

REDES SOCIAIS: POSSIBILIDADE DE INFORMAÇÃO OU MERA DISTRAÇÃO?

Taiga Cafiero Garcia, Thiago André de Oliveira, Vinícius Gomide de Castro

Departamento de Engenharia Química, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 30123-970, Brasil.

RESUMO

As redes sociais têm se tornado cada vez mais populares nos últimos anos, principalmente entre o público jovem, sendo que algumas pessoas chegam a ficar horas por dia em contato com esse tipo de mídia. Assim, é comum a crítica que o uso dessas mídias é prejudicial para estudantes, propiciado por uma excessiva liberdade na internet e falta de interesse em outras atividades. No entanto, as redes sociais também se tornaram um espaço importante de compartilhamento de informações, inclusive profissionais, sendo utilizadas inclusive em processos seletivos de empresas. Este artigo pretende realizar uma discussão criteriosa sobre o papel das redes sociais para estudantes e jovens profissionais, se é possível definir um padrão de uso em detrimento das liberdades individuais e como essas ferramentas podem contribuir para relações profissionais.

Palavras-chave: redes sociais, contatos, informações.

1. INTRODUÇÃO

As redes sociais são formas de se conectar a outras pessoas na internet e compartilhar informações, gostos e ideias. Os sites de redes sociais geralmente funcionam tendo como base perfis de usuário, constituídos por qualquer informação que se deseje divulgar [1].

Atualmente existem inúmeras redes sociais e elas já estão entranhadas na sociedade brasileira, especialmente entre o público jovem. Assim, são recorrentes as críticas de que redes sociais são uma distração para o desempenho acadêmico e profissional, uma mera forma de lazer que, se realizada em demasiado, pode ser prejudicial. No entanto, as redes sociais apresentam algumas possibilidades de serem aproveitadas no meio acadêmico e profissional e propiciar o compartilhamento de informações úteis para esses fins. O entendimento dessa realidade permite desmitificar o uso fútil das redes

sociais e abre um leque de possibilidades para sua utilização. O objetivo deste artigo é simplesmente propiciar esse entendimento, sem entrar no mérito sobre o ingresso nessas redes ser mais positivo ou negativo.

2. METODOLOGIA

A fim de analisar os possíveis usos das redes sociais, realizou-se uma pesquisa na internet sobre esse tipo de mídia por meio de sites, fóruns de discussão e reportagens. Além disso, pesquisaram-se as redes sociais mais difundidas no mundo e especialmente no Brasil, seu funcionamento e diferenciais. Assim, foi possível realizar uma análise sobre as possibilidades de uso das redes sociais em geral e benefícios acadêmicos e profissionais das redes mais conhecidas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diversas pesquisas demonstram que as redes sociais estão presentes de maneira intensa no mundo e no Brasil, sendo que cerca de 1 bilhão de pessoas utilizam esse tipo de recurso e o Brasil ocupa a 4ª posição em número de usuários [2,3]. De acordo com o Ibope Nielsen, mais de 85% dos usuários de internet ativos no Brasil utilizam redes sociais [4].

Devido a esses números, as empresas encontraram nas redes sociais uma forma para otimizar os negócios e intensificar estratégias de marketing. Assim, as redes sociais tornaram-se uma forma de interação de empresas e clientes. Essa relação é uma via de mão dupla, pois serve para a empresa difundir sua marca, mas também para usuários inteirarem-se a respeito de companhias de interesse, como empresas que haja aspiração de ingresso.

A interação entre empresas e usuários mostra o potencial de uso das redes sociais. É possível conectar-se e colher informações sobre qualquer área ou grupo de interesse. Assim, as redes sociais constituem uma fonte de informação sem igual, o que pode ser útil para trabalhos acadêmicos ou empresariais. Por exemplo, no estudo de mercado de determinado produto, as redes sociais possibilitam encontrar fabricantes do produto, assim como constituem um canal para identificar grupos de consumidores específicos, o que poderia ser difícil através de uma simples busca na internet.

Além disso, devido a crescente popularidade das redes sociais no Brasil, já é possível observar uma modificação no comportamento dos funcionários. Segundo pesquisa conduzida pela Adecco, empresa de gestão de recursos humanos, 58% dos funcionários brasileiros utilizam redes sociais para comunicar-se profissionalmente. Assim, percebe-se que portais como Facebook, Twitter e Orkut deixaram de ser vistos apenas como opções de lazer na web [5]. A seguir, os principais tipos de redes sociais e seus possíveis benefícios são detalhados:

- **Twitter**

O Twitter é uma rede social na qual os usuários podem enviar e receber textos em até 140 caracteres. Pesquisas relatam que o Twitter possuía 301 milhões de perfis em 2011, sendo que o Brasil é o segundo país com maior número de usuários [6,7].

O Twitter tem sido constantemente utilizado por grandes empresas para a divulgação de suas marcas através de constantes atualizações, sempre ligando o consumidor a uma página onde possa encontrar mais informações sobre o serviço. No Brasil, de acordo com pesquisa da agência Bullet, 51% dos usuários acham os perfis corporativos interessantes, desde que sejam utilizados com relevância [8].

Além disso, diversos jornais utilizam o Twitter para informar notícias de forma resumida e indicar links para seu acesso por completo, o que representa um atrativo para pessoas que não têm tempo de acompanhar noticiários com frequência.

- **Facebook**

O Facebook é a rede social mais acessada da atualidade, sendo que ele contava com mais de 845 milhões de usuários ativos em fevereiro de 2012. Os usuários criam um perfil pessoal e, através deste, podem adicionar outros usuários como amigos, trocar mensagens e participar de grupos de interesse comum [9].

