

OS ASPECTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DAS REDES SOCIAIS NAS EMPRESAS NOS DIAS DE HOJE.

MAIARA TROMBINI DA SILVEIRA¹
GUILHERME VIEIRA²

RESUMO - A necessidade diária de novas táticas e inserções são de extrema importância para o desenvolvimento de empresas. Com as tendências e evoluções do século XXI, deu-se início as mais variadas formas de aproximação entre o cliente e a empresa, dentre elas surgiu as Redes Sociais. Estar conectado é uma maneira de manter-se atualizado e em contato com determinadas áreas e aspectos. As empresas estão adotando formas de integrar seus produtos, marcas e promoções através das redes sociais, dando ênfase ao marketing digital e buscando resultados positivos em seus campos empresariais.

PALAVRAS CHAVES: Redes Sociais; Interatividade; Inovação.

ABSTRACT - The daily need for new tactics and new insertions are extremely important for companies development. With century XXI trends and evolutions many ways of approach between customers and companies began and among them arose Social Networks. Staying connected is a way to keep up to date and in touch with some areas and aspects. Companies are adopting ways to integrate their products, brands and promotions through social networks focusing on digital marketing and fetching positive results in their business.

KEYWORDS: Social Networks; Interactivity; Innovation.

INTRODUÇÃO

Com a evolução da tecnologia mercadológica, que garante diariamente avanços inigualáveis no campo empresarial, é indiscutível não existir contatos online via empresa e cliente. Os principais fatores que abrangem novos horizontes para o marketing digital, tornam-se cada vez mais utilizados, o que hoje é chamado de “Redes Sociais” ou “Mídias Sociais”.

As potencialidades do conhecimento, a busca por novas alternativas e perspectivas de crescimento individual e empresarial, tornam estimulantes as iniciações nas redes, aumentando constantemente o número de usuários e adeptos.

A utilização intensa por parte do consumidor, das redes sociais, está levando empresas de todos os portes, a integrar-se a esse campo, tornando possível a interatividade entre consumidor e empresa.

As empresas vêm adotando métodos de divulgação de sua marca de acordo com a ascensão de seu próprio crescimento, buscando juntamente com o setor de marketing, igualar a linguagem digital junto às demandas de interatividade e produtividade.

¹ Acadêmica do 4º Semestre do Curso Superior em Tecnologia em Produção Publicitária do Centro Universitário da Grande Dourados -UNIGRAN – Dourados - MS

² Professor orientador no Curso Superior em Tecnologia em Produção Publicitária – UNIGRAN – Dourados – MS – orientador deste artigo.

Mas junto com esses fatores positivos que constituem o marketing digital, existem problemas relacionados às redes, tratando-se muitas vezes de desperdício de tempo, má utilização e conteúdos indevidos. Até que parâmetro elas se tornam seguras mediante aos olhos do consumidor e por que muitas vezes empresas se tornam escravas delas.

Este artigo apresenta uma abordagem simples e concisa dos aspectos positivos e negativos, no ambiente empresarial quando se trata de redes sociais. Acredito que a inovação e o interesse na tecnologia torna o ser humano evoluído em seus pensamentos e objetivos, tornando-o capaz de transformar imagens, formas e letras em conteúdos agradáveis e consideráveis.

Algumas Redes Sociais e Seus Aspectos Positivos

A credibilidade no meio social determina a garantia de fatores positivos e de resultados proveitosos e satisfatórios para as empresas, tanto no fator econômico quanto no fator desenvolvimento.

A comunicação está ligada há várias misturas e tendências, com surgimentos de novas redes que agregam conhecimento e troca de informações, o cotidiano online vai se tornando normal perante a sociedade.

Redes como Facebook, Orkut, LinkedIn, Twitter, Youtube, Flickr, Blogger, Windows Live, são algumas das redes de maior ascensão e popularidade na internet.

O atual momento reflete na rede social Facebook, criada e lançada no ano de 2004 em um dormitório da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, por um estudante e mais três colegas, é hoje um fenômeno mundial, unindo usuários através da conectividade.

Conforme publicado na Revista Info (Fev.2011, p. 26):

Atualmente 72% dos 2 bilhões de internautas do mundo participam de alguma rede social, segundo a empresa de pesquisas comScore. O Facebook é a que mais cresce. A rede de Zuckerberg tem 596 milhões de usuários ativos, aqueles que retornam em menos de 30 dias, mostra o site Social Bakers, especializado em estatísticas do Facebook. Esses internautas compartilham mensalmente 30 bilhões de notícias, fotos, links e outros tipos de conteúdo. Instalam por dia 20 milhões de aplicativos, criados por uma gigantesca massa de 2,5 milhões de desenvolvedores em mais de 190 países.

