

**“REFLETIR E TENTAR IMPACTAR MINHA REDE
PARA ESSE OLHAR”**

Tarcízio Silva com Jackelin Wertheimer Cavalcante¹

Tive a oportunidade de conversar com Tarcízio Silva sobre suas atividades como blogueiro ao convidá-lo a participar como ator social de minha pesquisa de mestrado. A entrevista aconteceu em um café próximo à Avenida Paulista, um Starbucks que, por seu wifi livre, acaba atraindo muitos profissionais que lidam diretamente com internet.

Jackelin Wertheimer Cavalcante (JWC): Você poderia descrever sua trajetória e como o blog se insere nela?

Tarcízio Silva (TS): O blog pra mim, na verdade, foi essa coisa de... tanto gerar visibilidade... Que isso, na verdade, veio depois. Eu comecei a perceber que essa visibilidade gerada poderia me trazer determinados tipos de valores, que poderiam ser transformados em valores profissionais, em valores... valores financeiros e... a coisa de ser uma espécie de... registro, ou diário – pra usar a raiz do termo – do que eu estou fazendo, do que eu estou estudando. Então os blogs que eu dei algum tipo de destaque na minha vida, ou intensidade de uso e de engajamento com a escrita, foram os blogs profissionais. Antes desse blog que eu tenho agora...na verdade eu exportei as postagens pra esse blog de um blog que eu tinha da área de design editorial.

JWC: Que foi onde você começou?

TS: Isso. Porque eu fiz um... quer dizer, eu não cheguei a trabalhar com design editorial, mas eu fiz meu TCC na área.

JWC: Ah, entendi.

¹ Testemunho de Tarcízio Silva conduzido por Jackelin Wertheimer Cavalcante, dia 24 de setembro de 2014, em São Paulo, Brasil.

TS: E aí eu fiz um TCC que analisou a... a revista Fraude, que é uma revista laboratorial lá do Pet da FACOM e eu tentei aplicar o tema de design cambiante - que é um termo que o Rudinei Kopp, que é um pesquisador de design brasileiro, utiliza - na ideia de projeto editorial da revista. Porque a cada ano a revista mudava – mais por causa dos bolsistas que estavam em cada ano (porque isso variava muito, porque são aqueles bolsistas que produzem a revista) – do que exatamente... é... previsto. Então todo ano a revista mudava, mais tinha algumas espécies de referências permanentes. Algumas referências tanto temáticas quanto de design. Então eu cheguei a trabalhar na revista cinco e seis, que era um – não, quatro, cinco e seis – que eram revistas – seis! quatro, cinco e um pouquinho na seis – que eram revistas anuais... E eu decidi fazer um TCC sobre esse tema! Analisando a revista Fraude e propondo algumas espécies de direcionamentos.

JWC: Entendi. Mas essa revista era uma revista pra pesquisador?

TS: Não, era uma revista de... jornalismo cultural e focada em... é, na verdade mais jornalismo cultural. Durante um período esteve mais focada em cultura pop, só que à medida em que os alunos foram mudando de perfil, ela também mudou um pouco de estilo. Por que em 2005 foi implementada a coisa das cotas na UFBA e isso mudou muito a cara da faculdade, inclusive dos bolsistas Pet. Então a partir do final de 2006 o estilo e as referências foram mudando. Aí eu fui analisar e o meu TCC foi justamente sobre isso. Porque, na verdade, a minha graduação foi em produção cultural, só que eu não tinha o menor talento pra isso, e eu percebi isso no meio da minha graduação e tentei me aproximar de design editorial pra produzir revistas. Aí eu percebi que também não é a minha, que eu sou terrível em design e criação; e foi quando eu descobri o Observatório de Publicidade Digital que eu comecei a me aproximar dessa área. Mas eu descobri isso no final do curso, eu já estava trabalhando em design editorial e fazendo meu TCC sobre essa área. Então eu continuei fazendo o meu TCC nisso. E aí eu comecei a fazer um blog que se chamava Imagem, Papel e Fúria, que era um blog sobre... design, design editorial, revistas e arte. Então eu publicava sobre exposições que eu ia, eu publicava sobre artistas que eu consumia, publicava resenhas de livro na área de arte (porque eu estava participando um pouco de um grupo lá sobre fotografia e imagem) e resenhas de revistas que eram um

