

Decorreu no dia 28 de fevereiro, a convite da Fundação da Juventude, um evento informalmente interessante, onde vários profissionais puderam partilhar o seu conhecimento e experiência sobre resultados nas redes sociais. Veja neste vídeo um resumo do que se passou!

Tema |“Redes Sociais: uma nova forma de negócio”

Mote /Tendo como ponto de partida a sociedade actual e como perspectiva as suas novas procuras e costumes, propõe-se uma conversa que visa despertar para a importância do papel, hoje em dia, assumido pelas novas tecnologias, o mundo virtual e as suas ferramentas, no fundo, para a sua transversalidade e impacto quando tocada a palavra “negócio”; conhecer e compreender os diferentes caminhos que aqui se criaram e se criam, a sua evolução e as suas formas de expressão e comunicação; bem como reflectir sobre a importância deste novo meio relacional no actual momento vivido.

A sociedade em que vivemos actualmente, a denominada “sociedade da informação”, assume-se cada vez mais virtual e, por isso, achamos que fazia todo o sentido abrir-se portas para esta temática proporcionando-lhe um espaço próprio neste nosso novo debate.

De facto, com o contínuo amadurecimento da internet deparámo-nos com um crescimento exponencial e cada vez mais fortificado de produção de informação, de diferentes fluxos comunicacionais e de espaços relacionais. De certo modo, de uma forma natural, passou a existir uma maior e mais facilitada interacção entre as pessoas, sejam estas em nome individual, colectivo ou institucional, assim como dos conteúdos neste meio criados e disponibilizados.

Entre as mais variadas ferramentas criadas e disponibilizadas neste meio, surgem as redes sociais como uma das que mais se aborda e debate neste momento. Como espaço dedicado à ligação de diferentes indivíduos, à comunicação e relação dos mesmos, apresenta-se como um novo mundo relacional. Aqui, com o facilitismo comunicacional e a junção do Mundo todo num mesmo espaço virtual criam-se caminhos e cruzamentos que até então não existiam. Este novo espaço virtual passa a servir não só o relacionamento pessoal e colectivo, como também o relacionamento empresarial e institucional.

Hoje em dia, o uso destas redes sociais é encarado, na realidade, como um meio necessário no planeamento e estratégia da grande maioria dos empresários e empreendedores. Esta

ferramenta, não se trata somente de um meio diferente e mais dinâmico mas também de um espaço que abarca toda uma panóplia de oportunidades, informações e inspirações que, quando estudadas e utilizadas de uma forma estratégica e bem delineada passam a ser um aliado da criação de novos negócios, do alcançar de novos clientes, do arrecadar de novos colaboradores e interessados.

Aqui, ambas as partes estão em constante transformação, seja quem cria o negócio, porque procura seguir as diferentes ondas de interesse e procura, seja quem adquire, porque procura seguir as diferentes ofertas existentes. No fundo, neste meio, ambos se moldam directamente procurando, no fim, alcançar o equilíbrio desejado, a compatibilidade da procura e da oferta.

Ao abordarmos esta temática não podemos deixar de referir que as redes sociais, quando encaradas como uma nova forma de negócio, abriram portas para negócios que até então eram íntimos, chegados aos amigos e grupos circundantes.

Aqui, os pequenos negócios, que não estando directamente ligados a uma empresa ou instituição são constituídos apenas pelo prazer de criar e, que até então chegavam de “boca a boca” a um pequeno número de consumidores, adquiriram com as redes sociais uma nova amplitude. O que outrora alcançavam com uma divulgação custosa e demorada encontra-se, agora, à distância de um click. De facto, a diminuição da distância, a comunicação fácil e os acessíveis meios que estas redes disponibilizam e proporcionam veio alterar toda uma lógica de relação, de comunicação e interacção até então existente.

Como todos os meios existentes, também as redes sociais possuem os seus aspectos positivos e os seus aspectos negativos. O que se apresenta, nos dias de hoje, como um meio facilitador comunicacional, como um espaço propício para novos cruzamentos e ligações, poderá, por outro lado, apresentar-se como um meio redutor da relação física do consumidor e criador. Estaremos a caminhar para um mundo de negócio cada vez mais virtual e cada vez menos pessoal?

Procurar-se-á que estes e muitos outros aspectos sejam aqui levantados e debatidos. Através do cruzamento de diferentes ideias, experiencias e pessoas pretendemos dar voz a esta nova realidade através de quem a vive e a torna viva, a sociedade nas suas diferentes expressões.

Áreas de intervenção | Redes Sociais; Comunicação; Tecnologia; Internet; Sociedade; Negócio; Inovação

Convidados | **ANA SOFIA GOMES**, Directora Geral da Agência Comunicarte; **FERNANDO MOREIRA DE SÁ**,

Nextpower Norte

; **HÉLDER BARBEDO**,

4 Best

; **HÉLDER GONÇALVES**,

Técnico Superior Principal de Comunicação Social da Câmara Municipal de Matosinhos

; **INÊS SANTOS SILVA**,

Startup Pirates

; **JORGE REMONDES**,

Universidade Lusíada

; **LUÍS M CORDEIRO**,

fundador e director criativo da Bydas;

SORAIA FERREIRA,

Travelplot Porto

; **VASCO MARQUES**,

Portal do Sucesso

.

Conceito | Esta Tertúlia é um espaço de informação e de debate, alargando o seu âmbito de actuação à opinião e às ideias que serão apresentadas por parte dos convidados e de todos os presentes, com as suas interrogações e as suas dúvidas, contribuindo para o enriquecimento da troca de ideias e experiências criativas. A ideia da Tertúlia, subordinada ao tema de **“Redes Sociais: uma nova forma de negócio”**

é propiciar uma conversa e um intercâmbio de experiências, num ambiente descontraído e distante dos compromissos quotidianos.

Objectivos | Os objectivos da Tertúlia **“Redes Sociais: uma nova forma de negócio”** são estimular a discussão sobre o tema, criar redes de contactos para os Jovens com instituições e profissionais convidados da referida área temática, criar espaços de encontro inter-geracionais de partilha de contactos e experiências e dar voz aos vários movimentos, instituições e profissionais, tendentes a aumentar a reflexão e a participação cívicas.