**O marketing também acontece em blogs, chats, icq, msn, orkut**
*Ricardo Prates Morais*

Por estar sempre envolvido com o trabalho e focado em desenvolver as ações costumeiras de publicidade na internet, acabei deixando de dar uma atenção maior a uma grande alternativa para execução do marketing na web. A desculpa é que nosso trabalho é focado em oferecer soluções para divulgação de sites em larga escala.

Está bem, não tão grande assim. Afinal a internet permite mais a comunicação segmentada do que a comunicação em massa. Mas o que eu quero dizer é que anúncios em banners ou e-mail ou ainda em sites de busca são voltados para conquistar a maior quantidade possível de usuários tanto a curto como a longo prazo.

Por isso, estratégias de marketing voltadas para formação de comunidades acabaram sendo relegadas a segundos planos, mesmo tendo conhecimento, já há muito tempo, que são alternativas imprescindíveis para o crescimento e afirmação de uma empresa ou marca na internet. Com uma diferença: o reconhecimento e os resultados ocorrem com o tempo. E lojas virtuais, por exemplo, não tem tempo disponível para criar comunidades, mas sim para vender.
É a força do hábito jogando contra.

Pois outro dia, estava tendo uma conversa sobre internet com um amigo, quando o rapaz, de apenas 20 anos, me falou uma coisa que fez cair a ficha: "...uma ótima forma de encontrar sites que sejam visitados pelos internautas e relacionados a diferentes temas é no Orkut." Estávamos falando sobre buscar sites segmentados para desenvolver campanhas de publicidade.

Por estar focado em desenvolver as ações mais indicadas para atrair clientes a curto e médio prazo, como POSICIONAMENTO EM SITES DE BUSCA ou CAMPANHAS DE E-MAIL MARKETING, acabei deixando de olhar par os lados e deixei de enxergar essa importante estratégia de web marketing. Eu sei que esse conceito de criação de comunidades é antigo na web, mas eu também sou. E a questão é que você vai se acostumando com aquilo que faz e diexa de prestar atenção a novidades.

Ainda bem que existem os jovens para nos ensinarem a inovar.

Sites, e-mails, ferramentas de mensagens instantâneas (ICQ, MSN, etc), videoconferência. Essas são algumas das mais populares formas de comunicação interpessoal pela internet. Mas o Orkut vem chamando a atenção de muita gente. E de muitas empresas também.

O site de comunidades Orkut é uma das principais formas utilizadas na comunicação entre pessoas identificadas com assuntos afins. Você pode criar a sua própria comunidade e outras pessoas participam. Hoje, já existem diversas empresas nacionais e internacionais presentes buscando de promover suas marcas.

Vasculhando a internet a respeito do assunto, achei esta informação em um blog: O jornal O Povo chama em matéria de página os leitores para a comunidade no Orkut do Festival Vida & Arte, promovido pelo jornal.

Ou seja, o dito Festival promovido por um dos jornais de maior circulação do Ceará e que, além de assinantes deve ter uma ótima audiência na sua versão online, utilizou o Orkut para divulgar e promover o evento.

Assim como o Orkut, o mesmo pode ocorrer com outros meios de comunicação online como blogs, chats, icq e msn. Além de serem meios muito valiosos para divulgar marcas, sites ou produtos, são gratuitos. Porém é preciso ter cuidado.

Uma das diferenças entre anunciar em um banner, por exemplo, e promover um assunto através de comunidades é que estas não são criadas apenas com esse objetivo. A intenção é reunir pessoas em torno de temas. A comunicação entre os membros do grupo é que acaba promovendo uma empresa, um produto ou uma marca. E todos esses membros acabam se tornando clientes potenciais.

Os blogs, ou diários online, começaram como uma febre juvenil, mas hoje empresas de todo o mundo estão descobrindo o seu poder sobre os negócios. Em uma edição da EXAME de final de janeiro, foram relatadas experiências de companhias como a Lego, que fez do blog um grande aliado. E também de outras, como a Kryptonite, que perderam muito dinheiro ao serem criticadas por blogueiros.

E eu que pensava que a internet se resumia a sites de buca, e-mail e banners? Preciso rever meus conceitos.

**Disponível em: <http://www.emarket.ppg.br>. Acesso em 7 mar. 2006.**