O Facebook é um exemplo de site de relacionamento em que a popularidade é considerada um fenômeno e que cresce em âmbito mundial com muita rapidez, abrangendo não só determinadas idades e classes, mas um todo em si.

Empresas estão adotando e utilizando o marketing no Facebook, além de seus próprios perfis, eles têm a oportunidade de divulgar sua marca e produtos com promoções interligadas a micro-blogs, em galerias virtuais e banners onde se pode selecionar o país ao qual deseja ser exibido.

Essas inovações auxiliam no desenvolvimento da empresa, pois estimulam a busca de novas marcas, dinamizando os fatores criatividade, marketing e crescimento. As agregações das mídias sociais no cotidiano da empresa estimulam os consumidores internautas, pois começa a existir um vínculo entre o ambiente interno e o ambiente externo.

O Orkut página social a qual concentra sua principal audiência no Brasil vem perdendo força com o ritmo acelerado de novos usuários que estão migrando para o Facebook. Com tantos obstáculos no caminho da página Orkut, o Google está concentrando seu foco em novas atualizações que estão sendo realizadas frequentemente. A última inovação realizada foi no perfil onde usuários, podem ter sua foto em destaque, com tamanho maior. Foi incluso também botões como o “Like” do Facebook, no Orkut é “Gostar” com emoticons a ser escolhido e uma simplória alteração na estrutura.

O ponto forte do Orkut no país são as comunidades, existem casos de comunidades de tecnologia que ofertam vagas de estágios para os usuários, além dos fóruns que debatem temas que muitas vezes são vantajosos aos usuários. Grande parte das empresas que mantém seu perfil no Orkut, publica fotos de seus materiais, realiza campanhas promocionais, tudo para que haja pontos positivos no crescimento da empresa e lucros satisfatórios.

Conforme cita Alessandro Barbosa Lima, Diretor Geral da E.Life (Outubro / 2009):

Isso deve ser feito com cuidado, pois não basta criar uma comunidade da marca, alerta o diretor-geral da E.Life Alessandro Barbosa Lima. As ações não podem ser comerciais, pois são proibidas pelas regras do Orkut e também porque a intervenção de empresas não é bem recebida pelas comunidades de consumidores.

Outra ferramenta utilizada e que vêm se destacando é o LinkedIn, uma rede social, que propõe uma idéia diferente, é voltado para contatos profissionais, onde é possível publicar seu currículo, atualidades em sua carreira profissional, participar de fóruns ligados a sua área com debatedores e especialistas do mundo inteiro, bastando conectar-se ao site e interligando-se aos contatos procurados.

Existe atualmente muitos departamentos de Recursos Humanos de empresas que buscam seus futuros colaboradores pelo LinkedIn, onde é atribuído seu contato, suas experiências, formação acadêmica, podendo haver um contato imediato entre a empresa e o

futuro colaborador. Segundo informações do site LinkedIn (Ano 2011): “Mais de 100 milhões de profissionais utilizam o LinkedIn para compartilhar informações, idéias e oportunidades.”

A busca por novos talentos realizados pelas agências de recrutamento e *headhunters*, é algo que cresce simultaneamente, em perfis de boa apresentação, profissionais que buscam sua colocação no mercado de trabalho ou profissionais com experiência. Um trabalho de pesquisa integrado à inovação e tecnologia. O LinkedIn é um bom começo para mostrar capacidades e desenvolver bons contatos.

Aliados as redes sociais os recrutadores buscam profissionais atualizados, capazes de absorver a todas as expectativas neles impostas, com distinções potenciais, para a concretização de suas metas e projetos.

O Microblog Twitter página pessoal ou de empresa com capacidade de envio de frases de 140 caracteres vêm expandindo seu número de usuários com imensa possibilidade de ultrapassar o número de usuários de redes sociais como Facebook e Orkut.

