

## Aula 1 – O que são Mídias Sociais?

### 1. Bem-Vindo(a) ao mundo das mídias sociais:

As "ferramentas de mídias sociais" são sistemas projetados para possibilitar a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. Eles possibilitaram a publicação de conteúdos por qualquer pessoa, baixando a praticamente zero o custo de produção e distribuição ao longtail - antes esta atividade se restringia a grandes grupos econômicos.

Elas abrangem diversas atividades que integram tecnologia, interação social e a construção de palavras, fotos, vídeos e áudios. Esta interação e a maneira na qual a informação é apresentada dependem nas várias perspectivas da pessoa que compartilhou o conteúdo, visto que este é parte de sua história e entendimento de mundo.

#### 1.1. História:

No princípio, a internet era basicamente acessada por comunidades científicas vinculadas às universidades. O seu propósito era fazer da rede uma plataforma para troca de informações e para pesquisa. Fatos como o início de sua exploração comercial, a criação dos primeiros portais e a entrada dos grupos de mídia como jornais e agências de notícias marcaram a década de 1990. O período coincide com o surgimento dos sites de relacionamento.

Comunidades online como Geocities e Tripod.com deram início às primeiras iniciativas de interação por meio de salas de chat, fóruns de discussão, blogs e páginas pessoais. Sites como o Classmates.com, o SixDegrees.com e o Friendster são alguns dos pioneiros na utilização de endereços de e-mail e na construção de perfis de usuários para aproximar pessoas.

Os perfis de usuário são as características centrais das redes sociais da internet. Sua utilização permite não só que usuários construam listas de contatos ou "amigos", mas também procurarem por usuários com particularidades e interesses em comum. Trata-se de uma representação pela qual o usuário é descrito. Que em geral é gerado a partir das respostas dadas pelo próprio usuário como nome, idade, sexo entre outras que abrangem desde interesses pessoais a informações como a escola que frequentou ou a empresa na qual trabalhou. O uso dos perfis levou ao desenvolvimento de inúmeras outras funcionalidades, tais como as que utilizamos no Facebook, Twitter ou Google+.



## 1.2. Descrição:

Andreas Kaplan e Michael Haenlein definem mídias sociais como "um grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e troca de Conteúdo Gerado pelo Utilizador (UCG)". Mídias sociais podem ter diferentes formatos como blogs, compartilhamento de fotos, videologs, scrapbooks, e-mail, mensagens instantâneas, compartilhamento de músicas, crowdsourcing, VoIP, entre outros.

São exemplos de aplicações de mídia social: Blogs (publicações editoriais independentes), Google Groups (referências, redes sociais), Wikipedia (referência), MySpace (rede social), Facebook (rede social), hasbanni.com (rede social), Last.fm (rede social e compartilhamento de música), YouTube (rede social e compartilhamento de vídeo), Second Life (realidade virtual), Flickr (rede social e compartilhamento de fotos), Twitter (rede social e Microblogging), Wikis (compartilhamento de conhecimento) e inúmeros outros serviços.

## 1.3. Diferenciação das mídias tradicionais:

As mídias sociais têm várias características que as diferem fundamentalmente das mídias tradicionais, como jornais, televisão, livros ou rádio. Antes de tudo, as mídias sociais dependem da interação entre pessoas, porque a discussão e a integração entre elas constroem conteúdo compartilhado, usando a tecnologia como condutor.

Mídias sociais não são finitas: não existe um número determinado de páginas ou horas. A audiência pode participar de uma mídia social comentando ou até editando as histórias. O conteúdo de uma mídia social, em texto, gráficos, fotos, áudio ou vídeos podem ser misturados. Outros usuários podem criar mashups e serem avisados de atualizações através de agregadores de feed.

Mídia social significa um amplo aspecto de tópicos, com diversas conotações. No contexto de marketing de internet, mídias sociais se referem a grupos com diversas propriedades, sempre formados e alimentados pelos usuários, como fóruns, blogs, sites de compartilhamento de vídeos e sites de relacionamentos. Otimização das Mídias Sociais (SMO) é o processo de distribuir melhor, entre várias redes e mídias sociais, o conteúdo criado pelo público.

