

## FICHA TÉCNICA

[facebook.com/manuscritoeditora](https://facebook.com/manuscritoeditora)

© 2017

Direitos reservados para Letras & Diálogos,  
uma empresa Editorial Presença  
Estrada das Palmeiras, 59  
Queluz de Baixo  
2730-132 Barcarena

Título original: *Torna-te um guru das redes sociais*

Autor: *Miguel Raposo*

Copyright © Miguel Raposo, 2017

Copyright © Letras & Diálogos, 2017

Revisão: *Miguel Ferreira/Editorial Presença*

Capa: *Catarina Sequeira Gaeiras/Editorial Presença*

Fotografia do autor: *Andy Dyo*

Composição, impressão e acabamento: *Multitipo — Artes Gráficas, Lda.*

ISBN: 978-989-8818-95-9

Depósito legal n.º 425 567/17

1.ª edição, Lisboa, maio, 2017

# ÍNDICE

PREFÁCIO .....	13
INTRODUÇÃO — O DIGITAL, DESCOMPLICADO .....	15
<b>CAPÍTULO 1 — REDES SOCIAIS .....</b>	<b>19</b>
1.1 O que são redes sociais? .....	19
1.2 Por que motivo preciso das redes sociais? .....	20
1.3 As redes sociais mais populares .....	22
1.4 O porquê do sucesso das redes sociais .....	28
1.5 As gerações, de X a Z .....	31
1.6 Onde devo estar, e porquê? .....	34
1.7 O mundo mudou, o marketing também .....	37
1.7.1 O que é o marketing de influência? .....	38
1.7.2 Três regras de ouro dos conteúdos que promovem marcas .....	41
<b>CAPÍTULO 2 — TUDO O QUE PRECISAS DE SABER ANTES DE ENTRAR     NAS REDES SOCIAIS E QUE NINGUÉM TE DISSE ATÉ HOJE .....</b>	<b>45</b>
2.1 Regras básicas a cumprir .....	45
2.2 Que informação partilhar? .....	46
2.3 Como criar um bom perfil? .....	47
2.4 Riscos e perigos do mundo virtual .....	50
2.5 Tipo de vocabulário escolhido, definição do público-alvo ..	57
2.6 As regras do bom conteúdo .....	60

<b>CAPÍTULO 3 — FACEBOOK</b> .....	61
3.1 Como interagir e responder a comentários polémicos? .....	66
3.2 Quando o mal está feito: minimizar estragos nas redes sociais .....	69
3.3 Como utilizar as ferramentas do <i>Facebook</i> a teu favor .....	73
3.4 Facebook Marketing: Perfil vs. Página .....	81
3.5 Análise de resultados no <i>Facebook</i> (como analisar as estatísticas e criar uma estratégia para a página) .....	82
3.5.1 Esmiçar as estatísticas .....	83
<b>CAPÍTULO 4 — BLOGUES</b> .....	93
4.1 Os blogues na atualidade .....	93
4.2 Ter ou não ter um blogue .....	95
4.3 Como criar um blogue de sucesso .....	98
4.4 Como fazer o planeamento .....	104
4.5 As regras do bom <i>blogger</i> .....	106
4.6 Como conseguir mais seguidores .....	109
4.7 Como criar um blogue para a tua empresa .....	110
4.8 Blogues de famosos .....	112
<b>CAPÍTULO 5 — YOUTUBE</b> .....	117
5.1 Uma imagem vale mais do que mil palavras, um vídeo vale ainda mais .....	117
5.2 Crescimento do <i>YouTube</i> .....	118
5.3 <i>YouTubers</i> : os novos influenciadores .....	120
5.4 Regras fundamentais para começar no <i>YouTube</i> .....	127
5.5 Regras de ouro para ser um <i>YouTuber</i> de sucesso .....	130
5.5.1 Criar bons conteúdos .....	130
5.5.2 Ser genuíno .....	132
5.5.3 Criar bons títulos e miniaturas .....	137
5.5.4 Trabalhar em comunidade .....	144
5.5.5 Programar e promover .....	144