Conforme salienta Fábio Cipriani, Gerente da Área de Consultoria de Mídias Sociais da Deloitte no Brasil (Ano 2010):

Redes Sociais, Microblogs e Blogs são as ferramentas mais utilizadas pelas empresas. Os microblogs estão próximos à liderança graças ao Twitter e devem ultrapassar as redes sociais em breve. Conforme pesquisa realizada pela Deloitte, as ferramentas mais utilizadas pelas empresas que utilizam mídias sociais: Redes Sociais (Facebook, Orkut, Redes Sociais internas etc.) – 81%, Microblogs (Twitter, Yammer etc) – 79%, Blog – 70%, Fóruns de Discussão – 43%, Compartilhamento de Foto e Vídeo – 42%, Wiki – 27%, Compartilhamento de Listas de Favoritos (social bookmarking etc) – 16%.

O Twitter apresenta uma proposta de divulgação ágil sendo utilizado como ponto de contato entre a empresa e o cliente, com postagens objetivas e claras, o qual possibilita também a colocação do link referente à própria postagem, ou seja, o índice de visitas do site, onde é exposta a notícia tende a crescer a cada publicação e acesso.

Com toda a evolução da chamada Web 2.0, em função do surgimento de comunidades e serviços em torno da internet e com o surgimento das redes sociais, uma nova profissão surge aliada a ela, chamada de Analista de Mídias Sociais, onde as empresas investem em profissionais, para cuidar de sua própria marca e imagem na web.

Salienta André Telles o CEO, da agência especializada em marketing digital Mentis Digitais, (Ano 2011):

As agências digitais começaram a surgir em 2009, ano em que o trabalho com as redes sociais começou a se profissionalizar. Eu trabalho com isso desde 2005, mas na época não existia um termo adequado para tratar desse profissional. Nem as

empresas tinham sentido a necessidade deles. Hoje, as companhias têm que estar visíveis na Internet, a marca precisa estar exposta.

Até três anos atrás a maioria das empresas mantinham bloqueado o acesso as redes sociais particulares para funcionários, hoje já é algo permitido, com restrições de horários em algumas empresas, para que não haja desperdício de tempo. As empresas que trabalham com mídia digital, normalmente ocupam a maior parte de seus tempos agregadas as redes, pois precisam pesquisar imagens, conteúdos e se manterem atentas as inovações de mercado.

O site de compartilhamento de vídeos Youtube, possibilita a postagem de vídeos com acesso direto, possibilitando os usuários cadastrados a efetuarem o compartilhamento de seus próprios vídeos com o carregamento dos mesmos e a criação de seu próprio canal.

A utilização do Youtube por parte das empresas para divulgar suas campanhas publicitárias, eventos realizados e demais vídeos, é ascendente, pois é um site no qual as pessoas buscam diversão, entretanto a quantidade de vídeos promocionais, empresariais, explicativos, só aumenta, tornando possível até mesmo o crescimento pessoal com isso.

Em sua estada no Brasil, em 2009, o Professor Emérito da Kellogg School of Management Philip Kotler, cita em Borges (Nov. 2009):

As pessoas estão se entretendo cada vez mais assistindo ao Youtube. Talvez não irão até a página de uma empresa para assistir a um comercial. Mas como as companhias não sabem quem terá ou não interesse, vale a pena veicular comerciais curtos. Os vendedores, por exemplo, poderão enviar o vídeo para os clientes. Chegaremos a um ponto em que todas as empresas, grandes ou médias, terão um vídeo no Youtube. Lembre-se que clientes insatisfeitos também podem criticar ou satirizar uma marca no Youtube. As companhias hoje têm muito menos controle sobre o mercado.

O site Flickr especialista em hospedagem e compartilhamento de imagens é muito utilizado na área empresarial por fotógrafos, designers e ilustradores. É caracterizado também como rede social, pois é autorizada a criação de perfis de usuários, com galerias, para a armazenagem de álbuns, interligando pessoas do mundo inteiro com as publicações. O Flickr assim como o Orkut, possui comunidades que integra usuários, mas com recursos mais abrangentes de acordo com o próprio site.

Outra ferramenta utilizada por pessoas comuns e empresas, são os blogs. No Brasil, um dos mais utilizados é o Blogger, produto do Google, que evolui constantemente, com layouts diferentes e opções para modificações. Com autenticidade algumas empresas apresentam suas marcas e produtos no Blogger, pois além de ser gratuito é fácil de utilizar.

O Coordenador de Informação em Projetos de Ensino a Distância, do Instituto de Estudos Avançados, Guilherme Tossulino ressalta (Ano 2009):

Outros cuidados podem ajudar qualquer profissional, estagiário ou com experiência, a evitar exposição e não prejudicar a própria imagem. Nunca participar de comunidades como “odeio meu chefe” ou “odeio trabalhar na segunda-feira”, muito comuns no Orkut. “Jamais expor fotos em situações constrangedoras e nunca fazer comentários maliciosos contra qualquer tema”, afirma. Ser moderado publicamente pode evitar interpretações equivocadas sobre o profissional.

