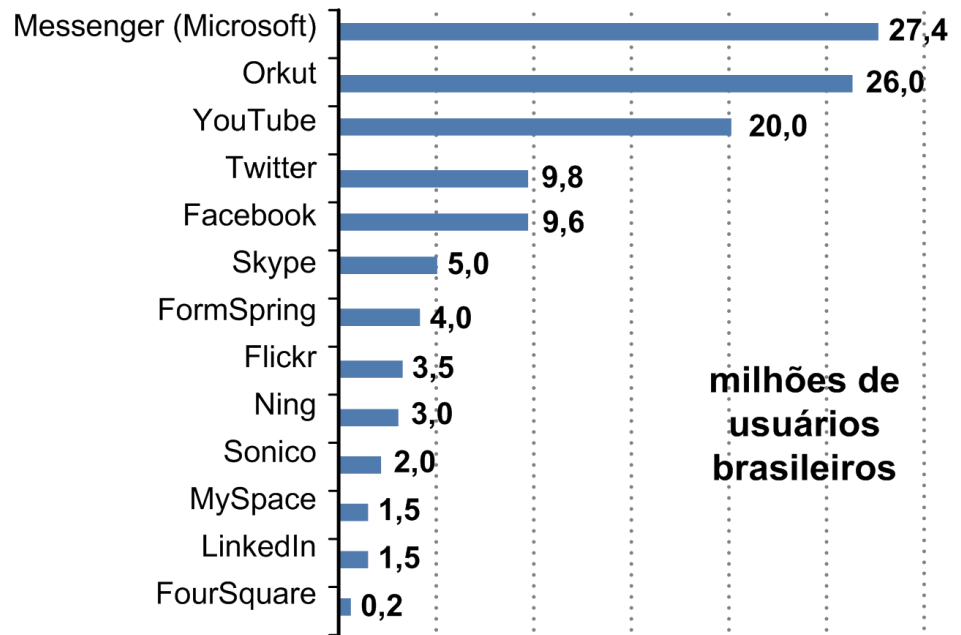
+1 0  
Tweet 0  
f +

<http://oracleofbacon.org/>

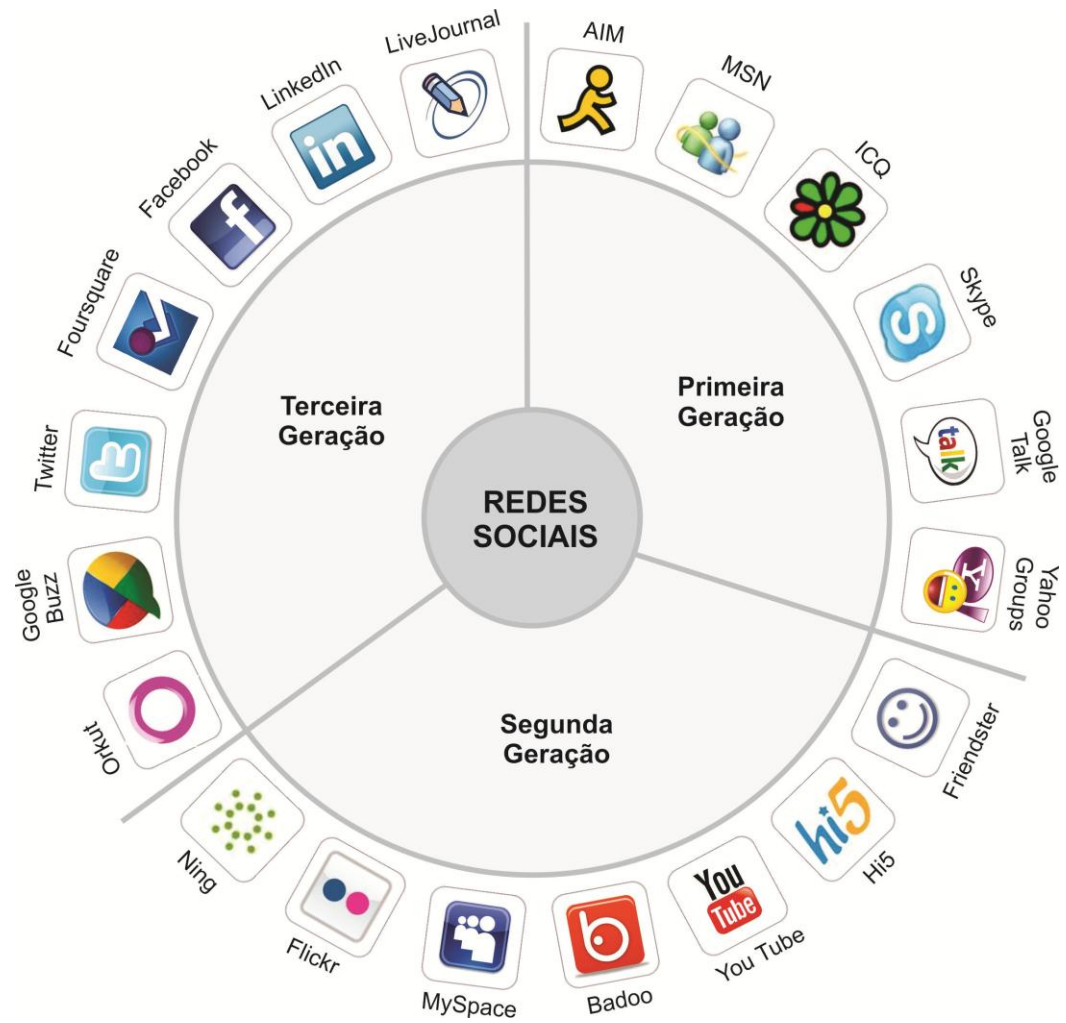
# **Redes Sociais dominam a Internet**

- Redes Sociais são as estruturas básicas de uma sociedade
- Todas as pessoas com as quais nos relacionamos fazem parte de nossa rede
- Por que a chegada destas redes mudou o cenário da Internet?
  - Independência geográfica
  - Manutenção (redescoberta) dos relacionamentos

