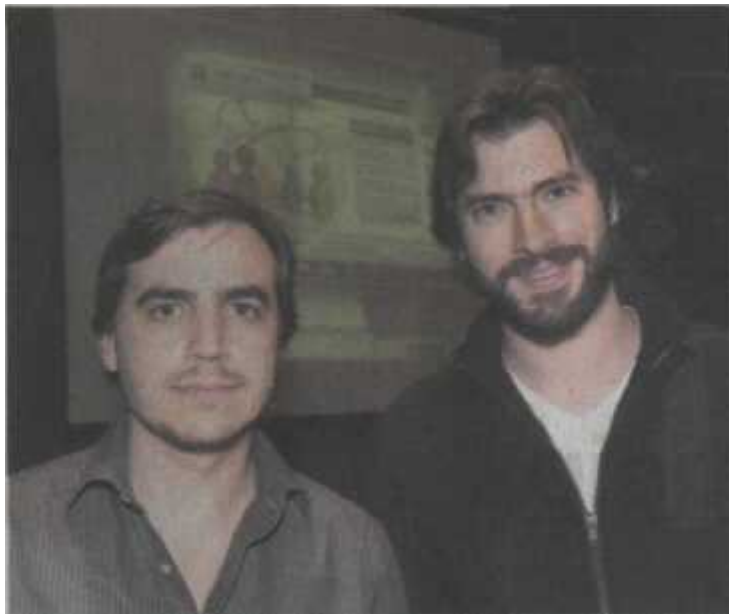


# Redes sociais mudaram comportamentos

por Kelly Dorez

**T**iago Ritter, sócio-fundador da W3Haus, levou um ponto de vista interessante para apresentar no 1º Seminário sobre Redes Sociais, realizado pelo propmark e PS Carneiro Eventos na última quinta-feira (19), na ESPM, em São Paulo. De acordo com o especialista em comunicação digital, todas as marcas já estão nas redes sociais, como Orkut, Twitter, YouTube ou Facebook, independente de serem ativas ou não. "Quando um cliente pergunta para nós se deve ou não entrar nas redes sociais, tentamos explicar que ele não tem opção, porque todas as marcas já estão dentro. Está todo mundo falando delas", comentou Ritter.

Para o publicitário, entre as ações mais importantes sobre como uma marca deve agir nas redes sociais estão o monitoramento, acompanhamento do que as pessoas falam e respostas constantes ao consumidor. O segundo passo



**Gustavo Donda, do GrupoTV1, e Tiago Ritter, da W3Haus**

seria a criação de relacionamento e formação de seguidores, verdadeiros embaixadores da marca. E por fim, a oferta de serviços úteis na rede.

Gustavo Donda, diretor de planejamento do GrupoTVÍ, en-

fatizou que na internet as marcas têm de ir atrás da audiência, diferentemente de outros meios tradicionais como TV e rádio, onde você compra o espaço. Ele também ressaltou a importância do planejamento, continuidade e



**Gil Giardelli, da Gaia Creative**

consistência das ações e mensuração nas redes.

"Redes sociais são um caminho sem volta. Por isso é preciso escolher bem os canais, elaborar pautas com antecedência e respeitar premissas como aderência,



**Mandic, da Mandic Internet**

continuidade e consistência. Não dá só para fazer uma campanha e ir embora. Lembre que as marcas estão montando um canal de televisão na web", falou Donda. Segundo ele, outra forma de gerar relacionamento nas redes

é investir em conteúdo de marca. "Toda empresa tem algo para falar. Redes sociais são notícia o tempo todo porque fazem parte da vida das pessoas", destacou o publicitário.

Já Gil Giardelli, cofundador da Gaia Creative, abordou o aspecto emocional e sobre como a rede está mudando o comportamento das pessoas. Para ele, as pessoas estão na rede para se divertir, produzir conteúdo e também disseminar a bondade. "Se não fosse assim, por que as pessoas teriam gastado até agora 100 milhões de horas para editar a Wikipedia? As redes mudaram o que fazemos e o modo como pensamos. A ciência já provou que a internet mudou o nosso cérebro. A sensação de contribuição para um mundo melhor nos deixa mais feliz".

O 1º Seminário sobre Redes Sociais, que lotou o auditório da ESPM com 270 pessoas (entre profissionais e estudantes), também contou com a palestra de Aleksandar Mandic, da Mandic Internet, que apresentou o case "O 1º candidato 100% online".