

Mídias Sociais

Aula 01

Plano da disciplina
Introdução



Dalton Martins
dmartins@gmail.com

Bacharelado em Gestão da Informação
Faculdade de Informação e Comunicação
Universidade Federal de Goiás

Foco da disciplina

- Há muitas abordagens possíveis para uma disciplina sobre Mídias Sociais, dado a **interdisciplinaridade e complexidade do tema**;
- Pode-se ressaltar algumas grandes áreas envolvidas e seus principais interesses:
 - Marketing:
 - estratégias de promoção de ideias, serviços, produtos, ampliando potencial de venda;
 - Comunicação:
 - possibilidades de interação e produção de comunicação a partir de várias estratégias e entendimentos do que é comunicação;
 - Tecnologia:
 - Protocolos, linguagens de programação, dispositivos móveis, bancos de dados e soluções para um tipo de interação em rede;
 - Economia/Administração:
 - O trabalho em rede, a produção imaterial, novas formas de produção e circulação da informação estratégica;
 - Sociologia/Psicologia:
 - Possibilidades e novos padrões de relacionamento entre pessoas, comportamento, formas de apropriação;

Foco da disciplina

Qual o foco de um curso de Gestão da Informação?

Se temos um campo próprio e ao mesmo tempo interdisciplinar de atuação, como olhar para as mídias sociais de maneira a fazer sentido com a proposta da GI?

Foco da disciplina

- O que interessa para a GI são os **fenômenos informacionais**, logo **humanos**, relacionados a essas mídias;
- Cabem aqui perguntas do tipo:
 - **Que informações** são produzidas nessas mídias;
 - **Como são produzidas**: por quem, como, quando, onde, com quem;
 - Como entender e utilizar de **forma estratégica** as mídias sociais como fontes de informação: tanto para entender o que já existe ali quando para produzir novas informações;
 - Como **mapear, organizar e tratar** essas informações;
 - Que tipos de **produtos e serviços** informacionais podem ser gerados a partir delas;
 - Como **avaliar estratégias e entender que fenômenos relacionais** se passam nesses espaços;
 - Como **analisar essas informações de maneira crítica**, entender seus pressupostos e gerar novos conhecimentos.

Foco da disciplina

- O que **não faremos** nessa disciplina:
 - Não vamos montar um plano de marketing para usar as mídias sociais como meio de promoção de um produto, serviço ou ideia;
 - Não vamos tentar induzir pessoas a replicarem um conteúdo específico e criar um “viral”;
 - Não vamos discutir como você “deve” se comunicar em cada mídia para obter o máximo “proveito” desse espaço;
 - Não vamos focar em funcionalidades técnicas.

Foco da disciplina

- O que **faremos** nessa disciplina:
 - Vamos discutir a ideia e o conceito de rede, sua história, suas múltiplas aplicações e usos contemporâneos;
 - Vamos discutir as principais vertentes teóricas que ajudam a entender o fenômeno atual das mídias sociais:
 - Inteligência coletiva, trabalho imaterial e neoliberalismo;
 - Vamos discutir a perspectiva analítica das redes sociais:
 - Análise estrutural e dinâmica das redes: teorias de análise, métricas e indicadores, formas de visualização.
 - Vamos discutir as principais mídias sociais da atualidade e suas formas de uso.

Avaliação

30% - resenhas de textos/estudo de caso

40% - projeto prático – projeto aplicado de gestão da informação para mídias sociais para uma organização

30% - avaliações P1 e P2

Estudos de caso

Wikipedia

Google

Amazon

Uber

Waze

Booking.com

AirBnB

Facebook

Twitter

WhatsUp

Netflix

Spotfy

Mercado livre

Estrutura da apresentação de estudo de caso:

1. Modelo de negócio: como essa empresa/serviço gera valor;
2. Algoritmo: como gere e organiza os dados/informação;
3. Impacto na sociedade e o que mudou com sua existência?
4. Valor da empresa na bolsa
5. Quantos empregados? Quantos TI?
6. Serviços oferecidos
7. Que características de mídia social possui? Como envolve seus usuários? E o que os permite fazer em conjunto?
8. 3 estudos de referência
9. inovações produzidas
10. O que é útil para a GI?

