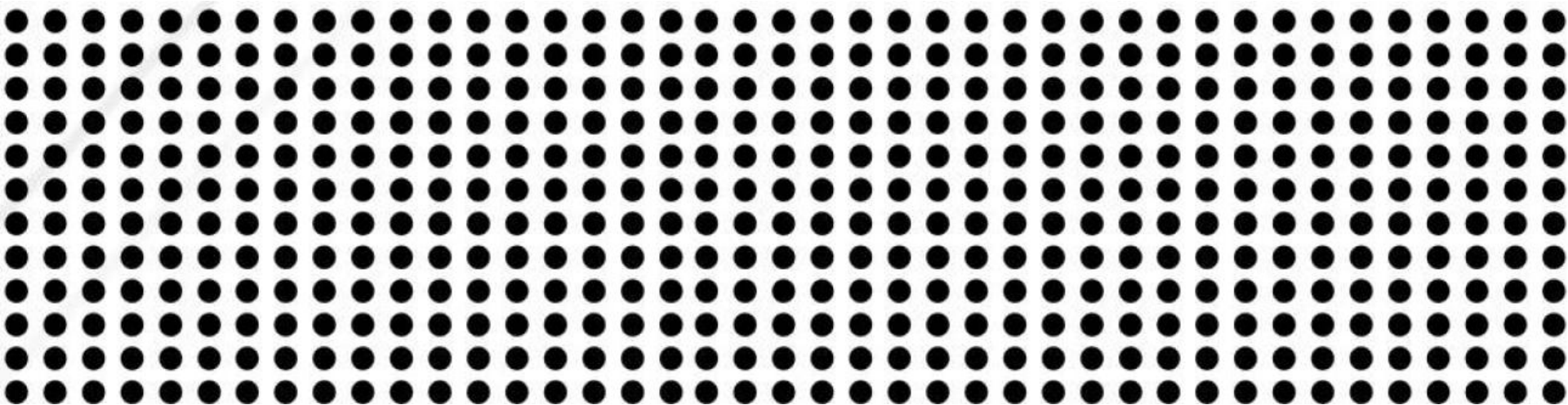


Mensuração em Mídias Sociais: práticas em consolidação



>> Mídias Sociais: mercado e oportunidades

O mercado da Comunicação em Mídias Sociais está em ascensão e traz muitas inquietações para empresários, profissionais e estudantes.

Essas inquietações são fruto das enormes diferenças entre meios como televisão e jornais com as possibilidades que os computadores e internet oferecem.

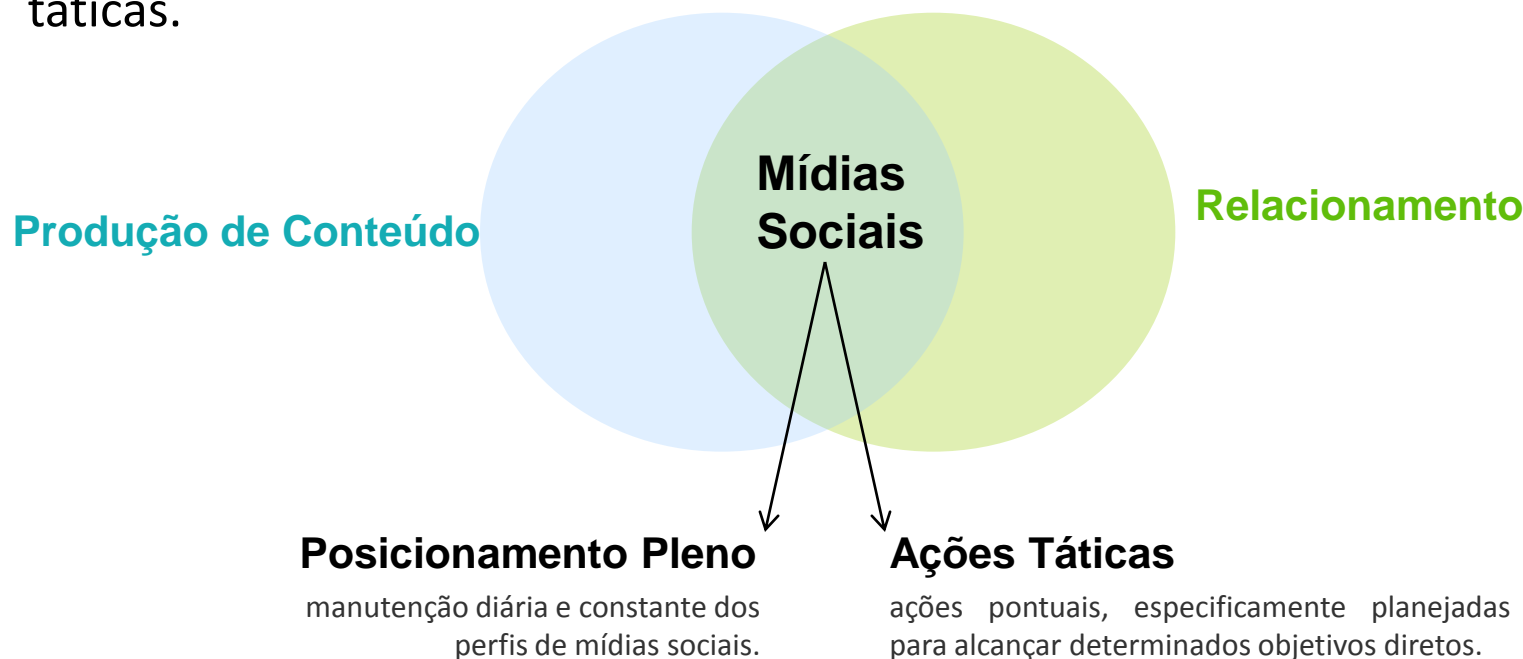
Uma das principais inquietações é: como planejar e medir bem a comunicação nesse paradigma?



>> Comunicação em Mídias Sociais

A **Comunicação em Mídias Sociais** é realizada por setores internos de grandes empresas ou agências especializadas.

O trabalho é realizado dia a dia, associando o posicionamento pleno à ações táticas.