A então hoje considerada rede social Windows Live, oferece uma série de benefícios aos usuários cadastrados, além do próprio Email, Galeria de Fotos, MSN, Movie Maker, entre outros, o site ainda possui Word, Excel e Powerpoint online e gratuito, beneficiando seus adeptos. Conforme informações do site Windows Live (Ano 2011): “Windows Live tem tudo que você precisa para se organizar e se relacionar: e-mail, bate-papo, espaço para blog e fotos, 25GB para guardar seus arquivos e muito mais.”

Muitas empresas utilizam o MSN, mantendo contato online com seus clientes e fornecedores, integrando-se a eles para divulgar seus produtos e finalizar negócios.

Fonte permanente de pesquisa, atualmente, é possível encontrar na internet blogs, redes sociais e fóruns de discussão dedicados aos mais variados assuntos e em termos mundiais. E não só para lazer, passatempo ou relacionamento social. Já é de senso comum que essas mídias podem converter-se também em importantes instrumentos de trabalho, principalmente no que se refere a pesquisas, troca de informações e resolução de problemas.

Os Aspectos Negativos

As Redes Sociais são responsáveis pela comunicação, divulgação e sociabilização entre cliente e empresa, porém seus aspectos negativos algumas vezes acabam influenciando no andamento de suas perspectivas.

De acordo com o tema do CONAREC 2010 (Congresso Nacional das Relações Empresa – Cliente) existe um comparativo:

No meio corporativo, com a utilização das mídias sociais, existe o risco de as pessoas passarem a divulgar informações confidenciais ou estratégicas, gerando problemas para suas empresas. Pode acontecer também de um simples comentário sobre futebol gerar uma situação constrangedora e até provocar a demissão de um colaborador.

As empresas podem utilizar ainda as mídias sociais de forma desleal, criando usuários falsos para elogiar seus produtos ou serviços, fazendo com que pessoas se fundamentem em falsos depoimentos.

Problemas relacionados a reclamações são constantes, principalmente tratando-se de empresas de telefonia celular e de TV a cabo, serviços de banda larga, seguradoras, operadoras de celular entre tantos outros setores. Uma crítica injusta de cliente pode se disseminar rapidamente nestas redes, sem que a empresa possa se defender corretamente.

A utilização de perfis nas redes sociais ocasiona insegurança em relação à própria privacidade e em setores de empresas. Pois quando se tem um perfil em uma rede, um computador e uma conectividade a internet, automaticamente a pessoa sentirá vontade de acessar sua conta, principalmente se for uma rede de grande abrangência e popularidade.

De acordo com a opinião de Volnei Nemitz, proprietário da Editora Nemitz Ltda, atuante no ramo de publicidade, telefonia informativa e recrutamento de estagiários, em Alegrete / RS (maio de 2011):

Um grave problema é o elevado desperdício de tempo nas redes sociais. Mas já dizia a sabedoria popular: se não pode com eles, una-se a eles. Há algum tempo (não tanto tempo assim), as organizações deixaram de discutir tão acirradamente se o acesso dos funcionários à internet, principalmente no que se refere às redes sociais, deve ser "permitido" ou "proibido".

As empresas que têm maior agilidade no processo de decisão e incorporação de mudanças perceberam que, ultrapassando essa discussão primária, está à oportunidade de aproveitar o melhor possível as novas tecnologias, pois creio que ninguém tem dúvida de que elas vieram para ficar. É um processo irreversível. E aquelas que contam com uma parcela expressiva de colaboradores pertencentes à geração Y (e daqui a uns cinco anos, à geração Z) estão sentindo isso ainda mais intensamente.

É claro que é sempre necessária uma filtragem nos dados acessados, pois se encontram na internet informações de valor e também muita coisa sem sentido, confiabilidade ou serventia. Acarretando problemas futuros não só com a rede social em si, mas podendo danificar o próprio computador, em caso de infecções por vírus.

A satisfação e o clima organizacional são muito importantes, portanto devem sempre ser buscadas alternativas à simples proibições. O trabalho por metas e objetivos, é uma boa alternativa. Neste regime são permitidos os acessos desde que o trabalho esteja em dia, proporcionando assim um ambiente agradável e de boas condições para o desenvolvimento do trabalho, otimizando bons frutos para a empresa.

