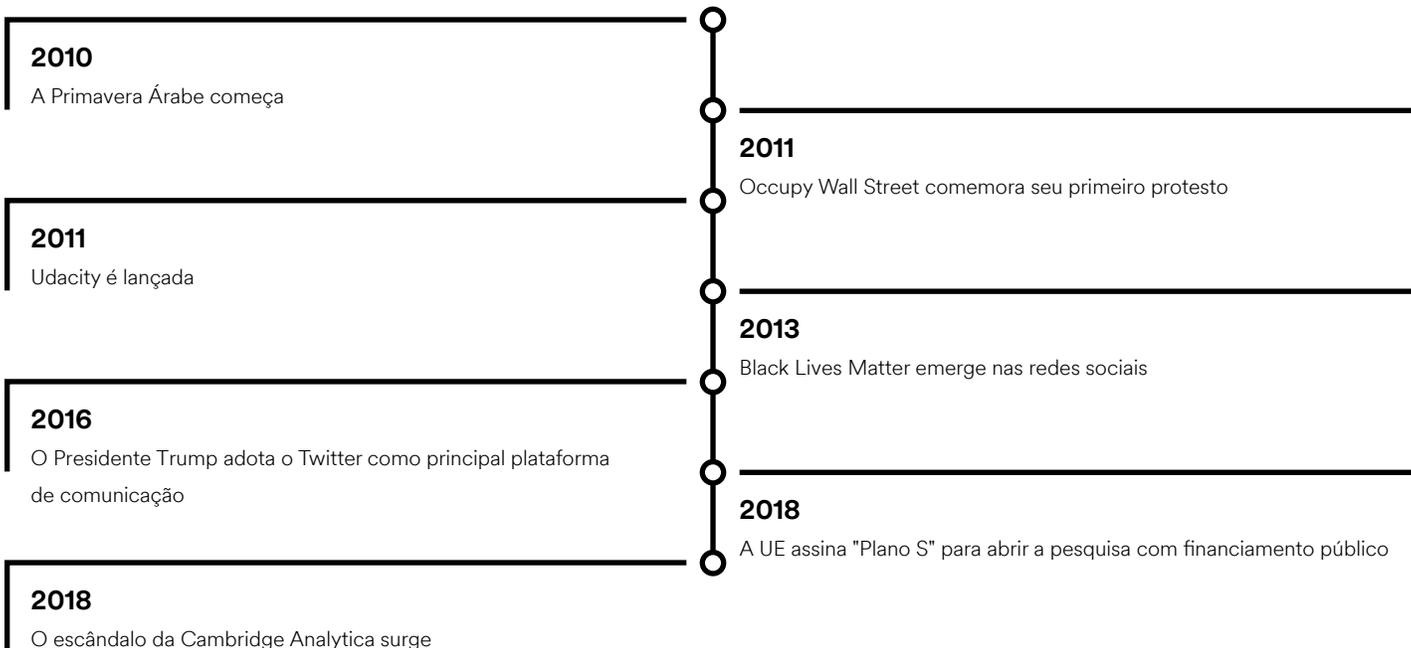


# A Ascensão do Indivíduo

**Escute-me: A crescente influência  
da voz digital**

## Escute-me: A crescente influência da voz digital



### Acontecimentos atuais

**Amplificação da voz.** As redes sociais forneceram uma plataforma para o compartilhamento de mensagens em grande escala, tanto para os consumidores quanto para as marcas. Nos últimos cinco anos, algumas empresas viram as ramificações negativas diretamente, estando no fim receptor dos movimentos de boicote direcionados que os consumidores iniciaram e espalharam através das redes sociais. Um exemplo destacado é o #DeleteUber, que levou à demissão do diretor geral da Uber. Por outro lado, as marcas têm usado as redes sociais com sucesso para promover novas ofertas, impulsionar as vendas e melhorar o atendimento e a fidelidade dos clientes. O hashtag #realbeauty da Dove (mais recentemente #courageisbeautiful) e o #likeagirl da Always são dois exemplos de hashtags populares que demonstram o poder de uma boa mensagem nas redes sociais.

**Democratização da informação.** A última década assistiu ao crescimento do consumidor conectado, com acesso a informações de inúmeros canais e de fontes quase infinitas.

