

Mídia, educação e publicidade usam micromensagens

DA REPORTAGEM LOCAL

Britânicos perdem metade do trabalho com distrações online, diz estudo. Saiba o que faz um engenheiro de produção. E aprenda a fazer uma receita de um bife gordo ao alecrim.

Com apenas 140 caracteres, a BBC Brasil dá uma notícia, a PUC Minas expõe uma nova profissão e o filme “Estômago” faz sua divulgação.

Muito além de “o que você está fazendo?”, o Twitter é usado como ferramenta para temas distintos, como jornalismo, educação e publicidade.

“O Twitter tem um poder de compartilhar conhecimento, de potencializar a circulação de informações”, afirma Alex Primo (**alexprimo.com**), professor de comunicação da UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul).

Da teoria à prática, o professor da Faculdade de Comunicação e Marketing da FAAP Eric Eroí Messa começou a usar o Twitter para divulgar blogs de seus alunos. Ele lê as páginas e usa o microblog para indicar e comentar os posts que considera relevantes. “Os alunos têm mais visitas e se

sentem estimulados. Ampliam o conhecimento de uma forma que não faziam antes,” diz.

David Parry, professor que faz parte do projeto Academ Hack (**academhack.org**), sobre uso de tecnologia na academia, afirma que o Twitter ajuda a expandir as paredes de instituições. “O divisor de águas do futuro será caracterizado por aqueles que entendem como usar novas tecnologias, ressaltando seu potencial social, e aqueles que não”, disse, em entrevista à **Folha**.

Propaganda

A publicidade busca formas eficientes de atuação em um meio relativamente novo como a internet e investe em redes.

“O que dá certo é oferecer algum tipo de utilidade para as pessoas”, diz Carlos Merigo, publicitário que trabalha com mídias sociais e mantém o blog **www.brainstorm9.com.br**.

Para Merigo, o Twitter serve para gerar um relacionamento com as pessoas. “É uma ferramenta perfeita para uma marca estar presente no dia-a-dia do consumidor. Mas se fizer algo que não interessa, certamente vai ser ignorada.” (DA)