<b>CAPÍTULO 6 — INSTAGRAM</b> .....	147
6.1 Dicas e truques para conseguir seguidores e ser popular... ..	149
6.2 Como ter um <i>feed</i> bonito .....	153
6.3 Como escolher o estilo de <i>posts</i> .....	153
6.4 <i>Instagram</i> para empresas .....	154
<b>CAPÍTULO 7 — LINKEDIN</b> .....	157
7.1 O que é o <i>LinkedIn</i> ? .....	157
7.2 A grande diferença entre o <i>LinkedIn</i> e as outras redes sociais .....	158
7.3 Dicas para melhorar o teu perfil de <i>LinkedIn</i> .....	159
7.4 Como conseguir destaque e emprego através do <i>LinkedIn</i> ..	161
<b>CAPÍTULO 8 — OUTRAS REDES: TWITTER, PINTEREST, SNAPCHAT                   E WHATSAPP</b> .....	163
8.1 <i>Twitter</i> : o mundo em 140 caracteres .....	163
8.2 <i>Pinterest</i> : imagens que marcam .....	165
8.2.1 Mais do que imagens .....	166
8.3 <i>Snapchat</i> : viver o momento .....	169
8.3.1 Aqui, agora: <i>Snapchat</i> para <i>dummies</i> .....	170
8.4 <i>Whatsapp</i> : sempre ligado .....	172
<b>CAPÍTULO 9 — OS SEGREDOS DOS PROFISSIONAIS</b> .....	175
9.1 Como conquistar mais seguidores? .....	175
9.2 Como tornar-se um influenciador nas redes sociais? .....	176
9.3 Como ganhar dinheiro nas redes sociais? .....	179
9.4 O maior dos desafios: como criar conteúdos virais? .....	181
9.5 Como gerir uma marca nas redes sociais? .....	182
<b>CONCLUSÃO — EM ATUALIZAÇÃO</b> .....	187
<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	189
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	191

# PREFÁCIO

Conheci o Miguel Raposo no início de 2015. Indivíduo reservado e pragmático. Quase como uma Testemunha de Jeová (sem desrespeito para com as Testemunhas), perguntou-me se já tinha ouvido falar da Boa Nova. Era sobre um lugar no Céu. Não no «Céu», «Céu!» Mas no céu da rentabilização das redes sociais e na sua influência sobre os mercados.

Ao início não o levei muito a sério, tal como não levava a sério quem me batia à porta para me dar uma revista sobre o fim do mundo. «Fim do mundo é acordarem-me às 9h00 da manhã para isto!», dizia eu. Mas o Miguel Raposo estava certo! Se calhar, as Igrejas Evangélicas também estão, mas aquilo de que o Miguel me falou aconteceu muito mais rápido. Ele, sim, era o mensageiro da boa nova e eu vi a luz! Era a do ecrã do computador.

O Miguel Raposo é, neste momento, uma espécie de Zuckerberg da margem sul. Não há aqui implícito nada de negativo! É uma espécie de Zuckerberg da margem sul simplesmente porque nem o Miguel Raposo é americano, nem o Zuckerberg vive em Almada!

Vamos a factos. Com os conhecimentos do Miguel, a minha página do *YouTube* passou de 8 mil subscritores para mais de 100 mil, em apenas um ano. Tive dois dos dez vídeos mais vistos em Portugal em 2015 e a minha página do *Facebook* teve um aumento a rondar os 200 mil fãs, sem *posts* pagos nem «maroscas». Tudo é real nas minhas redes sociais. O *Instagram* passou dos 70 mil para os 265 mil, neste momento. Sim, o trabalho é meu, pois claro!

A visibilidade é a minha, mas foi sempre o Miguel, uma espécie de Jorge Jesus, a dar as indicações fulcrais. «Estás muita forte! Nota artística nesse post!»

Há sempre um modo de tirar partido das oportunidades. Isso é como a história de dois amigos meus que vendiam bolas de berlim na praia. Um ganhava rios de dinheiro, outro nem por isso, mas também só as vendia no inverno!

Tal como na vida, também nas redes sociais há horas para tudo, há modo de dizer e fazer as coisas e há até tempo e espaço para ajudar pessoas e projetos. É aí que o Miguel entra e explica como tudo funciona. Nunca na vida eu saberia ou sequer teria em consideração que às 23h00 de Portugal tenho cem indivíduos na Guatemala a rirem-se com o que digo. Ou que às 21h00 é a hora ideal para postar conteúdos mais para adolescentes, porque a essa hora estão todos ligados ao computador e não é a ver pornografia. Agora não esperem algo de um dia para o outro. E esse talvez seja o erro de muitos dos meus amigos que não apostam tanto nas redes sociais. Porque querem tudo hoje e agora. As redes sociais são um pouco como as mulheres, só há dois modos de conquistá-las: uma é cortejá-las, saber o que querem, cometer erros, esperar. Outra é pagar. A primeira demora mais tempo, mas tem resultados mais consistentes e verdadeiros.