>> Comunicação em Mídias Sociais



>> Mensuração

“Medir é algo tão velho quanto o ser humano, que ao longo de muitos anos buscou atribuir valores a diferentes dimensões como forma de organizar suas práticas cotidianas”



>> Mensuração na Comunicação Organizacional

Na comunicação organizacional, a mensuração serve para:

- a. para provar a maturidade da função e o profissionalismo dos atores;
- b. para justificar o orçamento investido, obter a prova do retorno sobre o investimento;
- c. para ver reconhecido e valorizado o trabalho realizado;
- d. para otimizar a estratégia e suas ações de comunicação;
- e. para apoiar a tomada de decisão e a avaliação de riscos.

por Asseël Adary e Benoît Volatier, em Cristina Panella

>> Objetivos de Comunicação e Marketing



Yanaze (2007)

>> Mensuração e Comunicação Digital

Particularidades dos ambientes digitais e das mídias sociais no que tange a mensuração:



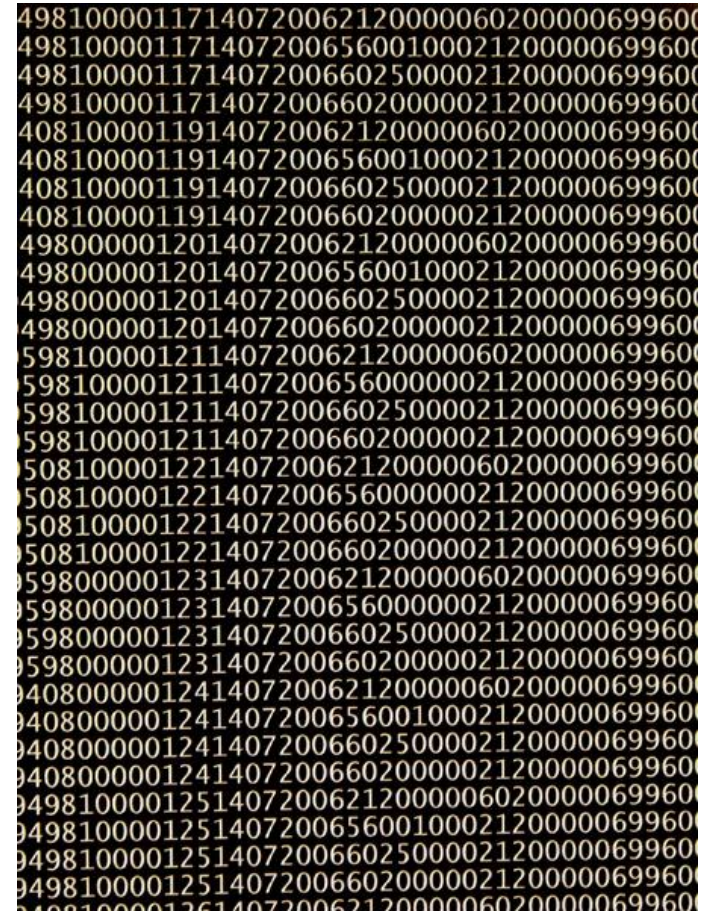
- Dados Digitais
- Busca e Indexabilidade
- Expressões, Opiniões e Consumo na Web
- Indivíduos, Grupos e Organizações em Rede
- Heterogeneidade dos Ambientes
- Fluidez de Usos e Comportamentos



>> Dados Digitais

A digitalização dos conteúdos permite que eles sejam facilmente circulados e intercambiados.

Por exemplo, um programa gravado ao vivo vai direto pra uma mesa de edição, ao mesmo tempo que é exibido online, editado em fotos, vídeos online e podcasts...

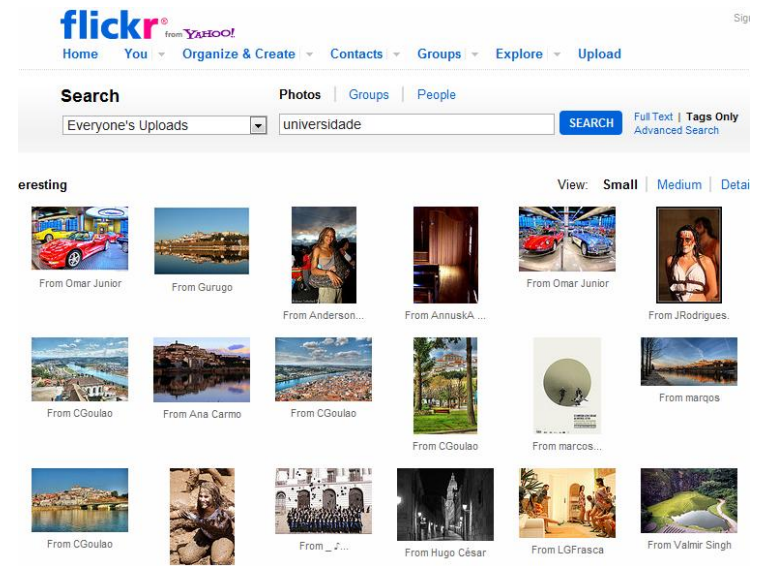


49810000117140720062120000060200000699600
49810000117140720065600100021200000699600
49810000117140720066025000021200000699600
49810000117140720066020000021200000699600
40810000119140720062120000060200000699600
40810000119140720065600100021200000699600
40810000119140720066025000021200000699600
40810000119140720066020000021200000699600
49800000120140720062120000060200000699600
49800000120140720065600100021200000699600
49800000120140720066025000021200000699600
49800000120140720066020000021200000699600
59810000121140720062120000060200000699600
59810000121140720065600000021200000699600
59810000121140720066025000021200000699600
59810000121140720066020000021200000699600
50810000122140720062120000060200000699600
50810000122140720065600000021200000699600
50810000122140720066025000021200000699600
50810000122140720066020000021200000699600
59800000123140720062120000060200000699600
59800000123140720065600000021200000699600
59800000123140720066025000021200000699600
59800000123140720066020000021200000699600
40800000124140720062120000060200000699600
40800000124140720065600100021200000699600
40800000124140720066025000021200000699600
40800000124140720066020000021200000699600
49810000125140720062120000060200000699600
49810000125140720065600100021200000699600
49810000125140720066025000021200000699600
49810000125140720066020000021200000699600
49810000125140720062120000060200000699600

>> Busca e Indexabilidade


Os dados são buscáveis e armazenados por padrão.


Desde o número de visitas de um site à quantidade de fotos com uma *tag* específica, o conteúdo pode ser procurado e encontrado por pessoas e softwares.