As mídias sociais têm dois aspectos importantes. O primeiro, SMO, refere-se às características que podem ser melhoradas em uma página, táticas que um webmaster pode aplicar para otimizar um site para a era da mídia social. Essas otimizações incluem adicionar ligações para serviços como Digg, Reddit e Del.icio.us, para que as páginas possam ser facilmente salvas e compartilhadas. Marketing de mídias sociais, por outro lado, engloba criação de conteúdo memorável, único e com potencial para virar notícia. Este conteúdo pode então ser espalhado através de sua popularização, ou até pela criação e veiculação de vídeos "virais" no YouTube, por exemplo.

Mídia social é sobre ser social, e isso quer dizer se relacionar e se envolver com outros blogs, fóruns e comunidades de nicho.

#### 1.4. O poder das mídias sociais:

Novas ferramentas de mídia social vêm surgindo e se estabelecendo, passando por mutações evolutivas naturais - vide os blogs, que nasceram apenas como diários virtuais e tiveram sua natureza diversificada com o tempo, a ponto de se tornarem, inclusive, instrumentos de efetiva geração de negócios, por exemplo.

Isto significa uma grande mudança na estrutura de poder social, pois a possibilidade de gerar conteúdos e influenciar pessoas e decisões, deixa de ser exclusividade dos grande grupos capitalizados, para se tornar comum a qualquer pessoa. Além disso, a redução do custo de publicação a quase zero possibilita a produção de conteúdos muito específicos também para pequenos públicos - que antes não justificavam a equação econômica.

Liberdade de comunicação interativa, combinada à facilidade de uso das ferramentas para fazê-lo e a uma arquitetura participativa em redes, forma a base da receita para que as plataformas de mídias sociais possam ser classificadas como uma das mais influentes formas de mídia até hoje criada. Na versão interativa da web, é possível fazer muito mais com muito menos e isso é muito poderoso.

#### 1.5. Classificação:

Tecnologias de mídias sociais podem apresentar diferentes formas, incluindo revistas, Internet forums, weblogs, social blogs, microblogging, wikis, social networks, podcasts, fotografias e figuras, videos, avaliação e social bookmarking. Kietzmann apresenta um Hexagonal das Mídias Sociais que define como as mídias sociais diferem de acordo com o foco colocado em um ou todos os sete blocos propostos: identidade, conversa, compartilhamento, presença, relacionamentos, reputação, e grupos.

##### COMUNICAÇÃO

**Blogs:** Blogger, Wordpress, Tumblr

**Microblogs:** Twitter, Pownce; Snapchat

**Redes sociais:** Orkut, Facebook, LinkedIn, MySpace, Google+;

**Eventos:** Upcoming, Lista Amiga.

##### MULTIMÍDIA

**Compartilhamento de fotos:** Flickr, Zoomr, Fotolog, Picasa, Instagram

**Compartilhamento de vídeo:** Videolog, YouTube, Vimeo;

**Livecasting ou transmissão ao vivo:** Justin.tv, Twitcam

**Compartilhamento de música/áudio:** imeem, Last.fm, Jamendo, Blaving.

## ENTRETENIMENTO

**Mundos virtuais:** Second Life, Imvu

**Jogos online:** Counter-Strike, League of Legends, World of Warcraft

**Compartilhamento de jogos:** Miniclip.com

## COLABORATIVAS

Já as mídias sociais colaborativas são aquelas nas quais os usuários colaboram diretamente uns com os outros podendo acertar a produção de um novo conteúdo em conjunto.

**Wikis:** Wikipedia

**Social bookmarking / Agregadores de sites:** Del.icio.us e StumbleUpon

**Social News ou crowdsourcing:** Digg, Reddit, EuCurti, Rec6

**Sites de opiniões:** Epinions



CLIQUE AQUI  
PARA CONCLUIR