Se o Miguel Raposo é, neste momento, o apóstolo da igreja das redes sociais, eu já sou uma espécie de sacerdote! Sou aquele indivíduo que está sempre a dizer «o senhor padre tem razão, ámen». Portanto, deixem-se levar por esta bíblia das redes sociais e que eu vos dê à boca uma hóstia digital. Isto agora não soou bem. Mas se fizéssemos disto um vídeo no *YouTube*, ia bombar.

António Raminhos

# INTRODUÇÃO

## O DIGITAL, DESCOMPLICADO

Hoje em dia, até a pessoa mais infoexcluída do mundo sabe o que são as redes sociais, o que não significa que saiba utilizá-las. Podemos escolher estar ou não estar, ser mais ou menos ativos, usar as redes sociais para «ver e ser visto» ou simplesmente para espreitar o que os outros andam a fazer, quase como um *voyeur*. Podemos estar ligados por motivos mais profissionais, pessoais, ou uma mistura dos dois, mas a realidade é que, quer queiramos quer não, estamos imersos num gigantesco universo digital. O mundo há dez anos era muito diferente do que é hoje. Na realidade, o mundo ontem, ou apenas há umas horas, era muito diferente do que é hoje. Tudo evolui a uma velocidade vertiginosa, e sobretudo no mundo digital, onde tudo é tão rápido e imediato, o que é verdade hoje pode mudar amanhã. O mundo não está a mudar, o mundo já mudou, e só quem prefere enterrar a cabeça na areia ou assobiar para o lado é que não vê isto.

A minha motivação para escrever este livro partiu de uma realidade muito simples: apesar de em Portugal muita gente já ter descoberto o universo digital, acredito que muitas pessoas ainda não perceberam a influência que as redes sociais têm nas nossas vidas. As pessoas sabem que existe, mas, para muitos, é ainda um mar desconhecido, nunca dantes navegado.

O objetivo deste livro é ser um descomplicador das redes sociais e de tudo o que envolve o universo digital, um mundo cheio de

possibilidades, mas que também acarreta alguns riscos que convém conhecer. Se a Geração Z, que nasceu a partir dos anos 1990, se move como peixe na água dentro deste oceano (porque já nasceu neste contexto, são os «nativos digitais»), o mesmo não acontece, necessariamente, com pessoas de outra geração. Tenho 40 anos e à minha volta vejo muita gente que já aderiu às redes sociais, mas ainda não sabe como funcionam, o potencial que têm, as possibilidades que abrem, ou uma coisa tão simples quanto perceber como elas influenciam o nosso dia a dia, o presente como o futuro.

Este universo digital permite a muita gente criar um pequeno negócio sem grande investimento. Permite que um desconhecido se torne uma celebridade a nível mundial. Permite que um artista dê a conhecer ao mundo a sua música sem ter de passar por uma editora e que uma dona de casa partilhe as suas receitas com o universo e ainda ganhe dinheiro com isso. É este novo ecossistema digital que faz com que qualquer pessoa possa criar a sua própria marca, qualquer empresa possa internacionalizar-se, qualquer pequeno possa crescer e tornar-se grande, e é por estas razões que as redes sociais são um grande investimento: em nós próprios e nos projetos em que acreditamos.

Quando me perguntam qual é o segredo para se ter sucesso nas redes sociais, eu respondo que a magia está em ser autêntico. Se tivesse que escolher uma palavra, provavelmente seria esta: «autenticidade». Quando tenho uma ideia, se ela é autêntica e genuína, a probabilidade de vir a ser um sucesso é grande, porque as pessoas identificam-se.

Neste sentido, não inventámos nada de novo. Apenas estamos a movimentar-nos num meio diferente — o digital, feito de 0 e 1 —, mas o princípio é o mesmo. Quando se fala em marketing digital como se fosse a última *Coca-Cola* do deserto, parece que estamos a falar da invenção da roda. Não é bem assim. No limite, não existe marketing digital, o que existe é marketing de influência. Sempre

existiu. Pensa bem: quantas decisões tomaste na tua vida sem seres influenciado por alguém? Todos nós fomos influenciados na nossa vida. Pelos nossos pais, pelos nossos amigos, pelos nossos mentores, pelas pessoas que admiramos, em resumo, por todos aqueles que nos inspiram. Agora continuamos a ser influenciados, com a diferença de que isso se passa no mundo digital.