Aliada as redes sociais e mantendo um controle favorável e de dinamismo juntamente aos funcionários, para que não se torne um ambiente restritivo e negativo, a empresa deve acima de tudo valorizar seus colaboradores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o tema proposto por mim neste artigo, percebe-se que os pontos positivos das redes sociais ainda estão disparados em relação aos pontos negativos. A popularidade e abrangência das mesmas tornam possíveis as conectividades entre muitos.

É com visão clara e objetiva que a evolução da internet, tornou possível a criação das redes, agregando perspectivas e conhecimentos, fazendo com que as empresas invistam nesse campo e em profissionais capacitados para a divulgação de sua marca e produto.

Em âmbito comercial considero grande positividade nas redes sociais, através delas pode-se desenvolver um trabalho de marketing digital, associado às tendências tecnológicas e evoluções mercadológicas.

Nota-se que a sociedade já está se infiltrando com muita rapidez nos serviços prestados por sites, tornando assim a possibilidade de serviços mais baratos e de fácil acesso.

É evidente que existem fatores que desvalorizam as redes em si, como sites inadequados, uso indevido da imagem ou empresa em páginas de relacionamento, publicidade mal elaborada entre outros aspectos. Mas é imprescindível que a empresa tenha um setor específico para cuidar especialmente de suas mídias, pois o favorecimento empresarial será com certeza positivo.

Ou seja, as redes sociais influenciam tanto na difusão de inovações quanto na propagação da busca por informações e conhecimentos, oportunizando o desenvolvimento social e a integração entre as pessoas.

REFERÊNCIAS

ARIMA, Kátia. Moraes, Maurício. **O Futuro da Web está no Facebook?** Revista Info, São Paulo, SP. Volume nº 300, p.26, fev. 2011.

BORGES, Sergio. **Kotler responde 10 perguntas sobre mídias sociais.** In: Kotler, Philip. Disponível em: < <http://www.midiassociais.net/2009/11/kotler-responde-10-perguntas-sobre-midias-sociais/>. Nov. 2009.

CIPRIANI, Fábio. **Mídias Sociais nas Empresas. O relacionamento online com o mercado.** São Paulo. Deloitte Touche Tohmatsu, 2010. Disponível em: <http://www.deloitte.com>. Acesso em 9 de maio de 2011, 15:35:40.

CONAREC 2010 (Congresso Nacional das Relações Empresa – Cliente), Hotel Transamérica - Av. das Nações Unidas, 18.591 - São Paulo – SP. O Lado Negativo das Mídias Sociais é

tema do CONAREC. Disponível em: <http://www.portalcallcenter.com.br/eventos/acontece/o-lado-negativo-das-midias-sociais-sera-um-dos-temas-do-conarec-2010>. (Publicado em 09 de agosto de 2010).

LIMA, Alessandro Barbosa. **Os emergentes – Dicas para utilizar melhor os benefícios do mundo virtual**. Negócio nas Redes Sociais. Revista IEL Interação, Brasília – DF, nº 207, p.16. 2009. Entrevista.

LinkedIn Corporation © 2011. **LinkedIn**. Número de Usuários. <http://br.linkedin.com>. Ano 2011.

LUIZE, Luiz Antônio. Redes Sociais – **Web 2.0 amplia possibilidades de negócios e revoluciona relações com o mercado**. Revista IEL Interação, Brasília – DF, nº 207, p.16. 2009. Entrevista.

© 2009 Microsoft. **Windows Live**. Informações gerais. Disponível em: <http://windowslive.com.br/public/windowslive.aspx/>. Acesso em 23 de maio de 2011, 12:22:15.

NEMITZ, Volnei. **Aspectos Negativos das Redes Sociais nas empresas**. Editora Nemitz. 25 de maio de 2011. Alegrete / RS. Entrevistado por Maiara Trombini da Silveira. Acadêmica do Curso Superior em Tecnologia de Produção Publicitária. Entrevista

TELLES, André. **Redes e Ebulição**. Jornal Correio do Povo, Porto Alegre, RS. Volume nº 227, Caderno Plano de Carreira, Maio de 2011.

TOSSULINO, Guilherme. Redes Sociais – **Web 2.0 amplia possibilidades de negócios e revoluciona relações com o mercado**. Revista IEL Interação, Brasília – DF, nº 207, p.17. 2009. Entrevista.