>> Expressões, Opiniões e Consumo

As pessoas utilizam a web e as mídias sociais para falar, seja se expressar sobre o cotidiano, opinar sobre política ou comentar sobre suas práticas de consumo.

**Marcelo V.**
Praça de alimentação lotada e ar condicionado fraco.

**Itana G.**
Pra quem gosta de açaí, no G1 tem um quiosque que vende casquinha de açaí! Sorvete delicioso... recomendo.

**Carl B.**
É um shopping perfeito pra ir no final de semana. Não fica lotado. O cinema é muito bom e a praça de alimentação tem um pouco de tudo.
✓ 2 | August 15, 2010

**@gomesyasmim**
Yasmim Gomes
eu quero ir pra disney e comprar o mundo la', buaa poxinho
55 seconds ago via web ☆ Favorite

**@Julianojlle**
Juliano Flôr
Amigos, quero comprar um violão BBB... Quem souber de algum dando sopa me contate!
1 minute ago via web ☆ Favorite Retweet Reply


Vou ver se consigo comprar o Show do Justin Timberlake. TNT agora quero comprar muito fera no que faz!
2 minutes ago via web ☆ Favorite Retweet Reply

[Reclame Aqui > Domino's Pizza - Sabor da Pizza Incorreto](#)
10 fev. 2010 ... Aqui estou novamente e INFELIZMENTE, com mais outra reclamação sobre a pizzaria Domino's de Águas Claras. Como comentei na primeira ...
www.reclameaqui.com.br/504788/domino-s-pizza/sabor-da-pizza-incorreto/

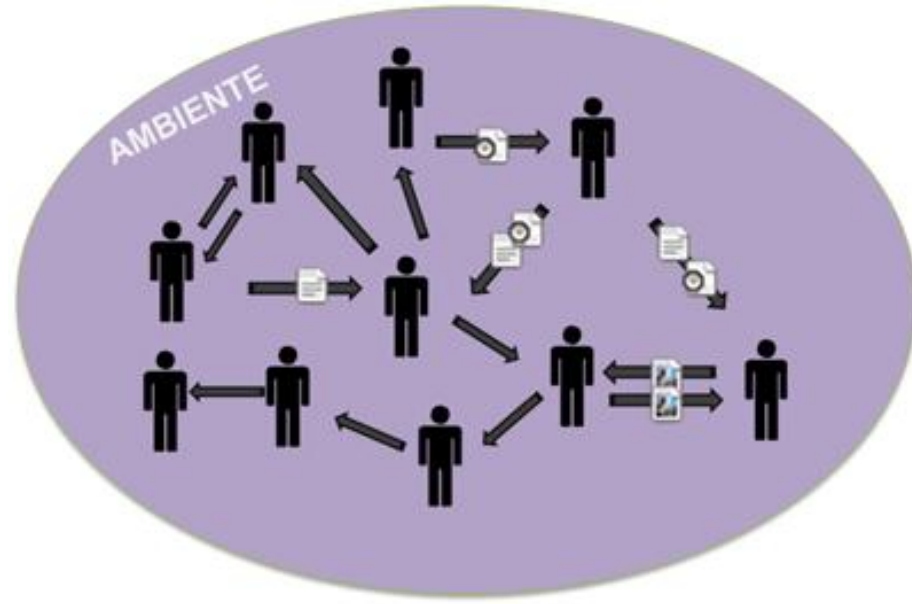
[Reclame Aqui > Domino's Pizza - Pizza com Perfex](#)
1 jun. 2011 ... Hoje é 01/06/2011, são 20h03m, acabo de receber uma pizza premium em meu apto. na quadra 100, bloco b, apto 311. Fui atendida pela Clésia, ...
www.reclameaqui.com.br/1346254/domino-s-pizza/pizza-com-perfex/

[Reclame Aqui > Dídio Pizza - Descaso com o consumidor](#)
18 maio 2011 ... No Dia 14/05/2011, por volta das 20:50hs, minha esposa pediu duas pizzas integrais na Dídios Pizza (Unidade Santana) totalizando uma compra ...
www.reclameaqui.com.br/1308422/didio-pizza/descaso-com-o-consumidor/

>> Atores em Rede

As pessoas e organizações estão conectadas em rede. Nesse sistema

- a disseminação de informações pode ser fácil e rápida
- cada pessoa tem o papel de editor ou conexão entre outras pessoas
- grupos com interesses em comum ganham poder de mobilização
- algumas pessoas ganham mais influência por serem e tornam-se mais conectadas.



>> Heterogeneidade dos Ambientes

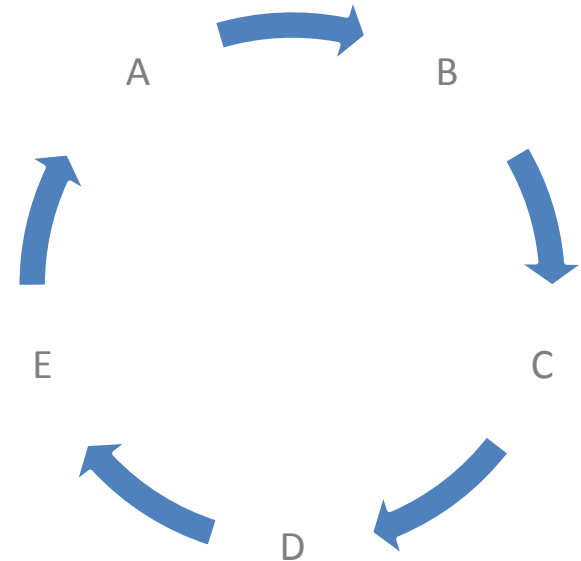
Os ambientes interacionais online são muito diferentes. Em cada um deles as dinâmicas, conteúdos, perfis, tipos de publicidade, conexões e modos de uso são diferentes.

CATEGORIA	PRINCIPAIS EXEMPLOS
Sites de Redes Sociais	Orkut, Facebook, LinkedIn, Ning, Elgg
Favoritamento e Recomendação	Delicious, Dihitt
Blogs	Blogspot, Wordpress, Tumblr
Microblogging	Twitter, Plurk
Compartilhamento de Conteúdo	YouTube, Flickr, Videlog, Vimeo, Picasa
Consumo Cultural	Skoob, Last.fm, Filmow, O Livreiro
Wikis	Wikipedia, Twiki
Geolocalização	Google Maps, Foursquare, Gowalla

>> **Fluidez de Usos e Comportamentos**

As pessoas, organizações e ambientes digitais mudam constantemente de forma, identidade e comportamento.

