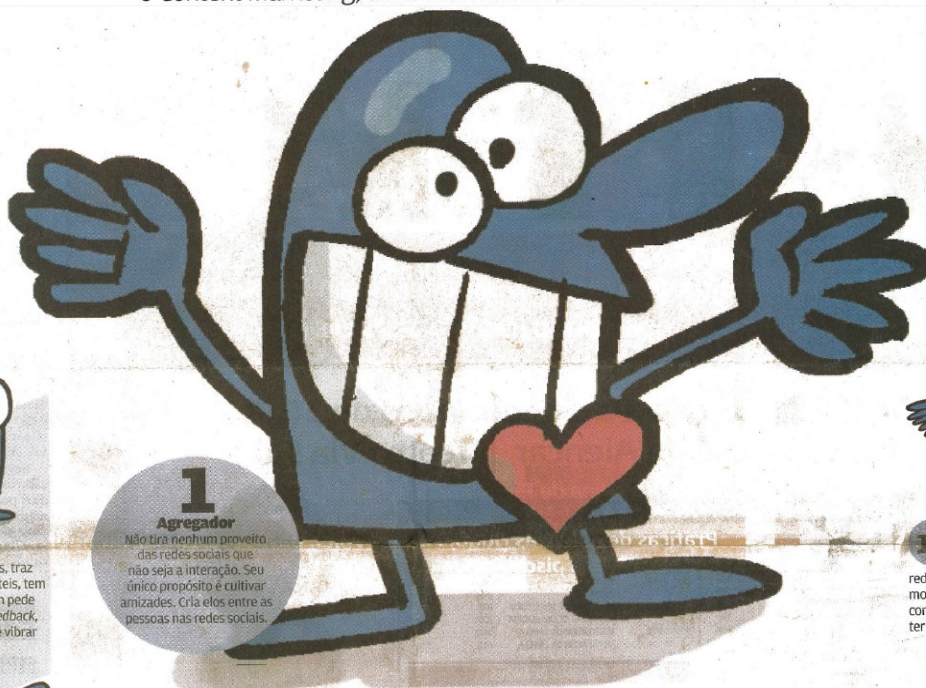


Redes sociais] Espelho, espelho meu...

O POVO convida você a reconhecer comportamento de usuários de redes sociais entre os 13 perfis desta página e aproveita para apresentar o *Content Marketing*, uma das mais recentes novidades da área



2 Solitário
Ajuda os outros, traz informações úteis, tem prazer em auxiliar quem pede uma informação. Dá feedback, consola, parece sofrer e vibrar com os outros.



3 Debatedor
Se empenha em discutir questões. Trabalha menos com informação e mais com opinião. É firme em sua posição, mas respeita o ponto de vista alheio. Movimenta os debates em alto nível.



4 Especialista
Domina um assunto ligado a sua atividade profissional. Procura se ater aos aspectos técnicos. Sua frieza estabelece poucas relações interpessoais, mas traz informações relevantes à rede.



5 Contador de histórias
Não perde a oportunidade de contar uma história, que normalmente causa alguma emoção comum a outras pessoas. Quase sempre se interessa por histórias dos outros.

1 Agregador
Não tira nenhum proveito das redes sociais que não seja a interação. Seu único propósito é cultivar amizades. Cria elos entre as pessoas nas redes sociais.

Emerson Maranhão
emerson@opovo.com.br

O desafio é simples. Dê uma olhada nos 13 tipos ao redor desta página e tente identificar pessoas conhecidas que se comportem desta maneira nas redes sociais. Foi assim, a partir da observação do comportamento de usuários de Twitter, Facebook e redes afins, que uma equipe de profissionais da empresa Tracto, especializada em *Content Marketing*, identificou padrões que caracterizam cada um dos perfis desses internautas.

"Nossos perfis não pretendem ser definitivos. Alguém pode pegar esses 13 e juntar mais 5 outros, tudo bem. O importante é que são perfis que certamente todo mundo reconhece - e por isso são eficientes", analisa o diretor de Marketing da Tracto, Cas-

O quê ENTENDA A NOTÍCIA

O *Content Marketing* é uma técnica que se caracteriza na criação e fornecimento de conteúdo informativo para o consumidor, gerando audiência segmentada e explorando comercialmente esta audiência depois.

sio Politi, em entrevista ao O POVO, por telefone.

Segundo Politi, a construção de personas - assim como foi feito com estes perfis - é uma das técnicas

mais usadas nas estratégias de *Content Marketing*. A razão para isso é a necessidade cada vez maior de segmentação de público com quem a empresa quer se comunicar.

"Como você fala para públicos muito específicos, você precisa mapear o perfil de comportamento dessas pessoas. Para isso, acaba por criar personagens que representem este público, muito mais pelo comportamento que por características demográficas ou geográficas", pontua o diretor de marketing.

A importância de se definir um personagem é justificada pelo direcionamento que o conteúdo gerado pela marca passa a ter. "Você passa a escrever para este personagem, começa a pensar em conteúdo para uma pessoa, não para uma multidão. É muito mais fácil escrever para uma pessoa que

para várias", reforça Politi.

E todo este esforço para reconhecer e encontrar um interlocutor em meio à pletera de ferramentas de comunicação online (que já ultrapassam 40) deve-se à principal característica do chamado *Content Marketing*.

Esta nova técnica consiste em uma determinada marca criar e gerar conteúdo relevante sobre assunto que ela domina, com isso conquistar uma audiência qualificada e, a partir daí, explorar comercialmente esta audiência.

"É importante ressaltar que o conteúdo é neutro, não se mistura com a propaganda, como mandam as boas regras da Comunicação", frisa Politi. "Dessa maneira, você passa informações relevantes ao consumidor e assegura um espaço privilegiado de interação com ele".



13 Barraqueiro
Não leva desaforo para casa, mas leva para as redes sociais. Não precisa de um motivo importante para brigar com alguém, e faz questão de ter plateia.



12 Resmungão
Está sempre com o radar ligado e pronto para reclamar no seu tuitte. Discorda do que os outros escrevem, dando importância exagerada a questões pequenas.



11 Revoltado
Nenhuma empresa presta, nenhuma mensagem é verdadeira, todos os filmes são ruins. Para ele, a Internet não presta. Talvez a vida também não preste.



10 Político
Está sempre disposto a dialogar, parece sorridentemente atento a todos. Mas é apenas um político buscando benefício próprio. Diferentemente do vendedor, ele disfarça antes de fazer a oferta.



9 Vendedor
Está pouco preocupado com o conteúdo ou interação. Está sempre pedindo para curtir seu perfil num concurso, retuitando para ganhar sorteio ou defendendo uma marca para obter vantagem.



8 Exibido
Eles enxergam nas redes sociais uma oportunidade de aparecer. Não são muito adeptos do diálogo. Querem ser notados.



7 Tímido
Não interage com ninguém. Raramente se manifesta e, quando o faz, toma excessivo cuidado com as suas colocações, normalmente pertinentes.



6 Comediante
Tem a habilidade de fazer os outros rirem. É extremamente criativo e costuma ser rápido para postar tiradas. Alguns se apresentam como pessoas reais, outros usam personagens.