

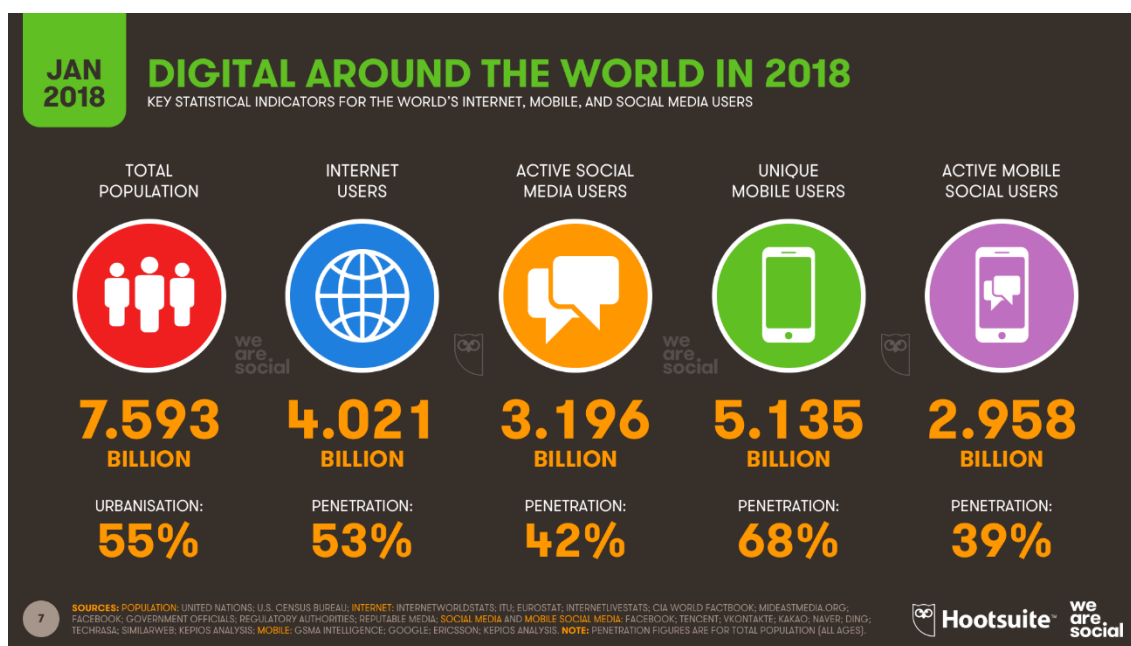
REDES SOCIAIS X COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Como lidar com a exclusão de contas institucionais pelas plataformas?

As redes sociais vieram pra ficar, isso todos nós já sabemos. E é cada vez maior o seu uso como forma de comunicação das empresas e grandes marcas com os seus consumidores e usuários, afinal, todos querem estar na internet e se fazer presente diante seu público.

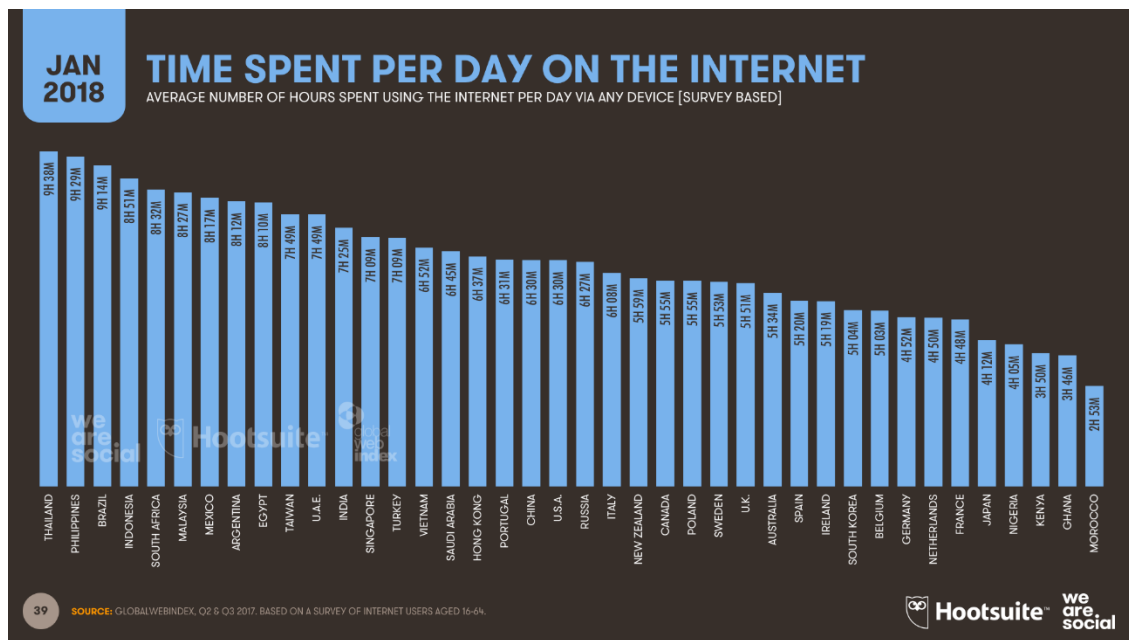
De acordo com pesquisa divulgada pelo site "[We are social](#)", o número de usuários de internet no mundo ultrapassou a marca dos **4 bilhões em 2018**.