De todas as redes sociais que existem hoje, o Facebook é a mais importante para os negócios devido ao volume e profundidade de informações, sendo um importante canal através do qual os consumidores relacionam-se entre si e com diferentes empresas. Dessa forma, as empresas têm identificado no Facebook uma oportunidade inédita para realizar ações de marketing e publicidade, encontrando caminhos para utilizar os dados contidos na rede, capazes de expandir sua base de clientes, aumentar a fidelidade e melhorar o serviço ao cliente [10].

Como o Facebook é a rede social com maior número de usuários, também representa uma das mais importantes fontes de informação. Um exemplo da relevância do Facebook e das redes sociais pode ser observado pelo fato de algumas empresas já envolverem, em seu processo seletivo, etapas que o envolvam.

- **Orkut**

O Orkut foi a primeira rede social a fazer sucesso no Brasil, tornando-se um fenômeno nacional. No entanto, com o ingresso do Facebook no país, essa rede social tem progressivamente perdido sua importância. O Orkut apresenta funções semelhantes ao Facebook e, embora venha perdendo sua presença na sociedade, ainda é muito acessado no Brasil, apresentando possíveis usos similares ao Facebook [11].

- **LinkedIn**

LinkedIn é uma rede de relacionamento voltada para negócios, na qual profissionais de diferentes áreas criam listas com suas conexões e as utilizam para encontrar potenciais parceiros, ampliar seus contatos profissionais ou buscar um emprego. Assim, o LinkedIn é um bom exemplo de como redes sociais podem constituir também redes de negócios. Em Novembro de 2007, a rede já possuía mais de 16 milhões de usuários cadastrado [12].

Outra questão discutida em relação às redes sociais é a liberdade de expressão dos usuários, a qual pode ser prejudicial caso os perfis sejam monitorados por empresas, tanto em processos seletivos quanto no monitoramento de funcionários. Os perfis nas redes podem ser vistos como espelhos de suas personalidades e seu conteúdo pode ser determinante para conquistar um novo emprego. Fotos onde se nota a presença de bebida alcoólica ou outros vícios podem levar à desclassificação.

No entanto, vale lembrar que a maioria dos portais permite limitar o acesso a determinadas publicações. Tanto no Facebook quanto no Orkut, por exemplo, é possível deixar uma foto visível apenas para os amigos mais próximos. No Twitter, é possível definir quais atualizações são particulares, podendo ser vistas apenas por pessoas autorizadas.

Quando um usuário torna uma informação pública, é preciso ter plena consciência do que isso significa e que qualquer empresa ou pessoa pode acessá-la. A imposição de padrões de comportamento por empresas pode ser criticada, mas caso o usuário queira resguardar suas informações pessoais, basta restringir o acesso permitido.

4. CONCLUSÃO

Através das informações levantadas, pode-se perceber que as redes sociais estão presentes de maneira intensa na sociedade. Como elas constituem uma grande rede de contatos, podem ser utilizadas como uma importante fonte de informações e com conteúdo diferenciado em relação a outras fontes de pesquisa tradicionais.

A principal função das redes sociais é conectar pessoas ou grupos e essas conexões podem trazer conhecimentos múltiplos, simplesmente relacionados a lazer ou também de interesse acadêmico e profissional. Além disso, as redes sociais são gratuitas para qualquer usuário e possibilitam relacionamentos horizontais e não hierárquicos, o que permite um acesso livre a diversas informações.

É evidente que o uso intensivo de redes sociais pode levar a uma distração em relação a outras atividades e que existem pessoas que utilizam esses recursos simplesmente em busca de entretenimento. No entanto, as redes sociais também podem ser um instrumento acadêmico e profissional, sendo que essa percepção é importante para que os usuários possam usufruir essa possibilidade.

Assim, podemos retornar à pergunta do título: as redes sociais são uma fonte de informação ou mera distração? A resposta é simples, a decisão cabe exclusivamente ao usuário.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] <<http://www.mestreseo.com.br/category/redes-sociais/>>. Acesso em 11 de maio de 2012.
- [2] <<http://www.agenciars.com.br/blog/1-bilhao-de-pessoas-usam-redes-sociais-no-mundo-diz-pesquisa/>>. Acesso em 11 de maio de 2012.
- [3] <<http://www.agenciars.com.br/blog/brasil-e-o-4-pais-em-numero-de-usuarios-nas-redes-sociais/>>. Acesso em 14 de maio de 2012.
- [4] <<http://www.220i.com.br/os-numeros-das-redes-sociais-no-brasil/>>. Acesso em 14 de maio de 2012.
- [5] <<http://cio.uol.com.br/noticias/2012/03/27/redes-sociais-ja-sao-principal-meio-de-comunicacao-para-maioria-dos-profissionais-diz-pesquisa/>>. Acesso em 11 de maio de 2012.
- [6] <<http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI5139396-EI12884,00-Numero+de+usuarios+do+Twitter+se+aproxima+da+populacao+dos+EUA.html/>>. Acesso em 11 de maio de 2012.
- [7] <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-e-segundo-em-numero-de-usuarios-no-twitter-02022012-11.shl>> Acesso em 14 de maio de 2012.
- [8] <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>>. Acesso em 11 de maio de 2012.
- [9] <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Facebook>>. Acesso em 11 de maio de 2012.
- [10] <<http://cio.uol.com.br/tecnologia/2012/03/05/como-tirar-proveito-do-facebook-para-fazer-negocios/>>. Acesso em 14 de maio de 2012.
- [11] <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut>>. Acesso em 11 de maio de 2012.
- [12] <<http://pt.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>>. Acesso em 11 de maio de 2012.