pouco semelhantes à Fraude: que tinham auto publicação, às vezes revistas de universidades ou revistas de jornalismo cultural. Porque era uma espécie de meio de eu fazer esse mapeamento pra eu fazer meu TCC. Então a produção do TCC foi muito facilitada pelo blog e vice-versa. Por eu estar fazendo o TCC, isso me ajudava a fazer o blog. Só que esse blog coincidiu quando eu entrei como bolsista no Observatório de Publicidade Digital, que é uma iniciativa em parceria da UFBA e da Propeg, que é a maior agência de publicidade da Bahia, que é mais ou menos a 15^a do país. E daí mais ou menos no final de... no início de 2008, esse laboratório foi implementado lá e você tem cinco bolsistas de graduação, um bolsista técnico e o professor Wilson Gomes, que é o professor mais reconhecido de lá, digamos assim, que tem um alto reconhecimento nas áreas de política, na época, cinema e um pouco em publicidade... e a ideia era pesquisar tendências sobre publicidade digital. Então enquanto eu estava trabalhando nesse Observatório, eu estava mantendo o blog; então eu comecei a pensar o blog também como uma espécie de produto de comunicação digital, e aí isso coincidiu com, do meu ponto de vista, a utilização mais intensa de mídias sociais... de forma mais intensa – tanto o blog quanto o Twitter – e eu comecei a montar uma espécie de rede de outros blogueiros e pessoas que liam meu blog a partir daí. Então eu comecei a montar uma espécie de audiência de pessoas que trabalham com design, que eram interessados em revistas e em arte, e algumas dessas pessoas que trabalhavam com comunicação. Então eu comecei a perceber que o blog influenciava isso em mim, que eu tinha uma produção de materiais que eram lidos por outras pessoas, eu observava as métricas do blog e via... sei lá... num determinado mês eu tive 15 mil views no meu blog. Então isso significava que o que eu escrevia no meu blog poderia ter algum tipo de relevância pra algumas pessoas. Então eu comecei a escrever mais e isso me ajudou a ter uma desinibição em relação ao meu trabalho. E na medida em que eu fui migrando pra comunicação digital, por estar nesse observatório, que era um observatório de uma universidade de excelência, com um professor que cobrava excelência, eu comecei a produzir alguns tipos de materiais que também me ajudavam a produzir conteúdo para o blog. Isso coincidiu também com a criação de uma agência, a Paper Click, que foi uma agência que eu fundei com alguns sócios e a partir daí a gente começou a se projetar pra conseguir prospectar clientes a

partir da produção de conteúdo. Então a gente produzia conteúdo com a marca e os sócios, de forma individual, tentavam produzir seus conteúdos e ganhavam algum tipo de projeção. Eu fazia isso com meu blog nas áreas de monitoramento, pesquisas digitais, o que era exatamente a minha expertise, que foi sendo criada ao longo do tempo e em parte por causa dos contatos, do networking e dos contatos que eu fiz por meio desse blog. E então a minha rede de contatos foi construída em torno desse blog. A partir desse blog eu conheci grupos de pessoas, por exemplo blogueiros da Bahia, que em 2008 e 2009 estavam bem articulados, porque essa foi uma espécie de era de ouro da ideia de blogs, blogueiros, etc.

JWC: O Twitter ajudou bastante nisso, não é?