Vídeos de referência

- <http://tvescola.mec.gov.br/tve/video/informatica-e-educacao-era-da-informacao>
- <http://tvescola.mec.gov.br/tve/video/informatica-e-educacao-era-do-conhecimento>

Vamos para a outra apresentação... entrando na introdução a disciplina.

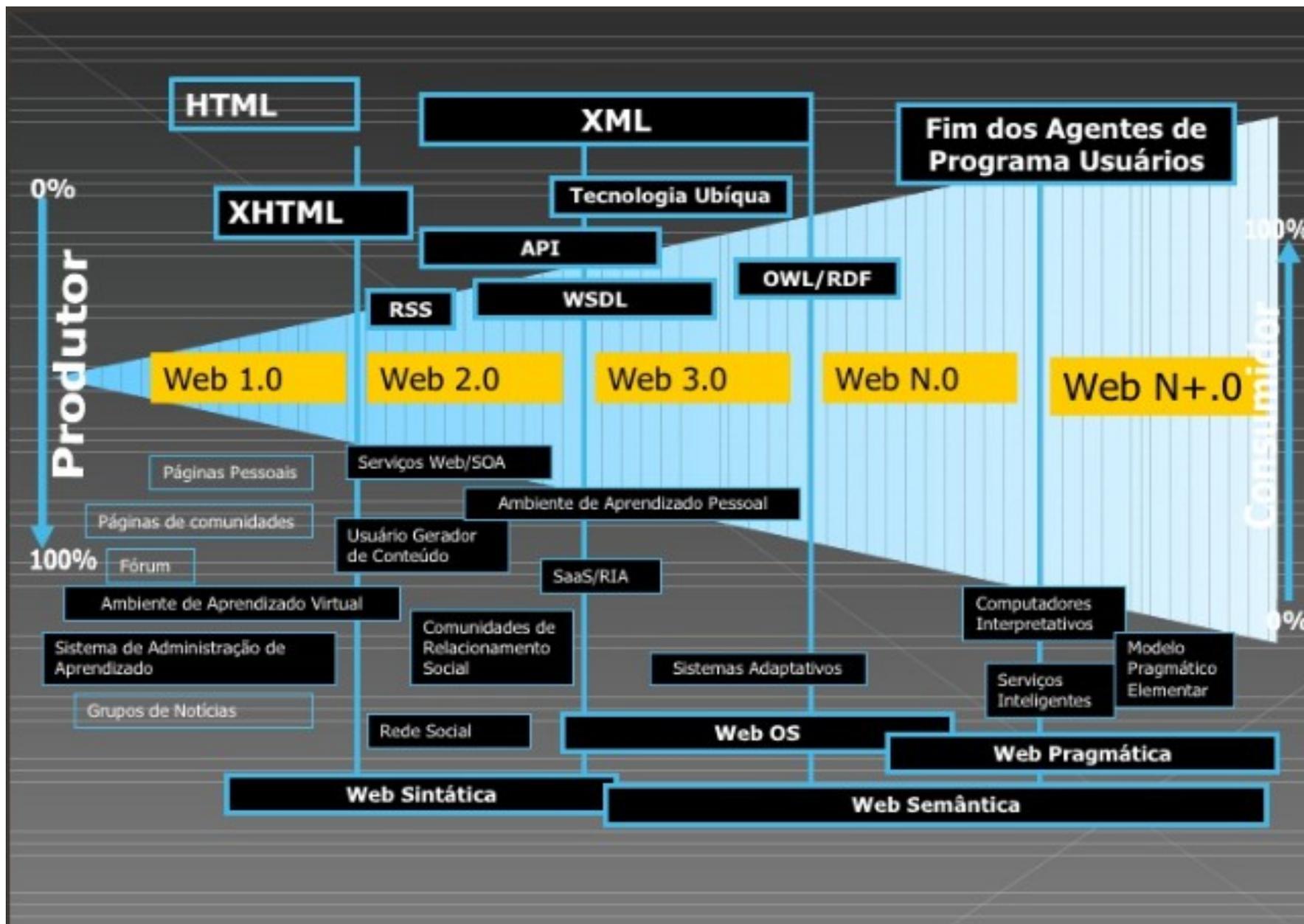
Mídias sociais

- As "ferramentas de mídias sociais" são sistemas projetados para possibilitar a **interação social** a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. Eles possibilitaram a publicação de conteúdos por qualquer pessoa, baixando a **praticamente zero o custo de produção** e distribuição ao longtail - antes esta atividade se restringia a grandes grupos econômicos.
- Esta interação e a maneira na qual a informação é apresentada dependem nas várias perspectivas da pessoa que compartilhou o conteúdo, visto que este é parte de sua história e entendimento de mundo.
