

UNIDADE B – NEGÓCIOS VIRTUAIS

B4 - Redes sociais com interesse empresarial (Facebook, Orkut e outros)

É entendido atualmente, com relação à Internet, que redes e mídias sociais são o conjunto de sites em que ocorre uma verdadeira participação coletiva de internautas, com várias finalidades de acesso. Neste sentido, conforme TORRES (2009) têm-se os seguintes sites, como exemplos de redes e mídias sociais:

- Blogosfera: conjunto dos blogs existentes na Internet;
- YouTube: site de compartilhamento de vídeos;
- Orkut: maior site de relacionamento do Brasil;
- Facebook: uma das maiores redes sociais do mundo, que vem crescendo no país, junto às classes A e B;
- MySpace: uma importante rede social, com participação especialmente de adeptos na área musical;
- LinkedIn: uma rede social voltada para contatos profissionais e
- Twitter: um misto de microblog, rede social, e ferramentas de comunicação, que ganhou grande visibilidade e relevância no Brasil e no mundo.

No site da WIKIPEDIA, temos uma interessante abordagem:

O conceito de **mídias sociais** (*social media*) precede a Internet e as ferramentas tecnológicas - ainda que o termo não fosse utilizado. Trata-se da produção de conteúdos de forma descentralizada e sem o controle editorial de grande grupos. Significa a produção de muitos para muitos.

As "ferramentas de mídias sociais" são sistemas online projetados para permitir a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. Eles possibilitaram a publicação de conteúdos por qualquer pessoa, baixando a praticamente zero o custo de produção e distribuição ao longtail - antes esta atividade se restringia a grande grupos econômicos.

Ainda, pela WIKIPEDIA, mostra-se que existe um uso corporativo (com interesse empresarial ou organizacional) de mídias sociais:

Várias empresas no Brasil já descobriram que as mídias sociais são poderoso instrumento de relacionamento, comunicação, vendas e até atendimento aos seus consumidores. Casos não faltam para serem analisados, como o atendimento pelo Twitter que a Sky Brasil faz para os seus assinantes; a estratégia de relacionamento e divulgação utilizada pela Rede Globo; o aproveitamento de conteúdo de blogueiros pela Editora Abril.

Para citar as diversas mídias sociais, a seguir, consta uma lista abrangente (WIKIPEDIA):

• Comunicação

- Blogs: Blogger, Wordpress
- Microblogs: Twitter, Pownce
- Redes sociais: Orkut, Facebook, LinkedIn, MySpace
- Eventos: Upcoming

• Colaboração

- Wikis: Wikipedia
- Social bookmarking / Agregadores de sites: Del.icio.us and StumbleUpon
- Social News ou crowdsourcing: Digg, Reddit, EuCurti, Rec6
- Sites de opiniões: Epinions

• Multimídia

- Compartilhamento de fotos: Flickr, Zoomr, Fotolog, Picasa
- Compartilhamento de vídeo: Videolog, YouTube, Vimeo
- Livecasting ou transmissão ao vivo: Justin.tv
- Compartilhamento de música/áudio: imeem, Last.fm, Jamendo

- **Entretenimento**

- Mundos virtuais: Second Life
- Jogos online: World of Warcraft
- Compartilhamento de jogos: Miniclip.com

As redes sociais, segundo a WIKIPEDIA, se define como:

As **Redes Sociais Virtuais** são grupos ou espaços específicos na Internet, que permitem partilhar dados e informações, sendo estas de caráter geral ou específico, das mais diversas formas (textos, arquivos, imagens fotos, videos, etc.). Há também a formação de grupos por afinidade, formando comunidades virtuais, com ou sem autorização, e de espaços abertos ou não para discussões, debates e apresentação de temas variados (comunidades, fóruns, twitter, sites de relacionamento).

