

PRÓXIMO DONO DO MUNDO

O *site* de relacionamento Facebook, fundado pelo ex-estudante de Harvard, Mark Zuckerberg, ameaça bater o Orkut e entra na mira de gigantes da Internet, como Google e Yahoo

POR JULIO DAIO BORGES

Mesmos os brasileiros que não têm acesso à Internet conhecem bem o site de relacionamento Orkut. Verdadeira febre por aqui, o Orkut transformou-se em lugar obrigatório para quem pretende construir uma base de relacionamentos – ou rede social – na Internet (e também fora dela). Contudo, um novo site desponta com força inicial típica de um fenômeno: o Facebook. Apesar de ter nascido já no longínquo ano de 2004, promete abalar o espaço conquistado pelo Orkut, a julgar pelos impressionantes números de crescimento que vem demonstrando.

No Brasil, o Facebook ainda não é amplamente conhecido - e a razão é, novamente, o Orkut. Já nos Estados Unidos, no Canadá, no Reino Unido, na Austrália, na África do Sul, na Índia, no México e em outras comunidades anglófonas dispersas pelo globo ele é o site do momento em matéria de redes sociais. Neste artigo o leitor fica conhecendo o nascimento do Facebook e a trajetória de seu fundador, Mark Zuckerberg. Acompanha também a evolução do site e de seu conceito de negócio. Por fim, o artigo especula sobre o futuro do Facebook.

O FUNDADOR E A IDÉIA. Mark Zuckerberg, o fundador do Facebook, nasceu em 1984. Não tem nem 25 anos ainda, mas já está sendo comparado a Steve Jobs, o CEO da Apple. E seu site, que nasceu em 2004 (quando Mark tinha apenas 20), já é comparado ao Google, pela velocidade com que cresce. Ambas as comparações podem soar exageradas - sobretudo no Brasil, onde poucos usam o Facebook e pouquíssimos ouviram falar de Zuckerberg -, mas quem dá crédito é a revista *The Economist*, em edição de julho de 2007.

Zuckerberg estudava em Harvard (Massachusetts) e ia se formar na turma de 2006, quando achou que todos os alunos daquela instituição tinham o direito de poder se identificar, uns aos outros, pelo rosto. Zuckerberg e alguns amigos solicitaram acesso aos dados dos alunos, e às suas fotos, mas Harvard negou. Mark Zuckerberg não teve dúvi-

da: "haqueou" o servidor da própria universidade e deu aos alunos o que eles queriam, algumas informações pessoais e fotos, muitas fotos. Foi punido por Harvard, lógico.

Em 4 de fevereiro de 2004, porém, Zuckerberg criou um site onde os próprios alunos podiam cadastrar suas informações e, logo mais, suas fotos. Compartilhando com quem desejasse - muito parecido com o Orkut, mas ainda restrito a Harvard e procurando refletir, mais fielmente, as relações da vida real (para além da "promiscuidade" dos *friends* e do conseqüente exibicionismo do Orkut no Brasil). De Harvard, nos meses subseqüentes o Facebook passou para Boston, NYU e universidades da Ivy League.

Em junho de 2004, o site transferiu seu quartel-general para o Vale do Silício. E, em dezembro do seu primeiro ano, atingiu a marca de 1 milhão de usuários. Em maio de 2005, recebeu a injeção de quase 13 milhões de dólares de capital, da Accel Partners. Em setembro expandiu sua rede de usuários do circuito universitário para as escolas, englobando o que chamamos aqui de "colegial" (lá, *high schools*). E, em dezembro do seu segundo ano, atingiu mais de 5 milhões de usuários. A essa altura, Zuckerberg abandonou seus estudos para se dedicar 100% ao site.

RUMO À GRANDEZA. Segundo números oficiais, o Facebook tem hoje quase 50 milhões de usuários cadastrados ("nosso" Orkut, em seu auge, não tinha nem 10% disso), e mais da metade deles se associa diariamente - desde janeiro de 2007, são 200 mil novos usuários por dia. O Facebook se tornou o sexto site mais acessado dos Estados Unidos; é o primeiro em *uploads* de fotos (mais de 10 milhões de imagens por dia); abrigando, ainda, mais de 6 milhões de grupos de discussão. São, para completar, mais de 5 mil "aplicações" rodando em cima da sua plataforma (imaginem - só para ter uma idéia - uma espécie de Windows "rodando" na Internet), sendo que cem novos aplicativos para o Facebook são adicionados diariamente.

