

Uso de redes sociais diverge opiniões de executivos

Enquanto alguns empresários temem a supervalorização das redes sociais, outros se opõem e se adaptam a nova era do compartilhamento e da criatividade.

Enquanto alguns empresários temem a supervalorização das redes sociais, outros se opõem e se adaptam a nova era do compartilhamento e da criatividade. Com base na lista de maiores companhias do mundo, organizada pela Fortune Magazine, o site CEO.com e o escritório de análises Domo divulgaram que, de cada dez presidentes dessas empresas, sete não estão presentes nas grandes redes sociais, como Facebook, Twitter e Google+.

Apesar dessa dicotomia entre os executivos no mundo, o Brasil caminha para o aumento no número de usuários de internet. De acordo com dados do IBOPE Nielsen online, divulgados na última semana, atualmente são 83,4 milhões de pessoas com acesso à internet em todos os ambientes (considerando lan houses e outros lugares), sendo que 70,9 milhões usam à rede em casa ou no local de trabalho, ante 61,2 milhões de conectados em agosto de 2011, ou seja, um crescimento de 16% nos últimos 12 meses.

O autor do livro *Você é o que você compartilha* (Ed. Gente) e especialista em inteligência digital, Gil Giardelli, afirma que, apesar de muitos executivos relutarem com as redes sociais, muitas empresas começaram a valorizar a criatividade e o poder da colaboração coletiva. Liderar a inovação digital nas empresas, primeiramente, deve ser uma atitude da presidência da companhia. Se os principais executivos não acreditarem no processo, nada avançará, explica.

O especialista explica também que, independente do tamanho da empresa, manter um negócio ausente das mídias sociais é perder competitividade, potencial criativo e inserção no século XXI. A marca corporativa precisa apenas de um excelente planejamento e vontade de inovar, ou seja, uma pequena empresa pode ter uma presença digital igual ou melhor que a de uma empresa secular de automóveis, conclui.

Sobre Gil Giardelli

Autor do livro *Você é o que você compartilha* (Editora Gente), Gil Giardelli é especialista no Mundo.com, com quase duas décadas de experiência no universo digital. Web-ativista, é também professor nos cursos de Pós-Graduação e MBA do Miami Ad School e do Centro de Inovação e Criatividade (CIC) da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo, e da FIA-USP (Fundação Instituto de Administração).

Giardelli também é CEO da Gaia Creative, empresa que aplica inteligência de mídias sociais, economia colaborativa, gestão do conhecimento e inovação, com atendimento prestado a companhias e instituições como BMW Brasil, MINI Brasil, TAM Linhas Aéreas, Grupo Educacional Cruzeiro do Sul, Grupo Autopass, Grupo Protege, entre outras.

Fonte: Refrescante [Portal]. Disponível em: <<http://refrescante.com.br/uso-de-redes-sociais-diverge-opinioes-de-executivos.html>>. Acesso em: 2 out. 2012.