Jogos sociais são nova disputa de Google e Facebook

Quem pensava que os “jogos bobinhos” das redes sociais não deveriam ser levados em conta, estava redondamente enganado. Não apenas temos esses games no Facebook, mas também nas redes da Google+. Dessa maneira, a disputa entre os dois gigantes da web para atrair usuários aos seus respectivos serviços online fica mais acirrada e os anúncios rivais sobre jogos destacam um segmento que pode se tornar campo de batalha importante entre eles.

“O fato é que as pessoas gostam de jogos, e eles ocupam posição central no uso de redes sociais”, diz Jeremy Liew, sócio do grupo de capital para empreendimentos Lightspeed Venture Partners. Liew, que investiu em companhias de jogos sociais como a Playdom, adquirida pela Walt Disney no ano passado, comentou o anúncio do Google quanto aos jogos sociais.

Na quinta-feira, o Google anunciou que ofereceria, no Google+, 16 jogos produzidos por terceiros, entre os quais o Zynga Poker e o popular Angry Birds. O gigante de buscas, que anteriormente havia realizado investimento de valor não anunciado na Zynga, informou que lançaria os games gradualmente, e que o recurso estaria disponível para todos os usuários “em breve”.

Já o Facebook, que recebeu 100 produtores de jogos em um evento em sua sede na noite de quinta-feira, anunciou novos recursos que melhorarão a experiência de jogar em seu site, bem como um afrouxamento das restrições aos modos pelos quais os produtores podem comercializar seus games na rede social. As mudanças expandirão os tipos de notificação que os usuários do Facebook veem quando seus amigos estão jogando no site, atenuando restrições adotadas no ano passado que provocaram

queixas entre os produtores de jogos.

Games sociais como o Farmville, da Zynga, são uma das atividades mais populares do Facebook. O número de usuários que utilizam os jogos do Facebook a cada mês passa de 200 milhões, e a empresa recebe 30 por cento do valor das vendas de bens virtuais adquiridos como parte dos jogos.

Fonte: Terra.com.br