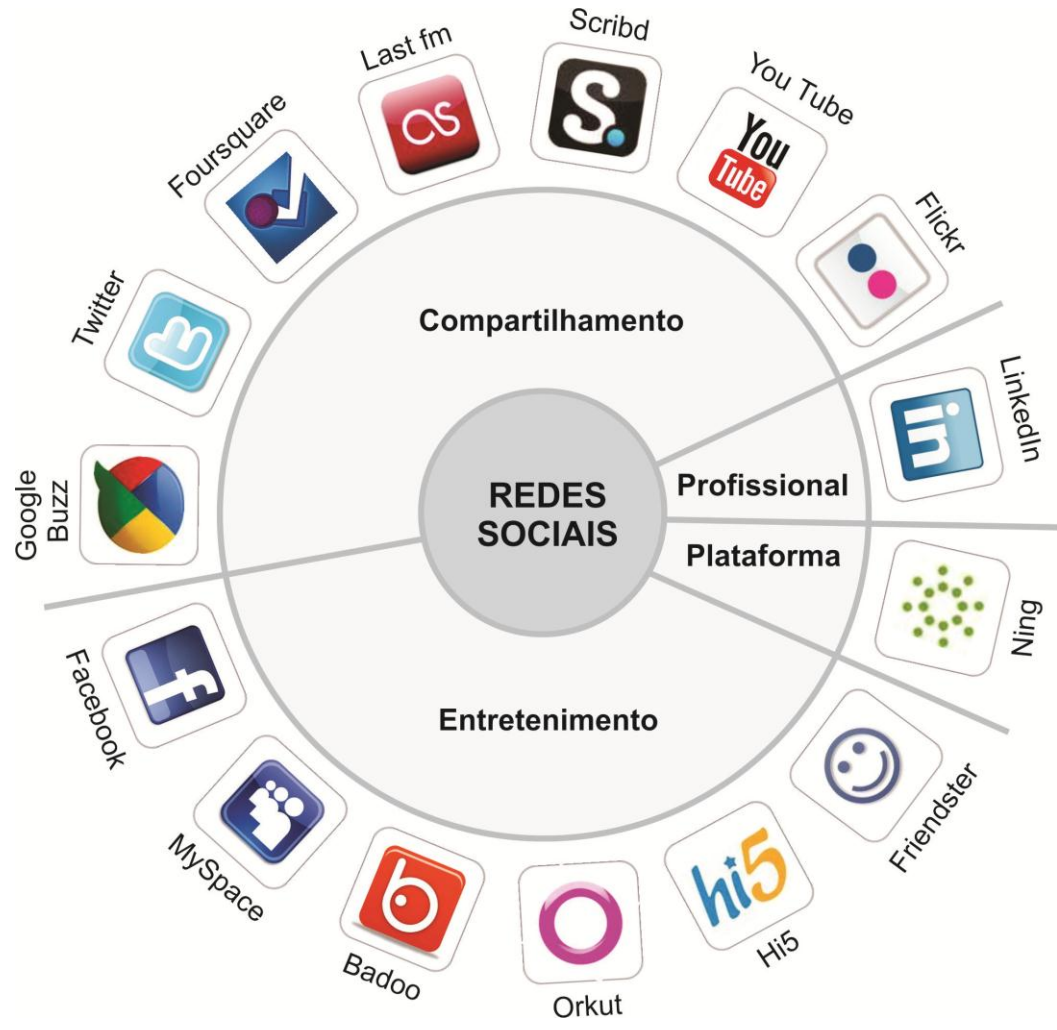
# Popularidade das Redes Sociais



# Gerações das Redes Sociais



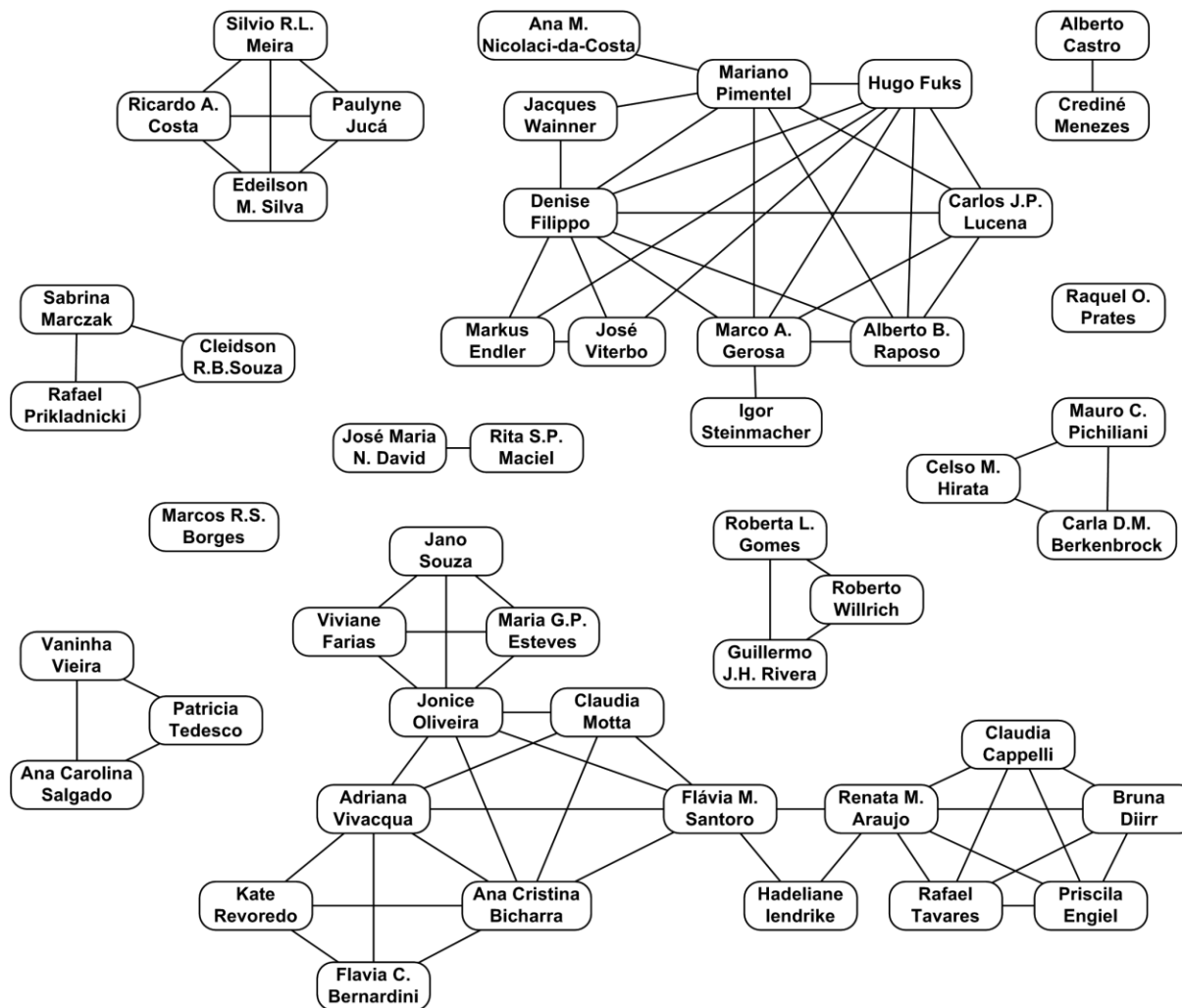
# Finalidades das Redes Sociais





# Redes Sociais dos autores

## do livro **Sistemas Colaborativos**





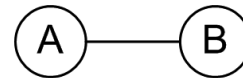
# Análise de Redes Sociais

- Sociólogos estudam as Redes Sociais para entender os relacionamentos humanos
  - A partir de 1940 os cientistas começaram a utilizar o **sociograma**
- 
1. Que informações podem ser obtidas das redes sociais?
  2. Que áreas podem se beneficiar dessas informações?

