

A Cartografia no BLOG e Twitter

As ferramentas colaborativas estão crescendo acompanhando um fenômeno social importante que é a cada vez maior disponibilidade da internet. As empresas estão percebendo isso e investindo nessa área. Tanto o BLOG quanto o Twitter na Internet já são uma tendência.

O Blog é uma página web atualizada frequentemente, composta por pequenos parágrafos apresentados de forma cronológica. É como uma página de notícias ou um jornal que segue uma linha de tempo com um fato após o outro. O conteúdo e tema dos blogs abrange uma infinidade de assuntos que vão desde diários, piadas, links, notícias, poesia, ideias, fotografias, enfim, tudo que a imaginação do autor permitir.



Os Blogs já vêm sendo largamente utilizados por jornais online, jornalistas, por grandes lojas do varejo, multinacionais, área acadêmica...E o objetivo é sempre o mesmo, postar uma informação, emitir uma opinião, divulgar um produto e aguardar os comentários dos internautas. Ou seja, interagir com o leitor, com o cliente, aluno, colaborador....Paras as empresas vale a pena investir num Blog Corporativo. O Blog é uma maneira fácil de trocar

informações com os seus funcionários e clientes e ao mesmo tempo dá visibilidade para a empresa. Mas, antes de por em prática um blog, a empresa precisa ter em mente que é preciso ter o que falar, ter conteúdo e estar preparado para receber críticas e sugestões.

O Blog corporativo já é uma ferramenta colaborativa consolidada. A maioria das empresas que adotou o blog, teve bons resultados na troca de informação, divulgação de produtos, ideias e novidades com relação a empresa.

Já o Twitter teve um crescimento exponencial de usuários neste último ano. O salto foi de aproximadamente 1600% entre julho de 2008 e julho de 2009, quando o serviço chegou a 51,6 milhões de pessoas no mundo, segundo dados da consultoria comScore. O Twitter conseguiu um uso e um alcance que nenhuma outra rede teve antes. Afirma Pollyana Ferrari, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e professora da PUC-SP. O Twitter é uma rede social baseada em mensagens instantâneas curtas, de até 140 caracteres. A ideia inicial do Twitter era permitir que os usuários informassem, de maneira simples, o que estavam fazendo no momento, e agora o que começou com a pergunta “O que está fazendo?” já se expandiu para “vejam isto, visitem este site, leiam este artigo”, sendo bastante utilizada agora para coberturas jornalísticas em tempo real. Nos Estados Unidos, basta ligar a TV e ver que as maiores campanhas publicitárias já incluem o Twitter em seus roteiros. Em todos os lugares, inclusive no Brasil, as celebridades já adotaram a ferramenta e isso não vai mudar tão cedo.



E mais, o Twitter anunciou em agosto por meio de seu blog oficial, que irá implementar recursos de localização geográfica ao site e a desenvolvedores. Esta nova função permitirá que as mensagens postadas no microblog contenham informações geográficas. De acordo com o site, para não interferir na privacidade, os usuários terão a opção de ativar ou não o novo recurso. E também será traduzido para o português a começar pela tradicional pergunta “What are you doing?” (O que você está fazendo?). Atualmente o serviço – originalmente em inglês – está traduzido para apenas

uma língua, embora 60% dos usuários estejam fora dos Estados Unidos. A tradução para o português deverá estar pronta até o início do ano que vem, segundo Evan Williams, fundador do serviço microblogging e rede social Twitter.

No mundo corporativo o Twitter tem se popularizado cada vez mais entre as empresas por permitir uma comunicação rápida e ainda para um público que consentiu receber informações sobre a respectiva empresa. Apesar de as empresas estarem fazendo uso do Twitter mais para postar links que direcionam para matérias publicadas nos seus respectivos sites e divulgar seminários e congressos, a tendência é usar o Twitter para gerar negócios. O Twitter além de permitir feedback, pode ser um canal de vendas e ainda compartilhar rapidamente a sua marca entre os seus seguidores. Ainda, o Twitter invade menos a privacidade, pode ser um substituto do e-mail e realizar um acompanhamento da opinião dos usuários sobre os produtos.

Segundo dados do próprio site do Twitter (www.twitterbrasil.org), a empresa Dell, em cerca de 6 meses, já vendeu 1 milhão de dólares via Twitter e a Tecnis, em 1 dia de divulgação de promoções exclusivas para usuários de redes sociais gerou mais cadastros que um anúncio online no formato display. O site Comprafacil.com lançou em agosto uma série de leilões de produtos pelo microblog, assim como a LG lançou uma campanha gerando um perfil para o refrigerador TopMount.

Mas, com todos os dados citados acima, as empresas no geral ainda exploram pouco as possibilidades do Twitter.

Na área da Cartografia, no Brasil, o panorama não é diferente. É possível encontrar vários sites direcionados para a Cartografia, porém as ferramentas colaborativas ainda são muito pouco exploradas e a maioria fala sobre curiosidades do mundo da Cartografia, ou mesmo mostra uma visão romaneada, carecendo de informações técnicas. É preciso que, a Cartografia se popularize mais, disponibilizando mais conteúdo técnico, mais fóruns, mais BLOGs e Twitters. Os casos de sucesso entre as empresas que adotaram tanto o Blog quanto o Twitter como marketing ou canal de venda já estão aí para provar que vale a pena investir nessas ferramentas.

Para finalizar, segue abaixo alguns exemplos de BLOGs e Twitters nessa área, para que o leitor tenha uma ideia do que encontra-se hoje disponível na Internet.



Exemplo de um BLOG que fala sobre Cartografia.

<http://www.blogcatalog.com/blog/luis-carlos-madeira>



BLOG direcionado ao Geoprocessamento

<http://bloggeoprocessamento.blogspot.com/>



Twitter da ESTEIO

<http://twitter.com/ESTEIO>



Twitter do MundoGEO

<http://twitter.com/MundoGEO>

Eliana Ferreira Cascaes Correia – Engenheira da Computação responsável pelo Departamento de Tecnologia da Informação da Empresa ESTEIO Engenharia e Aerolevantamentos S.A.



ESTEIO