Entender que diferentes ações podem representar valores diferentes em momentos diferentes é crucial.



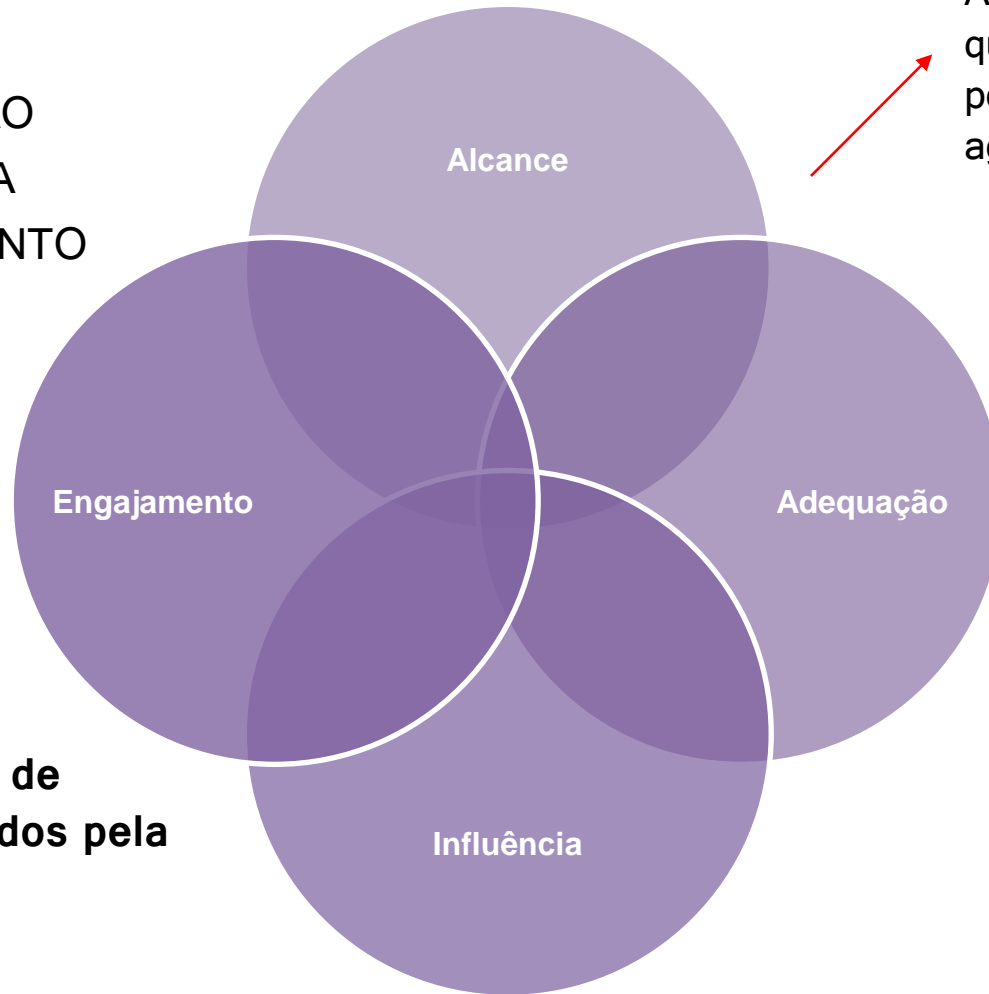
>> Mensuração e Mídias Sociais: muitas abordagens

Nesse contexto, diversas organizações, empresas, agências e profissionais buscam estabelecer definições, parâmetros e regras para a mensuração das mídias sociais.



>> Quatro Âmbitos de Métricas

- › ALCANCE
- › ADEQUAÇÃO
- › INFLUÊNCIA
- › ENGAJAMENTO

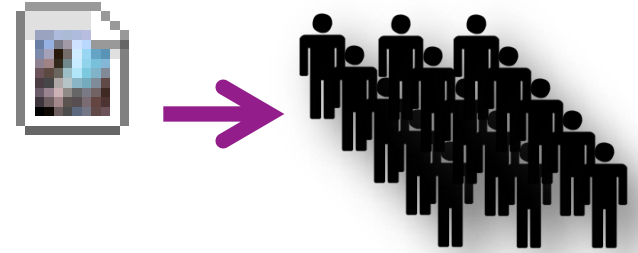


As interseções indicam que as mesmas métricas podem ser usadas em agrupamentos distintos

Quatro Âmbitos de Métricas Utilizados pela PaperCliQ

>> Alcance

› **Alcance** se refere ao grau efetivo de disseminação de determinado conteúdo ou grau de disseminação potencial que um perfil possui.



- Exemplos: Número de pessoas que acompanharam uma transmissão online;
Potencial de propagação de um game;
Alcance Potencial de um perfil Twitter etc.