E o número de usuários das redes sociais cresce na mesma proporção. **Mais de 3 bilhões de usuários são ativos nas redes sociais**, conforme gráfico abaixo, extraído desta pesquisa.



Fonte: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

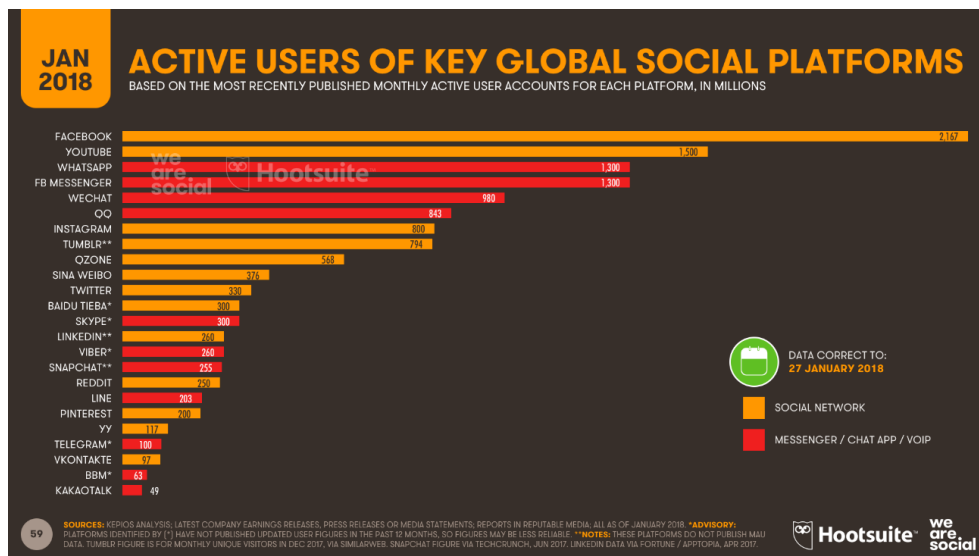
Nessa estatística, o Brasil desponta como um dos países em crescimento quanto ao uso da internet, e possui alguns dos maiores números de usuários de redes sociais do mundo. Além disso, **o Brasil destaca-se como o 3º país onde se passa maior tempo conectado à internet**, conforme o gráfico abaixo, retirado do mesmo relatório:



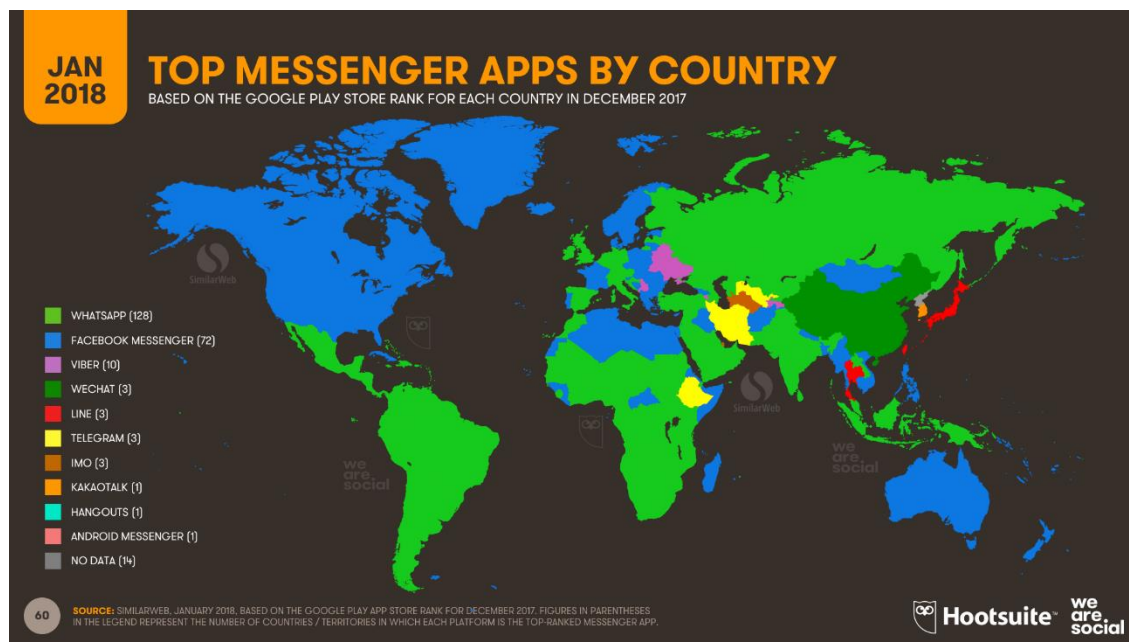
Fonte: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Facebook, Youtube e Whatsapp destacam-se como as redes sociais mais utilizadas mundialmente, tendo o Whatsapp predominância entre os comunicadores instantâneos na América do Sul, conforme gráficos abaixo.