TS: Sim! O Twitter ajudou muito a conectar as pessoas como, por exemplo, em 2008 você teve o BlogCamp Bahia. Na verdade foi o único BlogCamp que ocorreu e depois que essa ideia sumiu: acho que tem mais nenhuma regional que mantém isso... Aí eu pude conhecer mais gente no mercado por causa disso. Então foi uma soma de fatores: contato com outros blogueiros a partir do meu blog de design e a partir dessa transição pra comunicação digital, por causa do observatório, meu blog foi sendo transformado por causa disso. Então eu comprei outro domínio, que foi o tarcisiosilva.com.br, mais associado à minha figura mesmo; e o meu outro blog – que era terrível – era o Imagem, Papel e Fúria (que era uma referência a um artigo de McLuhan pra tentar adaptar à revista, mas era um nome muito ruim) e... enfim, durante esse processo, o blog foi essencial pra conhecer outras pessoas do mercado, inclusive pessoas com quem eventualmente eu viria a trabalhar depois como a Daniele Rodrigues², que foi minha gerente geral quando eu mudei aqui pra São Paulo, ou clientes ainda na minha agência na Bahia. Por exemplo, os dois maiores clientes que a gente teve durante o período que eu estive lá não foram prospecções nossas, foram pessoas que chegaram: “Tarcísio, a gente quer tal serviço”, como foi um monitoramento de uma campanha em 2010; e o outro foi uma consultoria para uma empresa de Social Games que chegaram devido àquela expertise

² Daniele Rodrigues Gerente de Real Time da Coca-cola. Também atua como professora de graduação e pós-graduação em entidades como Faculdade Cásper Líbero, InfNet e FAAP e é pesquisadora da USP.

percebida através dos nossos materiais, que tinham os blogs como pontos centrais.

Então durante esse período a produção do blog e materiais que eram incorporados no blog, especialmente em formato slideshow – por causa do Slide Share, que sempre esteve muito associado ao blog – me geraram essas espécies de contatos.

Durante esse período, também, apesar desse meu blog pessoal ter sido carro-chefe na minha formação, eu também colaborei em vários outros blogs que também me ajudaram nessa espécie de construção de redes em torno do blog e em torno... dos meus interesses! Então eu participei de um blog chamado Xiscando, que era um blog de um publicitário baiano, mas que tinha colaboradores de vários lugares do país, do blog Casa do Galo, que é de um profissional daqui que tinha uns dez colaboradores... na verdade, acho que esse blog ainda está ativo; e do blog Mídias Sociais do Israel Degásperi³, que foi onde eu conheci, por exemplo, a Mariana Oliveira⁴, que é uma pessoa muito influente no mercado de monitoramento – é gerente da Olgivy – e que a partir daí, das nossas conversas, a gente foi conhecendo gente nova do mercado. Então é uma espécie de rede que eu tenho hoje na área de monitoramento... teve o seu embrião na colaboração nesse blog por causa desse contato que foi feito entre mim e Mariana durante esse período.

JWT: E o Israel você conheceu por causa disso? De networking por causa do teu blog?

TS: É, também... Eu acho que o Israel tinha feito uma... o blog que tava começando a despontar, o blog dele, né? Aí eu acho que ele fez uma chamada pra colaboradores e aí eu mandei um texto, comecei a publicar e aí passei um tempo publicando lá no Mídias Sociais, no Mídias Blog e aí conheci outras pessoas por causa disso. Então cada um desses blogs que eu participei com meu blog, foi construindo redes que foram mantidas de forma mais explícita em outras mídias sociais, porque, obviamente, no blog eu tenho lista e seguidores, eu posso ver

³ Israel Scussel Degásperi é publicitário, pós-graduado em Novas Mídias, Rádio e TV. É um reconhecido profissional de marketing digital e possuía um conhecido blog sobre o assunto, para o qual Tarcizio Silva já escreveu.

⁴ Mariana Oliveira é gerente de Business Intelligence na RIOT, especialista em Business Intelligence, Monitoramento de Mídias Sociais e Métricas de Mídias Sociais.

na minha sidebar indicações de links como uma rede, mas isso foi um pouco melhor solidificado e um pouco melhor mantido com as outras mídias sociais em torno disso. Umas mídias sociais mais de relacionamento ou de informação, como Facebook, um pouco Orkut e Twitter, principalmente. E... É... Basicamente isso... É uma percepção panorâmica da utilização do blog pra mim...

JWC: E como você projeta o teu blog no futuro? Você se imagina sem ele? Ou acha que ele vai mudar, ou deslocar alguma coisa? No formato...