Em abril de 2006, Zuckerberg conseguiu uma nova injeção de 27,5 milhões de dólares de capital, ao mesmo tempo em que lançou a versão do *site* para celular. Em maio, expandiu sua rede de usuários para o mundo corporativo, e, em agosto daquele ano, assinou um acordo que permite à Microsoft explorar toda a publicidade em forma de *banners* dentro do site.

A essa altura, o Facebook abriu sua plataforma para outros desenvolvedores externos (inspirando-se no fenômeno do *open source*) e, em setembro de 2006, há pouco mais de um ano, passou a permitir que qualquer pessoa possa participar do site (bastando, para isso, ter um endereço eletrônico). Assim, em abril de 2007, o Facebook chega a 20 milhões de usuários; em maio, lança seu Marketplace, uma espaço para anúncios e *e-commerce* entre usuários. E em outubro, também de 2007 - depois de muitos rumores de aquisição -, a Microsoft finalmente compra 1,6% do Facebook por 240 milhões de dólares, elevando o valor de mercado do site para 8 bilhões.

A não ser que seus investidores estejam errados, e também a Microsoft (que perdeu muitas oportunidades para o Google, é fato), a trajetória do Facebook soa impressionante. Mark Zuckerberg também chamou a atenção do mercado por ter se recusado a vender seu site por 1 bilhão de dólares no ano passado. Suspeitas recaem sobre o Yahoo, que teria estimado que o Facebook, em 2015, vai gerar mais de 1 bilhão de faturamento por ano (hoje gera, segundo fontes oficiais, 100 milhões/ano).

BASE CONCEITUAL. Até agora, falamos de números, de grandes números. Mas onde está a base conceitual (e a base real, digamos assim) para tamanha agitação? Os milhões (e os bilhões) de dólares fazem pensar, inclusive, em uma nova bolha, como a de 1999-2000... - a diferença, os especialistas apontam, é que estamos ainda na fase do *boom*; sendo que esse *boom*, por enquanto, é de aquisições



O GRANDE PROBLEMA DOS *SITES* QUE CRESCEM DE MAIS É QUE ELES SE TORNAM INSUSTENTÁVEIS, EM TERMOS DE INFRA-ESTRUTURA. NESSE PONTO, SÓ UMA AQUISIÇÃO – POR UM GIGANTE, COMO O GOOGLE, O YAHOO E TALVEZ A MICROSOFT – PODE CONTINUAR A SUSTENTÁ-LOS



A INTERNET É TÃO FLUIDA, EM SUAS REVIRAVOLTAS, QUE DAQUI A DEZ ANOS, TALVEZ, ESTEJAMOS DISCUTINDO A "MAIS NOVA AMEAÇA" À MICROSOFT (E AO GOOGLE), CONSTRUÍDA POR UM EMPREENDEDOR QUE HOJE É APENAS UMA CRIANÇA...

(Google, Yahoo, Microsoft...). Afinal, desde 2006 pelo menos, muita gente sabia que Bill Gates e Steve Ballmer tinham 40 bilhões no bolso e planejavam ir às compras.

A base conceitual do Facebook saiu, naturalmente, da cabeça de Mark Zuckerberg. Mark desenvolveu uma tese que pode soar mirabolante para muitos, sintetizada pela expressão, em inglês, *social graph*. Ele acredita que tudo o que fazemos na vida está determinado pelo nosso "gráfico social", algo como a "mancha" das pessoas que conhecemos, dos nossos "contatos". Em tom profético, Zuckerberg anuncia que tudo o que vamos conquistar em termos de amizades, de amor e de trabalho está previsto na nossa "mancha social", no nosso *social graph*.

O Facebook esboçaria, pela primeira vez, a "mancha social" de cada um e, potencialmente, determinaria seu futuro. Mais: se a rede de contatos de cada pessoa estiver efetivamente conectada, nenhum outro canal será mais influente do que esse - nem a mídia constituída. O *site* de Mark Zuckerberg, e seu *social graph*, pode, então, ser uma mistura de oráculo com propaganda de boca em boca.