- um grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da **Web 2.0**, e que permitem a criação e troca de **Conteúdo Gerado pelo Utilizador (UGC)**. Mídias sociais podem ter diferentes formatos como blogs, compartilhamento de fotos, videologs, scrapbooks, e-mail, mensagens instantâneas, compartilhamento de músicas, crowdsourcing, VoIP, entre outros.

Mudanças tecnológicas AJAX: ampliação do nível de interação

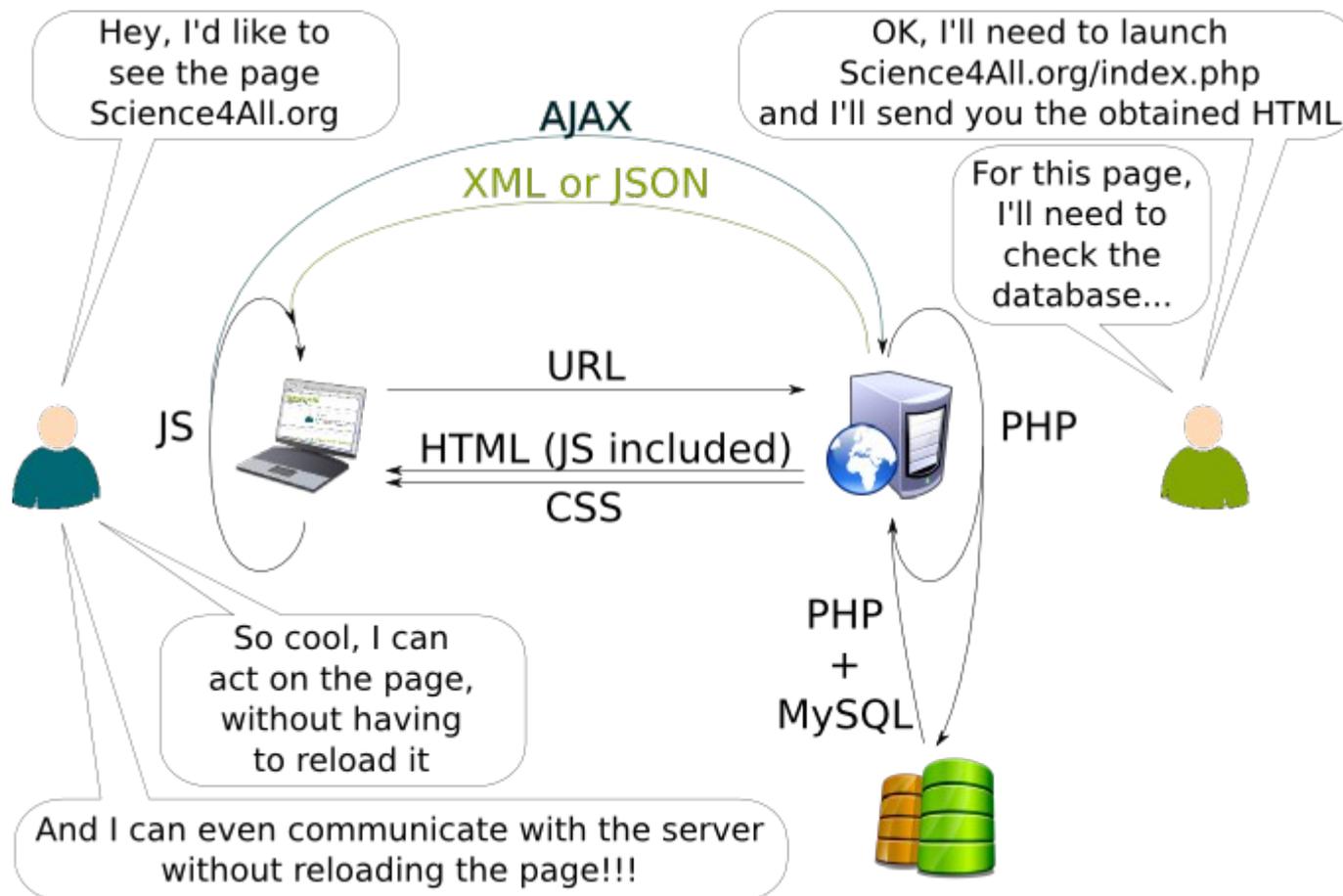
- O surgimento de novas tecnologias para desenvolvimento de aplicações permitiu um salto de qualidade e interatividade no uso da web extremamente significativo;
- Foi somente a partir desse momento, em torno do início dos anos 2000, que surgiram aplicações com características de mídias sociais:
 - É imprescindível para um mídia ser considerada social ela permitir interação entre seus usuários;
 - As possibilidades de criação de diferentes tipos de interação e as maneiras de utilizá-las criaram uma diversidade de aplicações tais quais conhecemos hoje.
- Essas tecnologias de base das mídias sociais são conhecidas pela sigla AJAX.