TS: Não. Na verdade, o formato blog... Até recentemente eu fiz uma pesqui... É uma pesquisa, na verdade que eu tô fazendo que é justamente mapear redes de blogs de diversos segmentos. Então, por exemplo, blog de moda plus size – é um estudo que eu estou fazendo, que eu vou publicar em breve... provavelmente pela empresa – que, a partir das sidebars dos blogs, das indicações de links, tecer a rede dos blogs desse segmento (estou fazendo isso com alguns segmentos). Curiosamente, no segmento de comunicação digital, os blogs meio que estão prescindindo desse tipo de funcionalidade. Diversos blogs que eu vejo como referencia, ou que eu vejo como... blogs que têm um impacto nesse mercado, nesse público... de comunicação e mídias sociais, mudaram seus layouts de modo que esse aspecto de rede quase some. Mudaram de layout pra ficar com mais cara de portal. Como o Mashable ou afins...

Então, por exemplo, acho que foi o Mídia 8 e o blog da Patrícia Moura⁵ que tiveram essas modificações de layout recentes e eram dois blogs que eu ia começar por eles, porque eles tinham as sidebars com diversos links. Que hoje é um recurso que na verdade não existe mais. Então tecer a rede do mercado de blogs de mídias sociais está muito mais difícil que de um segmento que não tem isso como foco, que é o caso dos blogs de moda plus size, que eu já fiz de uma forma bem extensa.

JWC: Até porque existe hub de blogs de moda... Então talvez por isso, por eles conseguirem se filiar, você acha que esse enfraquecimento (de outros setores) seja por causa disso?

⁵ Patrícia Moura é Publicitária, Especialista em Mídias Digitais e Professora de cursos de Pós-graduação em Marketing Digital em duas Universidades.

TS: Não, porque na verdade o segmento de moda plus size mantém essa lista de links, já o de mídias sociais não. No caso de mídias sociais, você não tem agenciadores de blog de forma tão explícita quanto você tem em outros segmentos. Então é algo... na verdade é o que eu vejo como efeito da retórica do novo e da novidade no mercado. Pessoas enfatizando esforços demais em circulação de informações no Facebook... e então se você tem uma página, se você consegue investir na página do Facebook e produzir conteúdo que seja compartilhável – entre aspas – você vai conseguir um impacto e disseminação; e a prática social em que se espera uma reciprocidade, de você colocar um link numa sidebar, não é tão incentivada ou não é tão observada como era há alguns anos atrás. E aí... isso tá sendo um desafio nessa minha pesquisa. Em outros segmentos eu tenho que observar isso, ainda. Mas pelo que eu ando vendo, isso tá mais intenso entre os blogueiros de comunicação.

JWC: Então o sentido do blog para você, em suma, pelo menos atualmente, é muito mais um laboratório de pesquisa das tendências, uma maneira de tecer uma rede de manter um networking... um misto de tudo?

TS: Não, eu acho que esse networking acabou sendo uma consequência e é um motivo, hoje, de eu me lembrar de publicar com mais frequência – porque esse ano tá sendo uma das menores frequências da história dele –, mas acho que é mais no sentido de gerar um esforço reflexivo sobre alguma temática ou algum assunto que eu esteja interessado; e ter aquele fator de visibilidade do conteúdo que eu escrevo, que vai gerar uma espécie de cobrança maior sobre o que eu estou produzindo. Então quando eu espero publicar algo no blog, eu escrevo algo e reflito sobre algo pensando na minha audiência esperada, ou do que eu acho que é a audiência, então eu acabo juntando melhor ideias ou referências que eu tenho, ou que eu estou procurando no momento de uma forma mais organizada. Então o blog é uma espécie de ferramenta pra eu me manter atualizado, pra eu me manter atualizado do melhor modo, de eu me manter afiado em relação ao meu universo de trabalho e de interesse de pesquisa.

JWC: Deixa eu te fazer outra pergunta: quando você entra no teu blog, de cara, tem uma descrição em que você fala que ele é sobre pesquisa, métricas e monitoramento para usos vernaculares,

acadêmicos e de mercado. Você sente que existe alguma diferença na visão que a academia tem, que o mercado tem, ou que o visitante curioso tem? Existe alguma diferença na percepção dessas pessoas em relação à blogagem?