# Relacionamentos em uma rede social



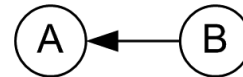
A e B não se relacionam



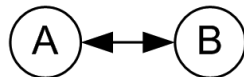
A e B possuem um  
relacionamento não-direcional



A se relaciona com B,  
B não se relaciona com A



B se relaciona com A,  
A não se relaciona com B



A se relaciona com B e  
B também se relaciona com A

# Métricas para Análise de Redes Sociais

- Caminho
  - Sequencia de nós entre dois nós de interesse
- Distância
  - Menor caminho entre dois nós
- Centralidade
  - Indica quão bem conectado esta o nó
- Popularidade
  - Quantidade de conexões que chegam ao nó
- Densidade
  - Proporção entre os relacionamentos reais e os possíveis para um nó

# Empresas e as Mídias Sociais

*“Mídias sociais são parte do caminho crítico de **tomada de decisão** dos consumidores, que, ao **buscar informação** sobre produtos, vão navegar por blogs e redes sociais, fora do ‘controle’ do dono da marca, dos produtos e seus revendedores.*

*Isso quer dizer que a estratégia das empresas tem que considerar o consumidor como um partícipe de primeira grandeza destas redes e que, não levando em conta tal situação, a estratégia da empresa e de seus produtos será externa a ela, definida de forma emergente pela rede, sem sua participação.”*

(Thomas Crampton, 2010)

# Relacionamentos entre Empresas



# Níveis de “Integração Social”

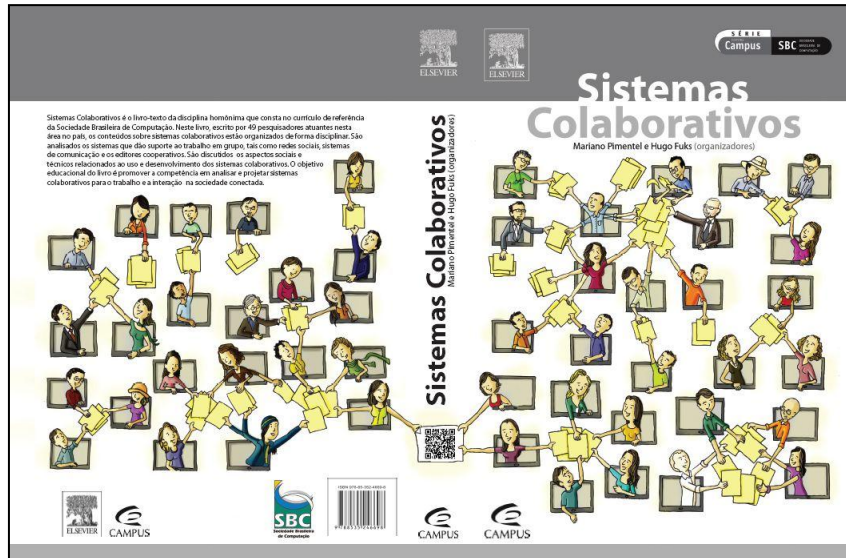
1. Sem integração social
2. Ligação sem estratégia
3. Estimula usuários a repassar mensagens
4. Experiência de marca integrada entre redes sociais
5. Agrega opiniões em seu site
6. Login social integrado
7. A empresa como uma rede social

Propostos por Jeremiah Owyang (<http://www.web-strategist.com/blog/2010/03/28/matrix-evolution-of-integration-of-social-media-and-corporate-websites/>).

# Exercício

1. Identificar 5 redes sociais, seus objetivos e principais características
2. Atividade deverá ser entregue impressa no dia 20/04/12

Outras sugestões: mendeley, corremos.



# Sistemas Colaborativos

Pimentel, M., Fuks, H. (organizadores)

Editora Elsevier/Campus/SBC, 2011

ISBN 978-85-352-4669-8