No digital, posso tornar-me uma celebridade instantânea, se o que fizer for autêntico e genuíno. O mesmo se passa com as marcas: como veremos, elas devem comunicar de uma maneira autêntica, verdadeira, caso contrário o feitiço pode virar-se contra o feiticeiro. Como todas as coisas grandes, o mundo digital tem os seus perigos. Basicamente, porque ao contrário das palavras que pronunciamos no mundo real, estas, não as leva o vento. O mesmo se passa com as imagens, vídeos e, na prática, tudo o que decidamos partilhar nas redes sociais. É muito difícil limpar este histórico e apagar o rasto que vamos deixando. Por outro lado, e por muito bonito que tudo possa parecer, as redes sociais não obedecem exatamente às mesmas regras do mundo físico. O grande problema das redes sociais é que tudo pode tomar uma dimensão enorme, assumir proporções ridículas, e ficar completamente fora de controlo. São muitos e conhecidos os casos em que as coisas «correram mal» nas redes sociais. Frases mal interpretadas, imagens retiradas do contexto, vídeos completamente ridicularizados, boatos que se tornam virais. E esse é de facto o problema: quando as coisas são retiradas de contexto (e nas redes sociais é muito fácil fazê-lo) e amplificadas (através das partilhas, basta fazer «share»), podem estragar a reputação de uma pessoa.

Por vezes, acontece também o contrário. Começamos mal, e somos catapultados para a fama pelas piores razões (como a miúda americana, Friday, que ficou conhecida por ter feito «A Pior Música de Sempre») e depois fazemos o trabalho de limpar a nossa reputação, e construir uma nova imagem, o que não é fácil, mas é possível. A catapulta é má, mas a aterragem é boa.

Seja como for, uma coisa é certa: para o mal e para o bem, as coisas mudaram. Se antes o que acontecia em Las Vegas ficava em Las Vegas, hoje, o que acontece em Las Vegas fica no... *YouTube*.

Agora, nas redes sociais, temos as ferramentas para inspirar e ser inspirados, influenciar e ser influenciados, e essa é, talvez, a sua maior grandeza.

# CAPÍTULO 1

## REDES SOCIAIS

### 1.1 O que são redes sociais?

Vivemos na Era Digital, onde tudo é muito mais instantâneo, onde a tecnologia e as novidades tecnológicas se vão apoderando dos nossos interesses. É inevitável: o mundo não está a mudar, o mundo já mudou.

Numa rede social, tu constróis o teu perfil, podendo ser público ou semipúblico dentro de uma plataforma, e vais construindo a tua rede de contactos e mantendo redes sociais, interagindo e trocando conteúdos (desde vídeo, imagens, música...).

Uma rede social tem o objetivo de partilhar informações, experiências e os teus conhecimentos e interesses.

Sendo «alimentadas» por conteúdos de diversos utilizadores, as redes sociais vão sempre depender de ti para fazeres parte delas e para as manteres vivas.

Podem existir com diferentes propósitos, como por exemplo o *Facebook* e o *LinkedIn*, que têm os mesmos objetivos, no entanto cada uma tem as suas características. O *Facebook* é mais informal e para os amigos, enquanto o *LinkedIn* é mais uma rede «profissional», dedicada ao trabalho.

## AS REDES SOCIAIS EM PORTUGAL

4,4 milhões de portugueses estão nas redes sociais

94% dos internautas portugueses estão no *Facebook*

69% das pessoas seguem marcas nas redes sociais

36% das empresas portuguesas utilizam as redes sociais para ligação com clientes, fornecedores e parceiros de negócio

94% das empresas fazem-no no *Facebook*

78% das empresas escolhem as redes sociais para publicitar o seu site

**Fontes:** Marktest (2015) e INE (2013-2014)

### 1.2 Por que motivo preciso das redes sociais?

Precisas das redes sociais porque são ótimas ferramentas de comunicação, são gratuitas e obténs uma comunicação instantânea com todo o mundo. Conheces novas pessoas, reatas amizades que tinhas perdido, partilhas os teus interesses, divulgas os teus conceitos e absorves novas ideias. Tudo isto, a uma velocidade incrível, de uma maneira acessível e simples. Que mais se pode pedir?