TS: Eu acho que sim, porque na verdade, considerando que eu aplico algumas espécies de... alguns tipos de conhecimento, de metodologia, ou de pesquisa acadêmica no meu atual trabalho de gerente, ou melhor, de gerente de equipe de monitoramento e agora de gerente de produto de monitoramento, na verdade acho que o meu conteúdo fica numa intersecção que é vista de forma quase oposta entre esses dois públicos quando são públicos um pouco mais isolados. Então quando você tem um cara que se autodenomina como profissional do mercado, ele vê o meu conteúdo como acadêmico e vice-versa: quando alguns pesquisadores que eu mantenho contato, sejam eles pesquisadores de formação, pesquisadores formados ou professores, veem meu conteúdo justamente de uma forma contrária. Porque, justamente, foge ao cânone acadêmico, a um rigor tão preciso em formatação, em referências e vice-versa... Algumas referências que eu coloco nos textos e a preocupação em trazer, por exemplo, o caráter histórico de uma reflexão é visto pelo mercado como algo acadêmico e vice-versa. Só que, na verdade, apesar de serem dois tipos de textos... dois tipos de percepção aparentemente opostas, eu acredito que considerando o meu âmbito de atuação, hoje, profissional, é uma espécie de... é diferencial sobre os outros profissionais que têm esse perfil, como... e que mantêm blogs, que seriam a referência desse tipo de texto, que são o Pedro Rogedo⁶ e a Daniele Rodrigues, respectivamente diretor... doutor em administração, que trabalha hoje como cientista de dados numa agência e a outra que é mestra em comunicação que trabalha como planejamento numa agência.

JWC: Como você descreve uma rotina? Como se você fosse colocar uma espécie de job description do teu blog, da manutenção do teu blog...

TS: Então, na verdade... o blog... eu tenho uma espécie de... é... meta... de publicar, atualmente, duas postagens por mês, sendo uma postagem

⁶ Pedro Rogedo Coordenador de Mídias Digitais na ESPN. Graduado em Direito pela PUC-RJ, com mestrado e doutorado em Administração pela COPPEAD/UFRJ.

por mês, pelo menos... sendo uma postagem de conteúdo exclusivo do blog, e uma postagem de incorporação de conteúdo de algum outro local. Então, por exemplo... Slideshow de alguma palestra que eu fiz, de algum curso que eu dei, ou de material produzido pra outros fins, como guias que eu produzo pra empresa que eu trabalho atualmente. Então geralmente a rotina é a seguinte: definir um tema que esteja me gerando interesse ou inquietação no momento – que pode ser um interesse de estudo que eu esteja realizando no momento – ou um texto que traga uma resposta, mesmo que no todo do texto isso não esteja muito claro, algum tipo de... alguma manifestação de percepção inadequada de outros profissionais, ou de grupos de profissionais do mercado em relação a algum tema que eu ache importante. Um exemplo: o texto que eu estou preparando vai tratar de diferentes condições de vigilância nas mídias digitais – fazendo revisão a partir de uma sessão da minha dissertação – sobre como pesquisadores repensaram a ideia de vigilância nos meios digitais por causa das diferentes hierarquias de emissão de... comunicação, de mensagens e de leitura de comunicação e de mensagens de outras pessoas nos meios digitais, especialmente nas mídias sociais. Esse é um tema que eu trabalhei ele na minha dissertação. Não é como se eu fosse utilizar essa postagem pra me forçar a estudar algo, mas o que eu vejo é que é um tema interessante, que pode ter impacto... na verdade, que tem um interesse por esse tema, só que está sendo tratado de modo errado, a meu ver. Então eu vi diversos compartilhamentos sobre a ideia de... sobre um conceito que está sendo utilizado por algumas pessoas de panóptico social pra falar de... do que seria a vigilância hoje nas mídias sociais. Eu acredito, especialmente por alguns textos que eu li, que esse termo é incorreto por alguns motivos, que a abordagem que levou à utilização desse termo é um pouco injusta com os que se debruçaram sobre isso nos últimos anos e...

JWC: Uma espécie de acochambramento...

