**Salesforce.com cria 'Twitter' para uso no escritório**

*Rich Jaroslvosky e Aaron Ricadela*

A esta altura, pode ser uma das experiências mais comuns na internet. Você está em um site com uma foto sua, ao lado de um quadro em branco esperando as atualizações de suas atividades. Logo abaixo estão os comentários e observações de pessoas que você conhece, próximas e distantes.

Facebook ou Twitter? Nenhum dos dois, necessariamente. Pode ser o Chatter, um novo aplicativo que está sendo lançado para clientes pela Salesforce.com, de San Francisco, uma companhia de crescimento acelerado, cuja ação mais que dobrou de preço nos últimos 12 meses, para cerca de US$ 110 por ação. A Salesforce.com fornece, pela internet, software de gerenciamento de relações com o cliente e outros programas de negócios. Em vez de perguntar "o que passa na sua cabeça?" ou "o que está acontecendo?", o Chatter pergunta: "No quê você está trabalhando?"

A companhia chama o Chatter de uma "nuvem de colaboração em tempo real". Como os demais programas da Salesforce.com, o software exige apenas um navegador e uma conexão à internet para ser acessado. Os usuários estabelecem perfis e geram atualizações - como perguntas, informações ou hyperlinks relevantes - que são agregados e transmitidos para colegas de trabalho em suas redes pessoais. Os próprios comentários e atualizações dessas pessoas são, então, incorporados à discussão em curso.

Os trabalhadores podem acompanhar uns aos outros, seus clientes e contratos da mesma maneira que fariam no Twitter. Funcionários podem seguir colegas da companhia espalhados pelo mundo, e não apenas dentro de seus grupos de trabalho, o que ajuda a reduzir a mentalidade ilhada tão comum nas empresas. E os perfis podem ser usados para suprir certas necessidades de capacitação. (Quem diria que a Wendy do departamento jurídico é fluente em italiano?) Uma nova versão a ser lançada em outubro poderá fazer sugestões sobre pessoas e contas que os usuários deveriam acompanhar com base em seus cargos e atividades passadas.

O Chatter "melhora seu principal produto", afirma Marc Benioff, o loquaz executivo-chefe e presidente do conselho de administração da Salesforce.com. O tráfego de e-mail na Salesforce caiu 40% desde que seus funcionários começaram a usar o Chatter, em junho, acrescenta o executivo. "Você pode ver quais funcionários estão agregando valor à sua empresa." Benioff diz usar o programa para ficar de olho em grandes negócios e ver quais funcionários de suporte técnico estão resolvendo melhor os problemas.

Desde que surgiram, as redes on-line de relacionamento são usadas nos locais de trabalho - mais como uma chateação do que uma ferramenta a ser utilizada. Além da capacidade de afetar a produtividade, distraindo os funcionários, sites como Facebook e Twitter são, por sua própria natureza aberta, pesadelos para a segurança empresarial.

Parker Harris, um dos fundadores da Salesforce.com e vice-presidente executivo de tecnologia da empresa, afirma que o Chatter é uma tentativa de capturar e disseminar "discussões relaxantes", ao mesmo tempo em que reconhece que num ambiente empresarial, "[uma rede social] escancarada não representa necessariamente uma coisa boa". O Chatter tem limitações embutidas apropriadas para as empresas, como a capacidade da administração controlar o acesso a registros ou documentos confidenciais.

A companhia começou a apresentar o Chatter a seus 82 mil clientes espalhados pelo mundo em junho, como parte de seus serviços já existentes. Segundo a Salesforce.com, até 19 de agosto cerca de 20 mil empresas estavam usando o Chatter. Entre elas está a fabricante de computadores Dell, que o colocou à disposição de cerca de 20 mil funcionários. A Dell afirma que seus gerentes de vendas usam o Chatter para acompanhar negócios. Outro cliente, a agência de propaganda Saatchi & Saatchi, diz que seus funcionários tendem a gravitar em torno do Chatter logo de manhã e passam grande parte do dia conectados nele, como uma maneira de permanecerem a par do que acontece na organização.

Para aqueles que pagam as assinaturas mensais da Salesforce.com, que geralmente vão de US$ 65 a US$ 125, o Chatter está sendo oferecido gratuitamente. Todos os demais usuários pagam uma assinatura mensal de US$ 15. A companhia não revela o quanto isso significa a mais nas receitas. Mesmo assim, Benioff está satisfeito com os resultados obtidos até agora: em uma conferência telefônica realizada em agosto com analistas, ele disse que o Chatter "é o software mais bem-sucedido lançado pela companhia desde sua criação".

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 31 ago. 2010, Empresas, p. B3.**