Claro que podes escolher não estar (todos temos um amigo que «fura a rede», neste caso, preferindo ficar de fora e não aderindo ao *Facebook* nem a nada que se pareça), é uma opção como outra qualquer, mas a verdade é que as redes sociais mudaram tão drasticamente a maneira como vivemos que, se não estivermos lá, é quase como se anulássemos uma parte da nossa existência.

Isto aplica-se, ainda mais, às empresas. Mesmo que a sua estratégia não passe pelas vendas *online* (o que é cada vez mais uma raridade, e mais tarde falarei disso), é obrigatório estar no mundo digital para vingar no mundo físico.

Também noutras esferas da nossa vida, como a política, as redes sociais e, mais globalmente, todo o mundo digital, ganharam um peso enorme nos últimos anos.

O caso mais óbvio é o da eleição de Barack Obama, em 2008. Sem a Internet, teria Obama ganho as eleições? Esta é a pergunta que Erik Qualman coloca no livro *Socialnomics*, e a resposta é... «provavelmente não».

A tese de Qualman, e de muitos especialistas em campanhas presidenciais e *social media*, é que Barack Obama chegou à Casa Branca porque foi pioneiro. Ele soube navegar no mar das redes sociais como nenhum outro. Dentro do seu próprio partido, Obama partiu em desvantagem contra a poderosa máquina Clinton. No início, a sua campanha não tinha tantos fundos e foi preciso procurar uma alternativa para convencer os democratas de que era Obama, e não Hillary Clinton, a aposta certa. Obama tinha de fazer uma omelete sem ovos, ou procurar a sua galinha dos ovos de ouro noutro lado. Essa galinha estava na Internet. Chamava-se redes sociais.

Depois de se tornar o candidato democrata, Obama arrasou o seu concorrente do Partido Republicano, John McCain, nas redes sociais. Vejamos os números: quando venceu as eleições e se tornou presidente dos Estados Unidos, Barack Obama tinha 3,1 milhões de seguidores no *Facebook*. Se juntarmos as páginas não oficiais, de fãs, o número atinge mais de 5 milhões de seguidores. Em comparação, McCain conseguia, na mesma altura, uns tímidos 614 mil fãs na sua página de *Facebook*.

Claro que Obama convenceu o eleitorado porque é um político com um carisma extraordinário. E porque foi ele próprio. Sem essa autenticidade (os vídeos que publicava no seu canal do *YouTube*, muitas vezes em momentos privados, eram propositadamente pouco editados, com uma montagem simples, para manter o seu lado genuíno) nunca teria atingido o sucesso que conseguiu.

Com a ajuda das redes sociais, Obama conseguiu espalhar a mensagem. E a mensagem era muito simples, «Yes We Can», um

*slogan* que parece feito à medida do novo mundo digital: simples, sucinto e cheio de esperança e emoção. A partir do *Facebook* e do *YouTube*, criou-se uma verdadeira Obamania, que contagiou os Estados Unidos e o mundo. O canal do *YouTube* do então presidente atingiu as 20 milhões de visualizações.

Resumindo: a menos que queiras que te passe tudo ao lado, precisas mesmo das redes sociais. É simples, está lá tudo. Tanto as pessoas como as empresas precisam das redes sociais porque:

- o retorno é imediato;
- ganha-se maior notoriedade e projeção (pessoal ou empresarial);
- cria-se uma relação mais próxima com o *target* (os teus amigos ou os teus clientes);
- os canais são diretos e interativos (é uma conversa, e todos gostamos de uma boa conversa);
- os conteúdos circulam rapidamente (e não temos tempo a perder);
- recebemos *feedback* em tempo real.

### 1.3 As redes sociais mais populares

Existem, como todos sabemos, diversos tipos de redes sociais e estão presentes por toda a parte. Na realidade, multiplicam-se como cogumelos, e é bem possível que no momento em que escrevo esteja a nascer uma nova rede social. A atualização é constante, mas as mais populares são as seguintes:

- **Facebook:** Lançado em 2004, o *Facebook* é a rede social mais conhecida e usada no mundo, com mais de 1,4 mil milhões de utilizadores. Esta plataforma une pessoas de todo o mundo e tem a inovação no seu ADN. O *Facebook* atualiza constantemente a sua plataforma, para estar sempre a inovar e angariar mais utilizadores.