>> Alcance



76.388

peessoas curtiram isso

559

peessoas curtiram isso

482 pessoas curtem isso

>> Alcance

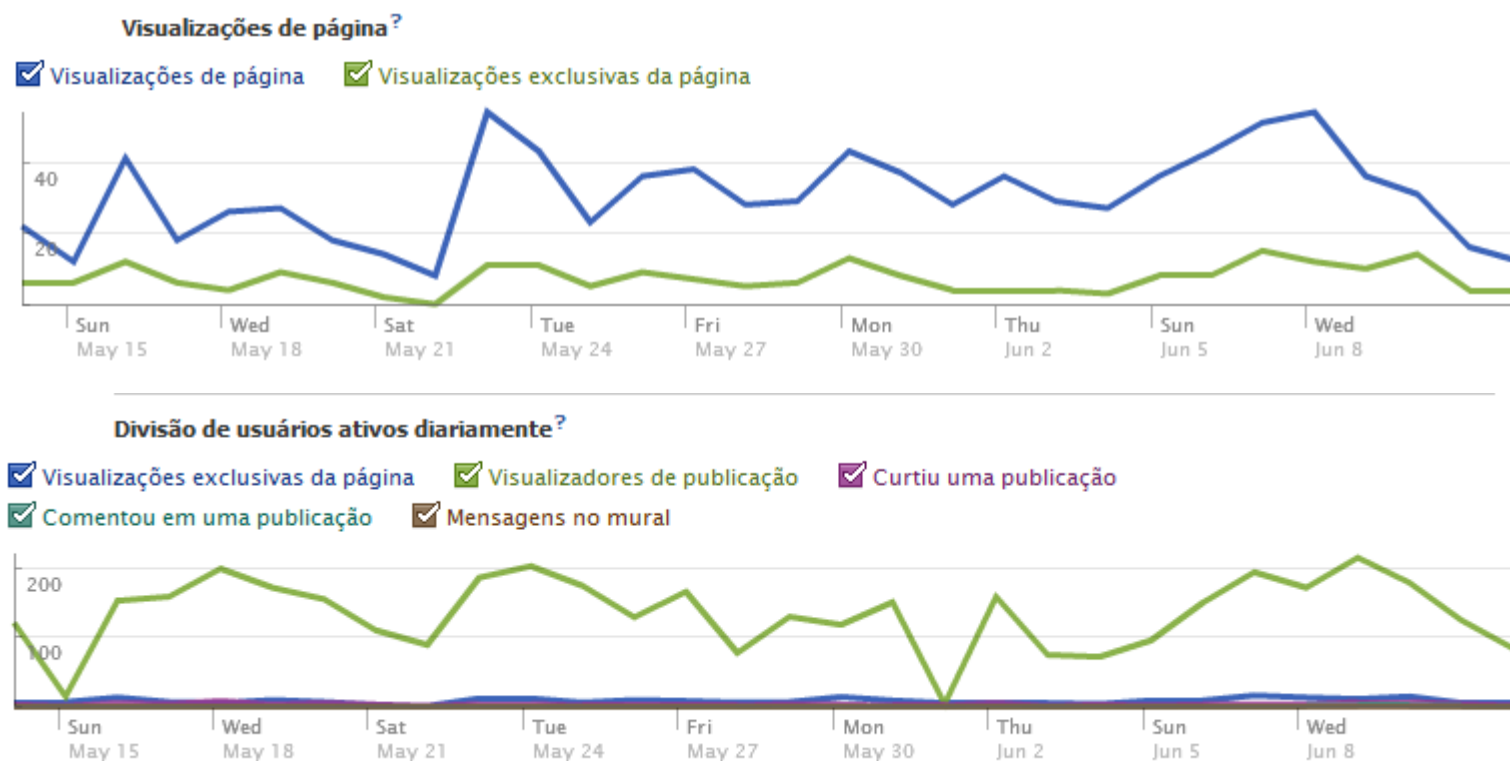


No Facebook, o número total de fãs não significa a quantidade de pessoas consumindo o conteúdo de marca



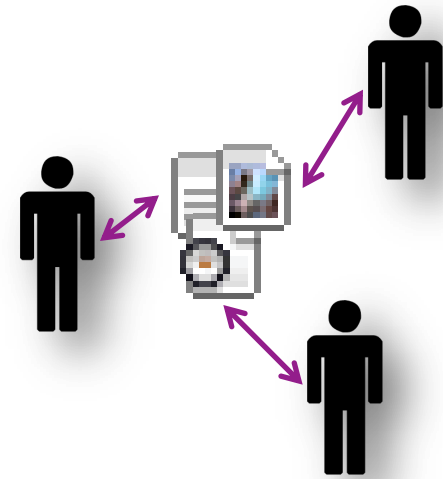
>> Alcance

No Facebook, visualizações de página e de publicações dizem mais que número total de fãs



>> Engajamento

› **Engajamento** se refere ao grau de participação e envolvimento de determinado perfil ou grupo de pessoas em relação a um tema ou assunto.



- Exemplos: Média de Recomendações feitas aos amigos; Número Médio de Comentários em postagens;

>> Engajamento

The screenshot shows the Orkut community page for 'Coca cola? Sempre!'. The page has a light blue header with the Orkut logo and navigation tabs: home, profile, scraps, and communities. A search bar is in the top right. On the left, there's a sidebar with a community icon, the name 'Coca cola? Sempre!', and member count '(251,548 members)'. Below this are links for 'unjoin', 'promote', 'report abuse', 'forum', 'polls', and 'members'. The main content area has a title 'Coca cola? Sempre!' and a breadcrumb trail 'Home > Communities > Food, Drink & Wine > Coca cola? Sempre!'. The description says 'Procurando comunidades legais? CLIQUE AQUI!'. Below that is a quote: 'Não importam o que digam, não importa da onde vem, melhor refrigerante? Não tem!'. Further down are community details: language 'Portuguese (Brazil)', category 'Food, Drink & Wine', owner 'Moderador .', type 'public', content privacy 'members only', location 'Brazil', created 'May 25, 2004', and members '251,548'. At the bottom is a forum table.

topic	posts	last post
<input type="checkbox"/> 40 Bonés NEW ERA mostro na WEB CAM PRONTA ENTREGA	1	6/14/11
<input type="checkbox"/> Comunidades (COCA COLA)	1	6/12/11
<input type="checkbox"/> Menina transa com seu namorado na frente da WebCam	0	

Tópicos atualizados no último mês: 17

The screenshot shows the Orkut community page for 'EU AMO COCA-COLA / I LOVE COKE'. The page has a light blue header with the Orkut logo and navigation tabs: home, profile, scraps, and communities. A search bar is in the top right. On the left, there's a sidebar with a community icon, the name 'EU AMO COCA-COLA / I LOVE COKE', and member count '(427,202 members)'. Below this are links for 'join', 'report abuse', 'forum', 'polls', 'events', and 'members'. The main content area has a title 'EU AMO COCA-COLA / I LOVE COKE' and a breadcrumb trail 'Home > Communities > Food, Drink & Wine > EU AMO COCA-COLA / I LOVE COKE'. The description says 'Se você já tentou mas não consegue mais viver sem ELA, se você é um fã inveterado deste "líquido precioso", se você também ama alucinadamente COCA-COLA (conhecida também como "líquido da vida") mas ainda nega-se a admitir, renda-se, junte-se a nós e demonstre a sua devoção por essa bebida concebida pelos deuses! :)'. Below that are community details: language 'Portuguese (Brazil)', category 'Food, Drink & Wine', owner 'Luiz Fernando F.', moderators 'Asrail', type 'public', content privacy 'open to non-members', location 'Brazil', created 'June 22, 2004', and members '427,202'. At the bottom is a forum table.