TS: É, exatamente! Referências exclusivas a Bentham e Foucault ignorando dezenas de pesquisadores que pensaram isso nos últimos anos, como se fosse uma espécie de discussão inédita! E eu acho isso muito injusto com essas pessoas e algo que deseduca o mercado por achar que... era algo que não era discutido. Isso é algo que eu vejo com muita frequência no mercado de comunicação digital... é...

trazendo conceitos de ciências sociais, filosofia e psicologia social pra uma discussão sobre algo recente e ignorar manifestações, ignorar comportamentos, ignorar literatura que já se debruçou sobre isso. Por exemplo, isso tem acontecido também com a ideia de expressão anônima em plataformas, como por exemplo, por causa do Secret, hoje, algumas pessoas estão falando muito sobre publicar anonimamente como se fosse uma tendência, o que é uma aberração absurda. No início, quando começou a se falar em mídias sociais ou de liberação dos polos de emissão em fóruns e chats e afins, justamente já enfatizavam isso, então as pessoas já exploraram muito o poder do caráter anônimo e expressaram, exploraram suas identidades de diferentes formas... Isso foi pensado, isso foi refletido e já tem muito material sobre isso, mas, outra vez, jornalistas e “analistas” [gesto de aspas e tom marcando ironia] das manifestações contemporâneas estão ignorando isso. Então é o tipo de tema, por exemplo que me engaja a escrever sobre isso. Como uma espécie de... refletir sobre isso e de tentar impactar na minha rede pra ter esse olhar... pra que as pessoas tenham esse olhar crítico e histórico sobre o tema. Então esse é outro tipo de motivação pro meu blog: tentar responder a algum tipo de... entrar numa conversação que eu estou observando, do meu ponto de vista, baseada em premissas erradas, como essa circulação do... em relação ao panóptico social. Então esse é um tipo de motivação que se soma à organização de coisas que eu estou estudando no momento.

Então um post recente que eu fiz foi resposta... até que não resposta... à utilização do tema de atividade no Twitter relacionada à copa. Durante a copa houve uma cobertura na imprensa, conversação no mercado e do público em geral sobre a intensidade de utilização do Twitter durante o evento... relacionando aquela intensidade de publicação aos conceitos de segunda tela, de tv social e assim por diante... Então uma postagem que eu fiz sobre esse tema foi trazer alguns exemplos de ocasiões em que o Twitter se mostrou como um termômetro ou uma espécie de convergência de dados sobre algo de relevância mundial. Então eu trouxe referências sobre a utilização do Twitter em... na análise de impactos e apoio de pessoas em situação de crise, em enchentes. Então eu trouxe a referencia de um pesquisador da Austrália que discute e mapeia isso, trouxe um estudo sobre... trouxe referências a um estudo que analisou como o sistema de análise de monitoramento e análise de texto consegue identificar percepções

sobre tremores sísmicos de forma mais veloz ainda que a circulação a partir de sismógrafos, simplesmente a partir da coleta de textos sobre pessoas twitando sobre a... que percebiam um tremor, ou “está acontecendo um terremoto”, então esse post foi sobre a ideia de pessoas no Twitter, usuários no Twitter como sensores humanos pra fazer essa ligação com a discussão sobre o Twitter enquanto percepção de opinião pública sobre eventos da Copa do Mundo. Então eu tenho essas variadas motivações pra publicar no blog: seja sistematizar algumas coisas que eu esteja estudando, seja por interesse no momento, ou... seja marcar algum tipo de opinião ou trazer referências que eu acho importantes sobre algum tema que está sendo discutido nesse meu universo, que é... está relacionado a mídias sociais do ponto de vista de pesquisa e monitoramento, inteligência... seja inteligência de mercado, ou inteligência sobre um entorno social que pode ser algo observado até por uma pessoa que não tem ligação com área de comunicação ou pesquisa ou marketing.

JWC: Entendi... Então assim: como rotina, você se coloca a norma de escrever dois posts por mês, num determinado horário... coisa assim?

TS: Na verdade, uma rotina relacionada a datas e horários geralmente eu publico... eu escrevo durante períodos em que eu tenho uma maior possibilidade de concentração, levando em consideração que eu tenho uma rotina de utilização muito intensa de computador e de internet. Então geralmente eu escrevo nas madrugadas, depois de estudar um pouco sobre o tema. Geralmente o texto não é feito de uma vez só... eu costumo fazer anotações sobre o texto em um bloco de notas antes, listando alguns pontos do texto...

