**Cresce busca por analista de mídia social**

*Gabriel Baldocchi*

*Empresas criam times para monitorar e interagir com Facebook, Twitter e Orkut; Brasil está entre mais sociáveis*

*Grupo Pão de Açúcar investe R$ 10 milhões em núcleo digital; empresas recorrem a agência de comunicação*

A liderança mundial do Brasil em audiência nas mídias sociais criou uma demanda por analistas dessas redes em várias empresas.

Três pesquisas feitas no Brasil sobre a área apontaram que as mídias sociais, como Facebook, Twitter e Orkut, estão presentes em 70% das empresas.

O levantamento da consultoria Delloite com 302 companhias mostrou que 55% delas recorreram a um profissional para cuidar exclusivamente das mídias sociais.

Doze empresas responderam ainda ter mais de cinco profissionais escalados para cuidar dos programas virtuais. Um levantamento feito a pedido Folha ao portal Catho encontrou 128 vagas para a função, com faixa salarial de R$ 510 a R$ 2.700.

O número representa crescimento de 60% em relação ao começo do ano. As vagas do site são uma fração do mercado, já que as mídias sociais são usadas como ferramenta de recrutamento e muitos postos são preenchidos por meio dele.

No Grupo Pão de Açúcar, o reconhecimento da relevância do tema foi oficializado com a criação de uma área específica, em fevereiro. O núcleo GPA Digital tem seis profissionais e prevê investimentos de R$ 10 milhões até o final do ano.

"Com o crescimento das redes de relacionamento e a evolução da forma como as pessoas se relacionam com as empresas e marcas, entendemos a necessidade de promover uma maior interação do grupo com o meio digital", declarou o vice-presidente do grupo, Hugo Bethlem, sobre a área de mídias sociais.

Medição feita pelo Ibope Inteligência em parceria com Worldwide Independent Network of Market Research apontou o Brasil como um dos dez países mais "sociáveis" do planeta. Programas de relacionamento alcançam 87% dos quase 37 milhões de usuários ativos.

**LUCRO NA DELL**

O argumento que fundamenta maior mobilização de profissionais na área é o reflexo de resultados de ações com as ferramentas, como o anúncio da Dell americana de que promoções no Twitter geraram lucro de US$ 6,5 milhões.

As agências de comunicações também faturam com a demanda. No escritório da agência Digital, o número de analistas de mídias sociais saltou de apenas um em 2007 para os 19 atuais.

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 5 ago. 2010, Mercado, p. B5.**