topic	posts	last post
<input type="checkbox"/> JoGo:Beija oU cOca	3,975	6/13/11
<input type="checkbox"/> [JOGO] Beija ou passa	392	6/13/11
<input type="checkbox"/> Quanto tempo conseguem ficar sem?	68	6/13/11
<input type="checkbox"/> Vc gosta mesmo ad coca ou esta na comunidade por e	23	6/13/11

09

>> Engajamento

new topic	report spam		fil
topic	author	pos	
<input type="checkbox"/> Vídeo Chifre dói, ilário!	João Bobo	1	
<input type="checkbox"/> TAMIL ACTRESS HOT PHOTOS & VIDEOS	sravani	1	
<input type="checkbox"/> 40 Bonés NEW ERA mostro na WEB CAM PRONTA ENTREGA	DR* CAP PERFIL 2	1	
<input type="checkbox"/> Comunidades (COCA COLA)	DudUfelippi ~	1	
<input type="checkbox"/> Menina transa com seu namorado na frente da WebCam	Andresa	0	
<input type="checkbox"/> Namorado mata namorada a facadas	Evelyn	0	
<input type="checkbox"/> ADULT HOT PHOTOS	sravani	1	
<input type="checkbox"/> sexy hot girls	sravani	1	
<input type="checkbox"/> lata de refri vira mosca e geladeira vira outdoor	Claudio	1	
<input type="checkbox"/> Vídeo Chifre dói, ilário!	João Bobo	1	
<input type="checkbox"/> 2011 LATEST HOT PICS	sravani	1	
<input type="checkbox"/> Duas bombas no mercado de refrigerantes	Claudio	1	
<input type="checkbox"/> Lançamento da Absolut San Francisco	Marco	1	
<input type="checkbox"/> Vídeo Chifre dói, ilário!	João Bobo	1	
<input type="checkbox"/> Crise acaba com máquinas de refri no Japão	Claudio	3	
<input type="checkbox"/> HOT PHOTOS & VIDEOS	sravani	1	
<input type="checkbox"/> http://www.orkut.com.br/Main#Community?ri=cpn&cmm=	Nickolas .. .,	1	
<input type="checkbox"/> MENSAGEM SUBLIMINAR DA COCA	Mensagem	1	
<input type="checkbox"/> Bastidores da Campanha Otimismo que Transforma	Programa Avesso	1	
<input type="checkbox"/> MONTE UMA YOGURTERIA EM SUA CIDADE !	Revista	2	
<input type="checkbox"/> Coca entra na briga do mate e dos energéticos	Claudio	2	
<input type="checkbox"/> Vídeo Chifre dói, ilário!	João Bobo	2	

new topic	report spam		
topic	author	pos	
<input type="checkbox"/> JoGo:Beija oU cOcA	Allan	39	
<input type="checkbox"/> [JOGO] Beija ou passa	- Thaise ♥	3	
<input type="checkbox"/> Quanto tempo conseguem ficar sem?	Felipe K	1	
<input type="checkbox"/> Vc gosta mesmo ad coca ou esta na comunidade por e	✱Arianne	2	
<input type="checkbox"/> [OFF] Coca Cola de lata ou garrafa?? Descoberta!	Marco	1	
<input type="checkbox"/> Só tem Pepsi, Pode ser ?	Feяaηαs	1	
<input type="checkbox"/> Tomaria Coca-Cola com a pessoa acima?	Luiz Fernando	1	
<input type="checkbox"/> Chat Oficial da Comunidade!	Luiz Fernando	1	
<input type="checkbox"/> Eu Amo Coca Cola	•◊~Невертаи•◊•	1	
<input type="checkbox"/> COMO FAZER REFRI COLA EM CASA!	.	2	
<input type="checkbox"/> o que fazer sem coca-cola	Biby	1	
<input type="checkbox"/> bebidas	•℥Ÿđôô• →	1	
<input type="checkbox"/> Coca-Cola Zero Leilão Impossível!	Luiz Fernando	1	
<input type="checkbox"/> Veneno	Antônio Augusto	1	
<input type="checkbox"/> alguem ai participo do comercial da coca cola?	Clésio	1	
<input type="checkbox"/> vício de coca	Melissa	1	
<input type="checkbox"/> Latas comemorativas dos 125 anos da Coca-Cola	Claudio	1	
<input type="checkbox"/> Campanha da Coca-Cola em debate	Claudio	1	
<input type="checkbox"/> Canna Cola - Refrigerante de maconha	Marco	1	
<input type="checkbox"/> Cerveja de 200 anos encontrada em naufrágio!	Marco	1	
<input type="checkbox"/> cocacola	g@tinho	1	
<input type="checkbox"/> É bom mas mataaaa...	Kelly	1	

Tópicos atualizados no último mês: **17**

09

Tópicos com atividade real: **01**

09

>> Adequação

› **Adequação** se refere ao grau de proximidade que determinado conteúdo tem com as características e valores desejados.



- Exemplos: *Frequência de palavras-chave positivas em conteúdo coletado;*
Porcentagem de conteúdo positivo; etc.

>> Adequação



tamiTwix: My day? ANTM and **Heineken**. Relaxing!
19 minutes ago via *SocialScope* · [Reply](#) · [View Tweet](#)



FirstlightKClub: DUBLIN'S AVIVA Stadium named as the "world class" sports venue to host the 2013 **Heineken** Cup final [#fractional](http://t.co/NT0xsgT)
22 minutes ago via *web* · [Reply](#) · [View Tweet](#)



Ace_Craft: Just had a glass of **heineken** from my keg. Now I'm headed to work
22 minutes ago via *Twitter for iPhone* · [Reply](#) · [View Tweet](#)



irobas: RT **Heineken** The Date Commercial <http://t.co/nFfHE>
24 minutes ago via *web* · [Reply](#) · [View Tweet](#)



govenga: Did someone say 20 cases of **Heineken**? Who's excited for the Venga launch party tonight! #VENGAPARTY <http://lockerz.com/s/110917914>
26 minutes ago via *Echofon* · [Reply](#) · [View Tweet](#)



MorgBGreat: :(RT @UPT_BOB: I came home after the game and award ceremony and my dad was on the couch drinking a **heineken**
26 minutes ago via *ÜberSocial* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

X



caffeputz: RT @adland: **Stella Artois** - "Respect" - (2011) :90 (UK)
<http://tinyurl.com/4xa64mg> (expand) ~Dabitch
about 1 hour ago via *adlandtweet* · [Reply](#) · [View Tweet](#)