JWC: Bloco de notas manuscrito ou bloco de notas do PC, um txt?

TS: Bloco de notas do computador, mesmo... Às vezes eu faço manuscrito, mas é quando eu não tenho oportunidade de escrever no notepad. Por exemplo, se eu estou no ônibus e penso sobre o tema de publicação – foi o caso desse texto desse texto de sensores humanos no Twitter – eu estava lendo no Kindle, revi citações e revi citações, conceitos e um slide sobre mídias sociais como sensores humanos e, como eu estava no ônibus, eu anotei num caderno mesmo alguns pontos, aí depois revisei isso pra procurar as referências, algumas já estavam na memória e outras eu procurei especificamente pra essa

postagem e depois juntei num texto. Então, geralmente, durante um processo de trabalho, de estudo, de leitura, seja no metrô, ou no ônibus, eu vou juntando alguns tipos de temas e referências que depois se transformarão numa postagem.

JWC: E daí você não usa Evernote, essas coisas...?

TS: Não, geralmente eu utilizo só um bloco de notas e depois eu escrevo direto no Wordpress, que é o gerenciador que eu utilizo no blog. E é isso...

JWC: Ótimo! Respondeu super bem!

TS: É... de uma forma meio labiríntica, mas... no final das contas é assim que acontece mesmo...

JWC: É, até difícil falar o que a gente faz, né?

TS: É, porque na verdade não tem nada muito definido na minha rotina. Na verdade no meu próprio trabalho eu não tenho essas rotinas estabelecidas, de ter um horário pra atividade, ou... atualmente eu também não uso gerenciador de projetos pra gerenciar horas no trabalho, o trabalho de verdade... E então... tem os prós e os contras disso, mas acaba influenciando também na minha produção externa, como é o caso da produção do blog, que aí vai depender de cada horário, vai depender da motivação...

JWC: Porque o teu blog acaba coexistindo com o teu emprego de agora, né? De gerente de produto.

TS: Sim, porque hoje... eu trabalho muito baseado em... eu fiz uma transição recente... Pera um pouquinho, que isso é importante!

É... no último ano, a relação com meu... a relação blog e trabalho tem sido um pouco diferente pelo seguinte motivo: eu trabalhava como gerente de equipe de monitoramento então eu desenvolvia relatórios para agências e empresas. Relatórios sobre o que as pessoas falam sobre determinada marca, relatórios de comportamento, benchmarking, etc., mas eu tinha um set... um conjunto de empresas que eram meus clientes. Então no blog eu falava abertamente sobre metodologia, sobre outras ferramentas, e assim por diante. Hoje eu trabalho como gerente de produto de uma ferramenta específica. Então por questões comerciais e por questões de produto

mesmo, de desenvolvimento de produto, alguns tipos de temáticas eu estou evitando no blog pelo seguinte motivo... de que... grande parte do meu tempo hoje é baseado em desenvolver funcionalidades pra essa ferramenta que tá com uma espécie de diferencial pra ela em relação a outras do mercado. Então alguns tipos de reflexões que eu gero no meu dia a dia, como, por exemplo, funcionalidades de análise de texto ou análise de redes, eu trabalho elas de forma diferente de modo que eu não esteja fazendo um trabalho pra outra ferramenta. Então em alguns pontos, eu trabalho isso de um modo um pouco mais superficial, ao invés de entrar de uma forma técnica tão profunda como eu entrava antes. Ou, por exemplo, pautas com relação a concorrentes, uma vez que eu trabalho também de... hmmm... é... um pouco com venda, eu acabo evitando alguns tipos de circulação de conteúdos de concorrentes que sejam mais direcionados a vendas, como é o caso de white papers, que é um formato de conteúdo muito frequente em empresas do segmento e que eu consumo bastante e produzo bastante, mas hoje eu... é um tipo de pauta que não está entrando no meu blog por motivos óbvios: é pra eu não utilizar a visibilidade do meu blog pra gerar venda indireta pra meu concorrente.