Evolução da Web



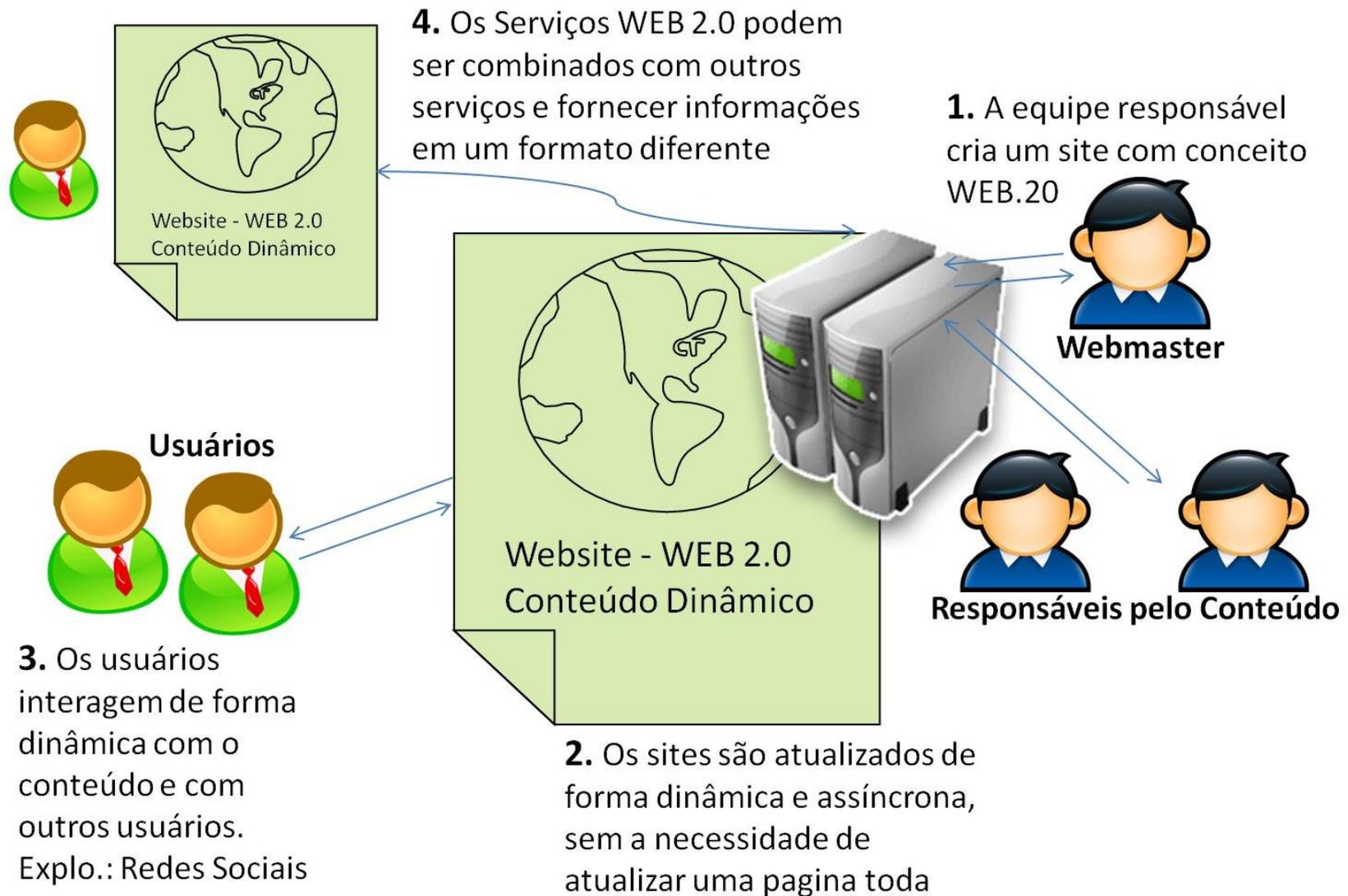
Mudanças tecnológicas AJAX: ampliação do nível de interação