Voltando agora para a Terra - e para a Internet -, o Facebook, nestes três anos de existência, agregou muitas das ferramentas da Web em um só lugar. Algo que o próprio Google tentou (mas ainda não conseguiu), com sua busca, seu *e-mail* (Gmail), redes sociais (Orkut), aplicações (Docs, Spreadsheets & Presentations), calendário (Google Calendar), anúncios (Google Base), leitor de feeds/notícias (Google Reader/News) e outros. Para resumir muito grosseiramente a ópera: o Facebook começou com uma base de usuários e foi acrescentando funcionalidades; já o Google tem as funcionalidades e tenta reunir, agora, seus usuários.

O Facebook, em fevereiro de 2004, começou com perfis. Em setembro do mesmo ano, criou grupos e o mural (The Wall, de recados). Em outubro do ano seguin-

te, permitiu o *upload* de fotos. Já em agosto do ano passado, criou o Notes, que funciona como uma espécie de *blog*. Em setembro, criou os *feeds* de notícias (inclusive notícias sobre os perfis no *site*). E em maio de 2007, mais uma vez, aposta no Marketplace (anúncios e e-commerce) e na Facebook Platform.

MIRANDO O FUTURO. Comparando, assim, o Google e o Facebook, os próximos anos na Internet apontariam para a integração de grandes plataformas. Evocando a corrida Windows *versus* Linux, quem possuir, na Web, o maior número de usuários, e as melhores aplicações, vai reinar absoluto. Dentro desse raciocínio, não espanta a entrada da Microsoft no jogo: Gates & Ballmer não adquiriram (ainda) o Facebook, mas, elevando seu valor de mercado, impossibilitaram a aquisição pelo Google (que - rumores indicam - pretendia desembolsar, no máximo, 2 bilhões pelo *site* de Mark Zuckerberg).

A questão que, neste momento, surge é: e o MySpace, da News Corp, de Rupert Murdoch? Sim, o MySpace antecipou muito do *frisson* em torno do Facebook, mas, depois da sua aquisição pelo *mainstream* em 2005 (e do acordo para só exibir anúncios contextuais do Google, em 2006), analistas acreditam que o *site* perdeu o fôlego em matéria de inovação. Alguma lei não escrita da Internet diz que as *startups* viram pedra depois da aquisição pelo *establishment*, e o Facebook, com Zuckerberg no comando, luta para adiar esse encontro.

O grande problema dos sites que crescem demais é que, a partir de um certo tamanho, eles se tornam insustentáveis, em termos de infra-estrutura. Nesse ponto, só uma aquisição - por um gigante, como o Google, o

Yahoo e talvez a Microsoft - pode continuar a sustentá-los. Aconteceu, por exemplo, com o YouTube, cuja largura de banda consumida, por dia, superava a da Internet brasileira inteira, por mês. Se o YouTube não fosse assimilado pelo Google a tempo, possivelmente chegaria a hora em que seus investidores não agüentariam mais pagar a conta.

O equilíbrio de um *site* de sucesso como o Facebook baseia-se em crescimento, obviamente, mas também em expectativa de mercado. Por enquanto, isso tem sido possível - e Mark Zuckerberg pode até esnoabar o Yahoo e seu bilhão de dólares... Mas o momento da escolha deve chegar, também, para o Facebook - e, então, além do Yahoo, sobrarão, sem muitas novidades, o Google e a Microsoft. O Número 1 da Internet pode, evidentemente, sustentar o Facebook, e o Número 2, também - mas e quanto a Bill Gates & Steve Ballmer?

A visão "totalizante" da Internet é uma miragem que, há mais de uma década, vem e volta. No final dos anos 1990, a mesma Microsoft pensou que iria controlar a Web vencendo a guerra dos *browsers* (contra a Netscape). A guerra foi vencida, mas hoje o Google, em valor de mercado, já é maior do que a Microsoft, e Bill Gates, provavelmente, riria da "ameaça" que, no fim do século XX, "representavam" Larry Page e Sergey Brin, então estudantes de Stanford.

O Facebook é brilhante, sua história está apenas começando. E a Internet é tão fluida, em suas reviravoltas, que daqui a dez anos, talvez, estejamos discutindo a "mais nova ameaça" à Microsoft e ao Google, construída por um empreendedor que hoje é apenas uma criança... Nesse meio tempo, vamos ficar de olho no Facebook de Zuckerberg; o site que começou, como o nome indica, como um simples "livro de rostos" de estudantes.