

RELAÇÕES SOCIAIS E REDES SOCIAIS

Relação social refere-se ao relacionamento entre dois ou mais indivíduos no interior de um grupo **social**. As **relações sociais** formam a base da estrutura **social**. Já a **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 fundamentais características na definição das redes é a sua abertura, 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.

Rede ou rede social

Uma empresa, uma associação ou uma aldeia podem ser representadas como um conjunto de vínculos que unem entre si os membros do grupo. Alguns indivíduos mantêm numerosos vínculos, outros estão isolados. A rede é a configuração das relações observadas. A sua densidade, a transitividade das relações, o tamanho dos subgrupos são outras tantas propriedades desse conjunto. A estrutura da rede pode ser concebida como um constrangimento, que atua como tal sobre os comportamentos. Assim, entre os operários urbanos ingleses, E. Bott (1957) estudou a família alargada como uma rede. A mulher mantém vínculos privilegiados com a sua mãe após o casamento. Consequentemente, os dois esposos têm poucas atividades comuns. A distribuição das tarefas dentro do lar e a concepção que os cônjuges têm da família são explicadas como consequências dessa forte integração da linhagem, do lado das mulheres. Esta abordagem não se limitou ao estudo do parentesco. A noção de rede permite compreender porque é que uma localidade possui ou não a capacidade de agir coletivamente (Galaskiewicz 1979) ou como é que um desempregado reencontra trabalho (Granovetter 1973). Em vez de interpretar os comportamentos dos indivíduos a partir dos seus atributos intrínsecos (sexo, idade, qualificação, profissão...), a análise da rede toma como princípios a estrutura das relações nas quais esses indivíduos estão inseridos e põe a tónica nas modalidades de acesso aos recursos e às informações.

As redes sociais *online* podem operar em diferentes níveis, como, por exemplo, redes de relacionamentos (Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Youtube, MySpace, Badoo), redes profissionais (Linkedin), redes comunitárias (redes sociais em bairros ou cidades), redes políticas, redes militares, dentre outras, e permitem analisar a forma como as organizações desenvolvem a sua atividade, como os indivíduos alcançam os seus objetivos ou medir o *capital social* - o valor que os indivíduos obtêm da rede social.

As redes sociais online, ou simplesmente redes sociais, têm adquirido importância crescente na sociedade moderna. São caracterizadas primariamente pela autogeração de seu desenho, pela sua horizontalidade e sua descentralização.

Um ponto em comum dentre os diversos tipos de rede social é o compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e esforços em busca de objetivos comuns. A intensificação da formação das redes sociais, nesse sentido, reflete um processo de fortalecimento da Sociedade Civil, em um contexto de maior participação democrática e mobilização social. Com as diversas redes sociais, os consumidores estão em contato constante com as marcas. Este fato resulta da revolução tecnológica que, com *tablets* e *smartphones*, coloca o mundo nas mãos do consumidor, e tem, como consequência, uma revolução ao nível do *marketing* e da forma como as empresas se comunicam com os consumidores. Devido a este fenômeno, as marcas, nas mais diversas áreas de negócio, estão a perceber-se de que as técnicas de *marketing* tradicionais estão a tornar-se cada vez menos eficazes e mais dispendiosas, isto porque a segmentação no *marketing* "tradicional" é muito menos eficaz e a medição do impacto não é imediata, o que acontece com o *marketing* digital e, principalmente, com o *marketing* das 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, WhatsApp, VK, 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 é 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.