- standards-based presentation using XHTML and CSS;
- dynamic display and interaction using the Document Object Model;
- data interchange and manipulation using XML and XSLT;
- asynchronous data retrieval using XMLHttpRequest;
- and JavaScript binding everything together."



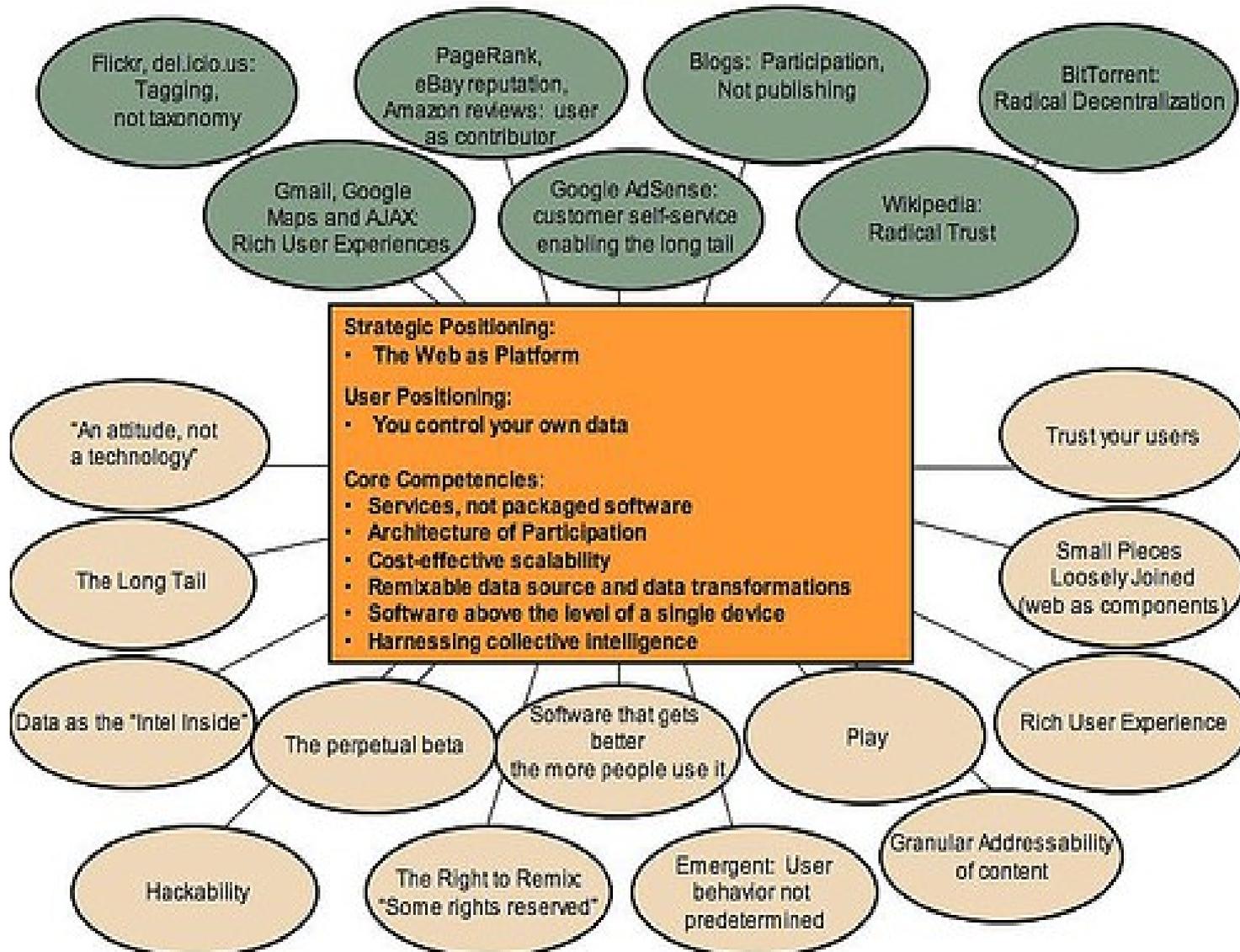
Paradigma de uso

WEB 2.0