Guqingfengtony: **Stella Artois** it's just a commercial, not a real love story | AD Adverblog <http://j.mp/C1kR4>
about 1 hour ago via *TweetDeck* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

is: 4th time in la rochelle: a rather fabulous place where the sophisticated ch go to holiday and sip **stella artois**. Think serge gainsbourg!
it 1 hour ago via *Twitter for iPhone* · [Reply](#) · [View Tweet](#)



rmola: @MrFranks **STELLA ARTOIS** GALORE IM DEFINITELY NOT DRIVING TO YOURS LOL COLIN IS GOING TO BE WASTED
about 2 hours ago via *web* · [Reply](#) · [View Tweet](#) · [Show Conversation](#)

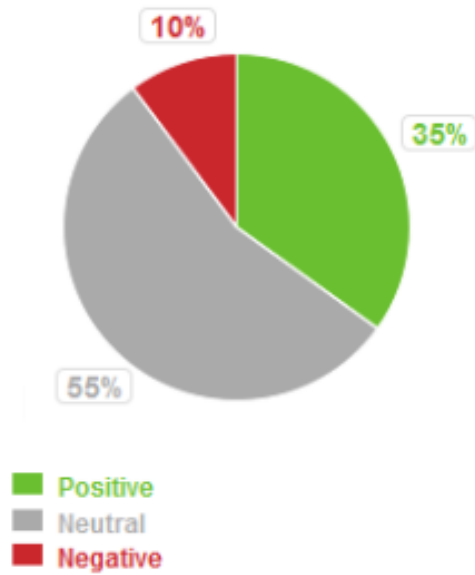


brcavichioli: @TheDuart Heineken/Budweiser/**Stella Artois** + SKYY/Absolut + Absinto. Só bebida 1337. ;D
about 2 hours ago via *Ovi by Nokia* · [Reply](#) · [View Tweet](#) · [Show Conversation](#)

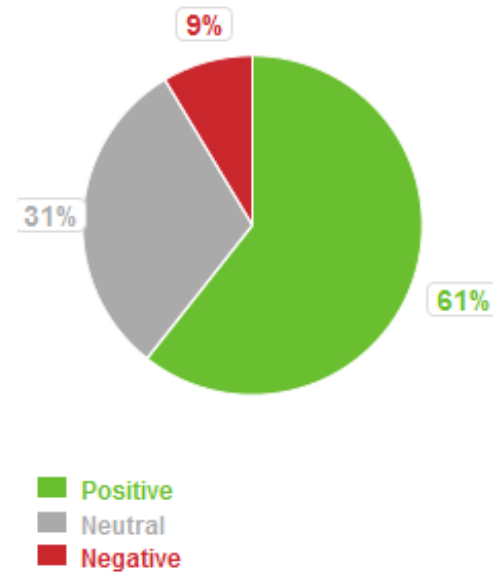


josiahjc: "@1LOVETO: **Stella Artois** Légère In Toronto <http://t.co/hnnM7WQ>" who will be the lucky neighbourhood to get a @StellaArtoisCan Block Party?!
about 2 hours ago via *Twitter for iPhone* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

>> Adequação

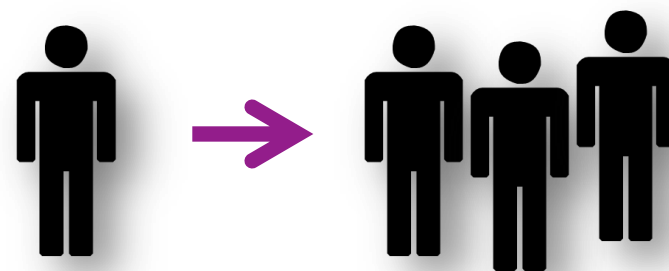


X



>> Influência

› **Influência** se refere ao grau de atenção e mobilização que um determinado perfil ou conteúdo pode gerar em outros.



- Exemplos: Média de Retweets que um perfil consegue; Número de Inscritos em canal do YouTube; etc.

>> Influência

@saraivaonline: 138 mil seguidores



Saraiva online

Brasil

THOUGHT LEADER

Twitter Oficial da Saraiva.com.br. Siga-nos e fique por dentro das principais novidades, lançamentos e promoções.

| @novo_submarino: 218 mil seguidores



Submarino.com.br

Brasil

THOUGHT LEADER

Twitter oficial do Submarino. Siga o @novo_submarino e fique por dentro de todas as novidades do site em 1ª mão.

>> Influência

@saraivaonline: 138 mil seguidores



Saraiva online

Brasil

THOUGHT LEADER

Twitter Oficial da Saraiva.com.br. Siga-nos e fique por dentro das principais novidades, lançamentos e promoções.

| @novo_submarino: 218 mil seguidores



Submarino.com.br

Brasil

THOUGHT LEADER

Twitter oficial do Submarino. Siga o @novo_submarino e fique por dentro de todas as novidades do site em 1ª mão.

Veja: www.klout.com

>> Influência

@saraivaonline: 138 mil seguidores



Saraiva online

Brasil

THOUGHT LEADER

Twitter Oficial da Saraiva.com.br. Siga-nos e fique por dentro das principais novidades, lançamentos e promoções.

@novo_submarino: 218 mil seguidores



Submarino.com.br

Brasil

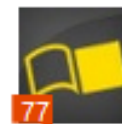
THOUGHT LEADER

Twitter oficial do Submarino. Siga o @novo_submarino e fique por dentro de todas as novidades do site em 1ª mão.

O “escore Klout”, que mede influência, não se baseia apenas em seguidores, mas também leva em conta a quantidade real de pessoas que interagiram com os perfis.