JWC: Ah, legal... Então o teu emprego acaba pautando a maneira de você pensar os teus posts, não é?

TS: Sim. E... É, de um lado traz alguns tipos de temas que eu posso abordar, que sejam interessantes. Por exemplo, sobre o... questões relacionadas ao tema de gerenciamento de produtos ou do ponto de vista da... do fornecedor de tecnologia. Mas por outro, isso acaba restringindo - uma vez que eu quero ter sucesso na minha função - eu publicar percepções ou mapeamentos temáticos ou mais elaborados sobre o mercado. Um exemplo... Dois exemplos que eu posso citar é o seguinte: durante esses anos de blog uma tarefa contínua que eu fiz é mapeamento mesmo de ferramentas. Então um mapeamento recente que eu fiz a título de benchmarking, pra conhecer o mercado, mapeei quase 20 rankings de ferramentas elaborados por diferentes consultorias e profissionais de todo o mundo, pra quantificar o tipo de... quais são as ferramentas com mais reconhecimento no mercado... inclusive a que eu trabalho hoje... Esse é um tipo de conteúdo que se adéqua completamente ao meu blog, com os tipos de pauta que eu

publicava. Então, se eu tivesse feito isso ano passado, isso já estaria publicado no meu blog, só que hoje esse é um tipo de informação estratégica, digamos assim que não uma informação confidencial, mas é um mapeamento que levou um determinado tempo e esforço que eu não vou publicar no blog justamente por causa disso, porque é uma espécie de conteúdo que é estratégico pra minha posição hoje. Então eu produzi somente para mim.

Ou, existe um tipo de conteúdo que eu faço... existe uma pesquisa que eu faço desde 2011 sobre o profissional de monitoramento no país. Então, anualmente, no segundo semestre, eu faço uma survey e circulo pra profissionais que trabalham com monitoramento ou mensuração de mídias sociais. E eu pergunto coisas como “Qual é o tipo de ferramenta que você utiliza?”, “Quais são os tipos de capacidades que o profissional da área deve ter?”, “Qual é sua formação? Faixa salarial?”, e assim por diante. Esse era um tipo de conteúdo que eu publicava no formato de slideshow no meu SlideShare incorporado no meu blog. Na hora de divulgar esse conteúdo, o que eu divulgo é o post no meu blog com esse slideshow incorporado. Então, diretamente, esse slideshow traz um impacto considerável no meu blog. E é um estudo que também gerou algum impacto e valor de capital social importantes pra mim, só que por motivos óbvios eu tenho um choque de interesses hoje em publicar algo do tipo. Então esse ano, ele vai ser feito de uma forma diferente: Eu convidei um profissional, que também é um profissional com esse perfil de publicar coisas de forma gratuita online – mapeamentos e relatórios e guias –, pra que ele faça essa pesquisa esse ano. Eu vou somente orientar em relação à metodologia ou decisões de desenho do questionário, mas ele vai desenvolver essa pesquisa esse ano e analisar de forma independente. Então eu não vou ter acesso a todos os dados e nem vou ser principal meio de circulação desse questionário, pra que a pesquisa permaneça, pra que haja uma percepção de confiabilidade dos dados e que a pesquisa exista, porque é interessante pra mim e pros profissionais de um modo geral, e que também é utilizado pra outras ferramentas. Então é um tipo de, por exemplo, impacto de produção minha que vai ser minimizada nesse ano, por causa dessa questão de espécie de conflito de interesses. Como ele vai fazer a pesquisa, obviamente a primeira divulgação vai ser feita por meio de

canais dele, então é um conteúdo importante que não vai estar presente no meu blog esse ano.

JWC: Era algo que você publicava numa sessão exclusiva? Meio pronta?

TS: Não, geralmente eu publico como um post, com uns comentários sobre os dados... Então o slideshow vai trazer os dados quantitativos, os gráficos, e algumas páginas com conclusões, geralmente post com um slideshow incorporado e as conclusões também publicadas em formato de texto no post.

JWC: Então é isso. Muito obrigada! Você já respondeu o que eu teria para perguntar.