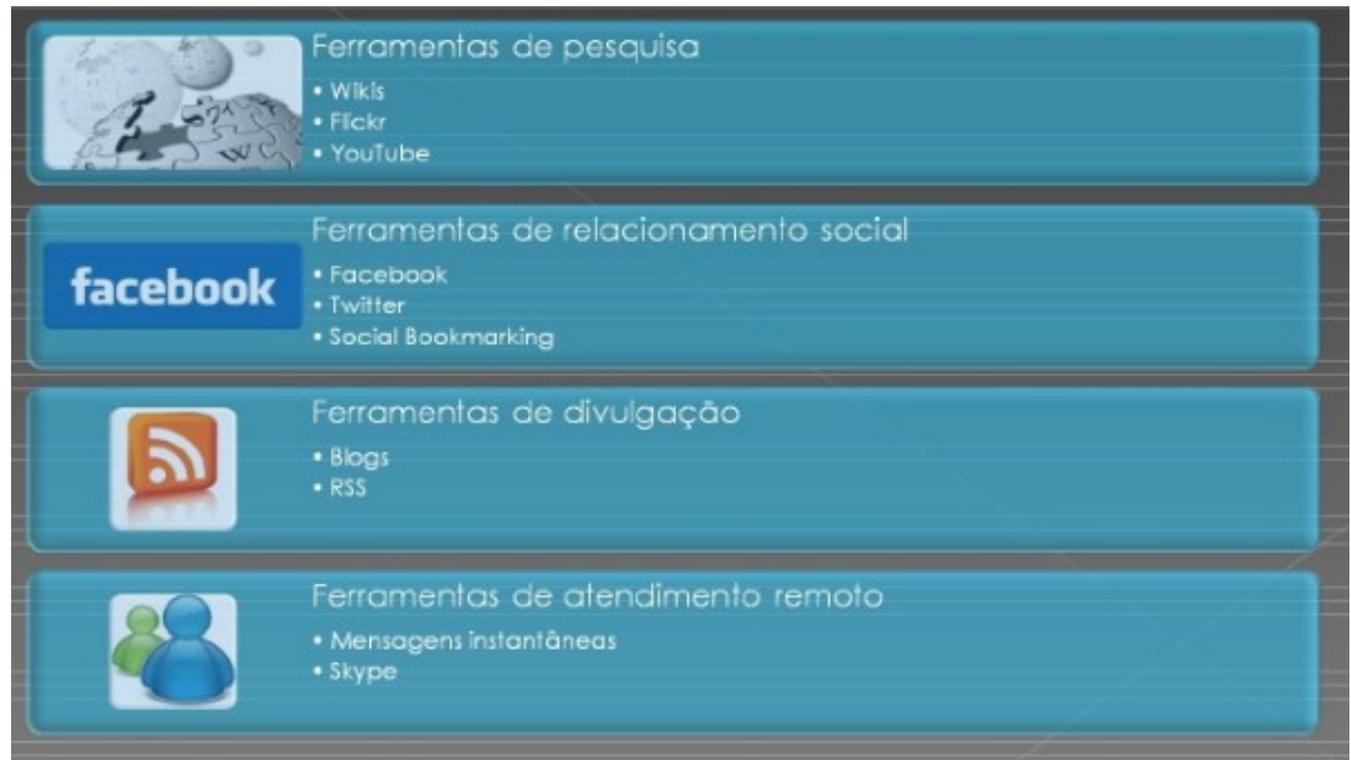
Mememes da web 2.0

Web 2.0 Meme Map



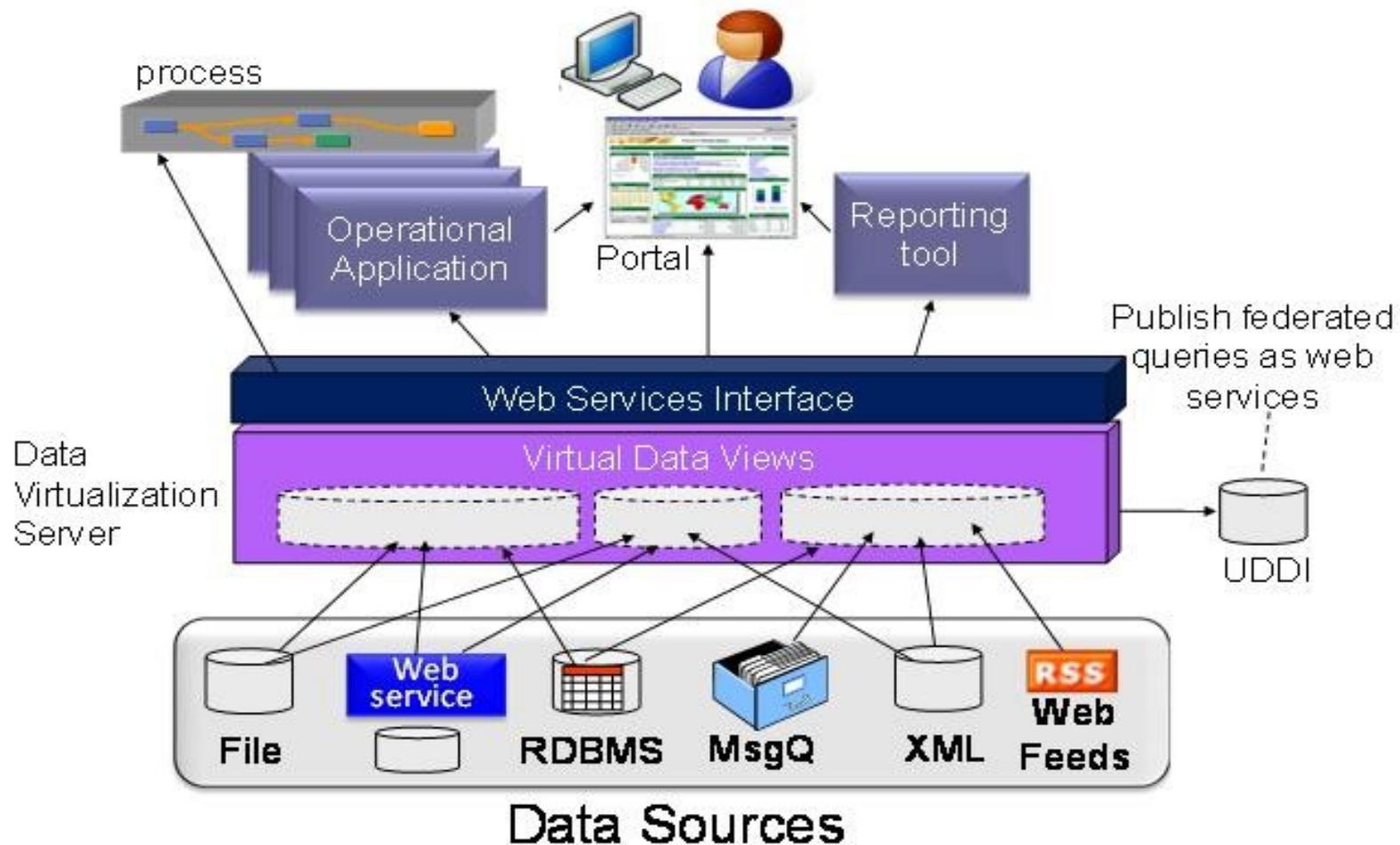
Tipos de ferramentas a partir de mídias sociais