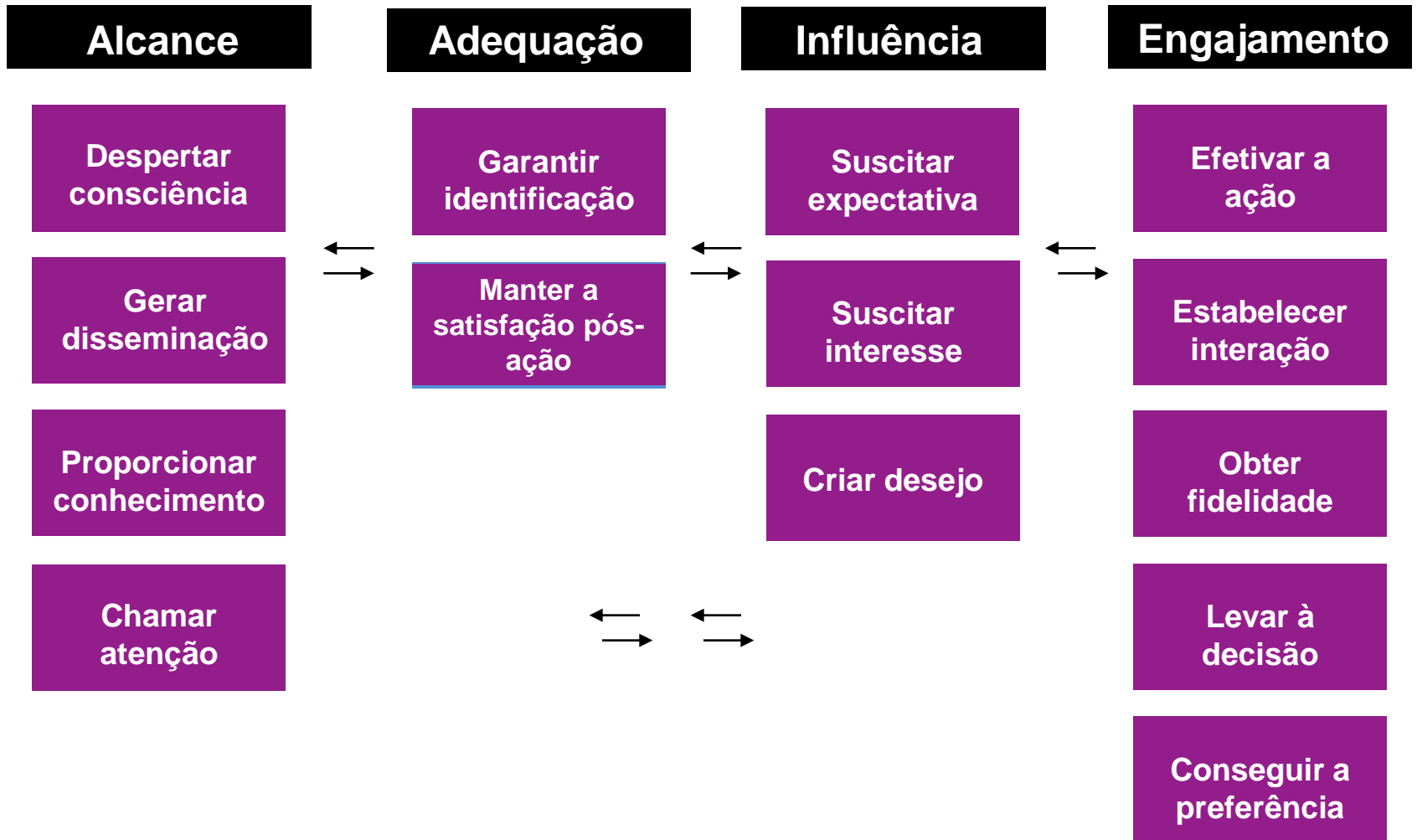
Veja: www.klout.com

Twitter & Facebook



	77	75
Twitter Followers	138,231	218,262
Total Retweets	61,599	34,481
Unique Retweeters	32,409	18,836
Unique Mentioners	13,517	15,053

>> Mensuração e Objetivos



>> **Mensuração e Mídias Sociais: muitas abordagens**

Entender, desenvolver, definir e seguir critérios em cada empresa, projeto e cliente. Desafios:

- Entender cada mídia social relevante a fundo
- Incorporar as metodologias em softwares customizáveis
- Estabelecer métodos de cruzamento com informações financeiras
- Circular e trocar conhecimento sobre o tema
- resumindo, o que o mercado precisa é entender que a comunicação digital é fluída e justamente por isso é preciso mais rigor e pesquisa contínua.

>> Ebook Comunicação e Marketing Digitais

- O Poder do Engajamento Através da Promoção nas Plataformas Sociais
- Comunicação 2.0: O Virtual Construindo Pontes para o Marketing Digital
- Apontamentos sobre Métricas em Comunicação e Marketing Digital
- O Poder do Conhecimento
- Mensuração em Mídias Sociais: Quatro Âmbitos de Métricas
- Transmídia Storytelling: A Arte de Contar Estórias de Marketing
- Netnografia e Coolhunting: Identificando Aspectos Comportamentais e Tendências nas Mídias Sociais
- Comunicação Móvel e Mobile Marketing: Conceitos, Usos e Aplicações
- Mídias Sociais e Inovações na Educação



Leia o artigo "**Mensuração em Mídias Sociais: Quatro Âmbitos de Métricas**", escrito por Tarcízio Silva e Renata Cerqueira e base desta apresentação.

>> Referências

- **#Mídias Sociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões** (Tarcízio Silva, Danila Dourado, Marcel Ayres, Renata Cerqueira)
- **Retorno de Investimentos em Comunicação: Avaliação e Mensuração** (Mitsuru Yanaze, Otávio Freire e Diego Senise)
- **Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações** (Mitsuru Yanaze)
- **Teorizar e Medir: a pesquisa na gestão da imagem e da reputação** (Cristina Panella)
- **Does Measurement Measure Up?: how numbers reveal & conceal the truth** (John M. Henshaw)

Imagens: EveryStockPhoto; PhotoXPress; wikimedia; stock.xchng;
<http://mypix.com.br/pixpocketmag/tag25-tudo-sobre-fita/>

>> Leia mais



>> Conexões

Tarcízio Silva – Diretor de Pesquisa e Desenvolvimento da **PaperCliQ**, mestrando no PPGCCC-UFBA e membro do GITS. Co-organizador dos ebooks “Mídias Sociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões” e “Mídias Sociais e Eleições 2010”.

www.tarciziosilva.com.br/blog

www.slideshare.net/tarushijio

www.twitter.com/tarushijio

www.gitsufba.net



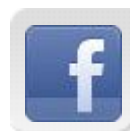
>> Conexões

+ Conteúdo

PaperCliQ:

www.papercliq.com.br

www.papercliq.com.br/blog



Tel.: (71) 3013-1432

Av. Tancredo Neves – Ed. Esplanada Tower, 939 – Sala 403
– Caminho das Árvores | CEP 41.820-021 | Salvador-BA