Hoje as Redes sociais são responsáveis por 62% do tráfego na internet brasileira e são uma das principais formas de representação dos relacionamentos pessoais ou profissionais. As redes sociais mais populares no Brasil são (WIKIPEDIA):

- **Orkut**, rede social filiada ao Google, criada em 24 de Janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter relacionamentos;
- **Flickr**, site de hospedagem e partilha de imagens fotográficas (e eventualmente de outros tipos de documentos gráficos, como desenhos e ilustrações);
- **Facebook**, website de relacionamento social lançado em 4 de fevereiro de 2004.
- **Twitter**, rede social e servidor para microblogging que permite aos usuários que enviem e leiam atualizações pessoais de outros contatos.

Uma rede social que merece destaque é o Twitter, pois é uma ferramenta particular, misturando sistema de comunicação, *microblogging* e rede social. Uma característica é que ele tem uma penetração em equipamentos móveis, como smartphones, iPhone, BlackBerry, etc. Neste sentido (TORRES, 2009), o Twitter é uma mídia de difusão de conteúdo, auxiliando o marketing digital (de conteúdo). Exemplos de aplicações, entre tantas outras, é avisar seus clientes que haverá um evento (seminário, palestra, etc.), onde as mensagens são limitadas a 140 caracteres, porém, suficientes para uma comunicação quase síncrona de um fato que está ocorrendo e as pessoas que estão cadastradas para receberem as mensagens.



Como complemento, pelo site WIKIPEDIA, detalharemos um pouco o Twitter:

Twitter é uma rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como "tweets"), por meio do *website* do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento.

As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las. As atualizações de um perfil ocorrem através por meio de site do Twitter, por RSS, por SMS ou programa especializado para gerenciamento. O serviço é gratuito pela internet, entretanto, usando o recurso de SMS pode ocorrer a cobrança pela operadora telefônica.

Desde sua criação em 2006 por Jack Dorsey, o Twitter ganhou extensa notabilidade e popularidade por todo mundo. Algumas vezes é descrito como o "SMS da Internet".

Os sites abaixo do YouTube mostram o uso do Twitter, bem como para uso especialmente por empresas:

- Como usar o Twitter
<http://www.youtube.com/watch?v=FYwrAjataOM>
- Twitter para empresas
<http://www.youtube.com/watch?v=KvZZ5-GV1GY>
- Veja como algumas empresas utilizam o Twitter
<http://www.youtube.com/watch?v=QpJ2WEI9jQ4&feature=related>

Para utilização das redes e mídias sociais em marketing digital e fins empresariais, segundo TORRES (2009). As mídias sociais e a blogosfera podem ser utilizadas de diversas formas, no marketing de conteúdo, no marketing viral e na publicidade on-line. Mas as redes sociais devem ser necessariamente trabalhadas no marketing de relacionamento.

No marketing de relacionamento, aplicado às redes sociais, temos algumas regras a serem utilizadas:

- Assumir e mostrar compromisso de estar próximo ao consumidor e atendê-lo em suas necessidades;
- Conhecer os clientes, pois é uma ótima fonte de pesquisa sobre o público-alvo;
- Ouvir os clientes, ao interagir nas redes sociais e
- Oferecer atividades e recursos exclusivos (informações, promoções e facilidades exclusivas aos clientes).

Os alunos deverão fazer uma incursão sobre os assuntos abordados acima, para ampliarem sua visão, importância e utilização em regime empresarial, das mídias e redes sociais.

Fonte:

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital: Tudo o que você queria saber sobre Marketing e Publicidade na Internet e não tinha a quem perguntar**. São Paulo: Novatec, 2009.

http://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADdias_sociais

http://pt.wikipedia.org/wiki/Redes_Sociais_Virtuais

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>

<http://www.youtube.com/watch?v=FYwrAjataOM>

<http://www.youtube.com/watch?v=KvZZ5-GV1GY>

<http://www.youtube.com/watch?v=QpJ2WEI9jQ4&feature=related>