- Wikis
- Flickr
- Youtube
- Twitter
- Facebook
- Blogs
- Social bookmarking
- Rss
- Mensagens instantâneas



Mudanças na Arquitetura de Serviços e Produtos em Tempo Real: as mídias sociais como fontes

The On-Demand Information Services Pattern



Desdobramentos da web 2.0

Há 8 consequências informacionais e tecnológicas fundamentais das mídias sociais por consequência da própria web 2.0.

1. **The Long Tail**

Small sites make up the bulk of the internet's content; narrow niches make up the bulk of internet's the possible applications. *Therefore:* Leverage customer-self service and algorithmic data management to reach out to the entire web, to the edges and not just the center, to the long tail and not just the head.

2. **Data is the Next Intel Inside**

Applications are increasingly data-driven. *Therefore:* For competitive advantage, seek to own a unique, hard-to-recreate source of data.

3. **Users Add Value**

The key to competitive advantage in internet applications is the extent to which users add their own data to that which you provide. *Therefore:* Don't restrict your "architecture of participation" to software development. Involve your users both implicitly and explicitly in adding value to your application.

4. **Network Effects by Default**

Only a small percentage of users will go to the trouble of adding value to your application. *Therefore:* Set inclusive defaults for aggregating user data as a side-effect of their use of the application.

Desdobramentos da web 2.0

Há 8 consequências informacionais e tecnológicas fundamentais das mídias sociais por consequência da própria web 2.0.

5. **Some Rights Reserved.** Intellectual property protection limits re-use and prevents experimentation. *Therefore:* When benefits come from collective adoption, not private restriction, make sure that barriers to adoption are low. Follow existing standards, and use licenses with as few restrictions as possible. Design for "hackability" and "remixability."
6. **The Perpetual Beta**
When devices and programs are connected to the internet, applications are no longer software artifacts, they are ongoing services. *Therefore:* Don't package up new features into monolithic releases, but instead add them on a regular basis as part of the normal user experience. Engage your users as real-time testers, and instrument the service so that you know how people use the new features.
7. **Cooperate, Don't Control**
Web 2.0 applications are built of a network of cooperating data services. *Therefore:* Offer web services interfaces and content syndication, and re-use the data services of others. Support lightweight programming models that allow for loosely-coupled systems.
8. **Software Above the Level of a Single Device**
The PC is no longer the only access device for internet applications, and applications that are limited to a single device are less valuable than those that are connected. *Therefore:* Design your application from the get-go to integrate services across handheld devices, PCs, and internet servers.

Atividade

Ler o artigo “O que é web 2.0” disponível na página da disciplina.