Isto incluiu notícias, resenhas, vídeos instrucionais e muito mais. Embora no início fosse surpreendente, numa pesquisa de consumo realizada pela Deloitte UK em 2014, as opiniões dos clientes foram classificadas tão confiáveis quanto os comentários de amigos e familiares, indicando a democratização das informações comerciais. A partir de setembro de 2018, mesmo a informação técnica e científica foi democratizada, com a assinatura do Plano S da UE, que determina que a pesquisa financiada por fundos públicos apareça apenas em jornais de acesso público, um plano também apoiado pela maior agência de financiamento de pesquisa da China. Em paralelo, a democratização da educação se expandiu através de plataformas como EdX e até mesmo YouTube.

**Mudança social positiva versus a guerra contra a verdade.** A Internet se tornou o barômetro da temperatura sociopolítica, com a capacidade de impulsionar mudanças sociais prolongadas, mas também se tornou uma plataforma para a demagogia, a tergiversação e a desinformação. A Primavera Árabe foi um dos primeiros grandes casos políticos em que as redes sociais possibilitaram a

organização de um grande movimento. Mais recentemente, movimentos como o Black Lives Matter e o #MeToo tiveram um impacto significativo em todo o mundo ao aproveitar as redes sociais. Embora as plataformas digitais ajudem a tornar os movimentos sociais mais eficazes na realização de mudanças positivas, seu uso para desinformar e enganar tem aumentado enormemente. O escândalo da Cambridge Analytica, por exemplo, mostrou como essas poderosas ferramentas podem ser exploradas para influenciar a opinião pública em qualquer direção. Mais recentemente, a crise sanitária da COVID-19 demonstrou a facilidade com que narrativas contraditórias e opostas podem ser divulgadas, levando a tergiversação, desinformações e discórdias significativas entre o público.

## Expectativas futuras

As plataformas digitais continuarão sendo um megafone para os consumidores, corporações, governos e falsos perpetradores. A desinformação será generalizada, mas também a oportunidade de envolver positivamente os consumidores e medir a "temperatura" social. As organizações que aproveitam essas plataformas para obter feedback e aumentar a transparência da comunicação com seus participantes terão maior controle sobre as narrativas públicas e poderão encontrar inspiração para seu próximo grande produto ou campanha.

No futuro, os consumidores buscarão mudanças através de um maior uso da ação coletiva, alcançando o maior impacto quando iniciam ou se alinham a um movimento social.

Como resultado, as campanhas de redes sociais baseadas no ativismo se tornarão mais prevalentes e provocarão a necessidade de mais respostas das empresas e dos governos. As empresas podem ver esses movimentos sociais emergentes como uma oportunidade de se tornarem mais relevantes para sua carteira de clientes. No entanto, as estratégias de participação em campanhas sociais variarão. Empresas éticas se destacarão, e especialistas preveem o surgimento de um novo diretor geral, o Chief Ethics Officer. As empresas sabem que uma imagem de marca manchada tem enormes consequências financeiras, mas os efeitos futuros podem ser ainda mais prolongados do que os passados. Organizações bem sucedidas criarão sistemas de alerta precoce e mecanismos de reflexão para gerenciar narrativas em mudança na mídia digital que ameaçam a reputação da sua marca. Tendo avaliado sua posição única numa determinada situação, eles decidirão rápida e efetivamente em que lado do debate devem estar, se houver, e como comunicar a sua mensagem com integridade. Haverá sempre aqueles que estão irritados, mas isso não deve impedir que uma empresa defenda seus valores.

Os consumidores continuarão obtendo maior acesso à informação através da regulamentação, mudando os padrões de engajamento público das empresas e melhorando a pesquisa. Muitas empresas adotarão uma transparência radical com seus consumidores para garantir que a verdade sobre seus produtos e serviços seja visível. O feedback dos clientes será imediato, e as empresas que puderem incorporar ele, obterão mais rapidamente uma



vantagem significativa. Mesmo as empresas que nem sempre se envolvem diretamente com os usuários finais encontrarão valor em ser acessíveis ao público. Por exemplo, a NASA gera excitação pública sobre seus

projetos e trabalhos ao compartilhar lançamentos de satélites ao vivo e descobertas astronômicas nas redes sociais para o benefício do seu financiamento governamental.

**A Ascensão  
do Indivíduo**



**Pague-me: A  
ascensão de modelos  
de negócios  
democratizados**



**Valorize-me: As  
expectativas de  
mudança das  
empresas**



**Otimize-me: O  
aumento de  
atualizações  
personalizadas**