Isso explica o porquê as *fake news* são tão disseminadas no Brasil, e tem correlação direta com os episódios ocorridos nas últimas eleições presidenciais no nosso país.



Fonte: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>



Fonte: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Seguindo esta linha de raciocínio, qualquer empresa que queira aproximar-se de seu público deverá criar páginas (*fanpage*, no Facebook) e perfis institucionais/comerciais nas principais redes sociais, a fim de se fazer presente na internet, aprimorar seu relacionamento com seus potenciais consumidores, e divulgar sua marca e produtos/serviços.

Logo, a criação de um perfil institucional/comercial ou *fanpage* é algo relativamente simples, rápido e sem custos, a princípio. Em poucos minutos a empresa terá uma conta pra chamar de sua no Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, LinkedIn, e poderá, além de seu site próprio, utilizar tais contatos também como canais de divulgação.

É aí que existem os riscos. Muitas empresas acabam migrando todo seu conteúdo e canal de contato para as redes sociais, abandonando seus próprios sites. Há empresas que sequer possuem um domínio registrado na internet. Ou então, o domínio registrado redireciona para uma *fanpage* no Facebook ou outra rede social.

Mas para quê manter um site próprio, que irá gerar custos e demandar tempo para desenvolvimento e atualização, se posso divulgar todo o conteúdo de minha empresa nas redes sociais e manter contato com os usuários e consumidores através destas plataformas, de modo mais simples e sem gastar quase nada?

A resposta é simples: **credibilidade e segurança.**

Se você possui todo seu conteúdo em uma plataforma de terceiros, estará sujeito aos termos e políticas dessa plataforma. Você já leu os termos de uso das redes sociais nas quais possui conta? Veja bem... E agora você tem certeza que utilizará como único meio de contato e divulgação de sua empresa esta rede social gratuita?

Já imaginou se esta rede social, de modo arbitrário e unilateral, resolve excluir a página de sua empresa, sem qualquer comunicação prévia? Como ficará a credibilidade da sua marca/empresa perante seus usuários, consumidores e clientes?

Se todo seu negócio está pautado em uma rede social de terceiros, cujos serviços lhe são oferecidos gratuitamente ou mediante pagamento, você passa a entregar seu *core business* para esta rede, que mais cedo ou mais tarde terá acesso aos dados de seus clientes, contatos, conversações, transações e outras informações extremamente importantes para continuidade da sua atividade.

Se em determinado momento, por uma denúncia de terceiros, que pode até ser infundada, ou por um *bug*, a sua conta comercial é excluída, você perderá toda essa massa de dados, essencial para seus negócios. Sua empresa não terá mais como ter acesso ao histórico de conversações com clientes, transações efetuadas, conteúdo publicado, etc. E então, como seus clientes irão te encontrar na internet se a rede social excluiu sumariamente a conta da sua marca? A partir do momento em que sua empresa deixa de existir na internet, você perde credibilidade. Se a rede social exclui suas contas de modo unilateral, e você não possui qualquer outro meio oficial de contato com seus clientes, ou não possui seu conteúdo publicado em um site próprio, você não tem segurança.

Credibilidade e segurança são dois itens importantes na contratação de serviços ou compra de produtos. Os potenciais clientes sempre querem poder confiar naquela empresa/marca e ter a segurança de que não serão enganados.

Desta forma, ao possuir um site próprio, sem prejuízo da manutenção de suas redes sociais, você sempre terá seu conteúdo à sua disposição: mesmo que a rede social delete suas contas, sua empresa ainda terá um ponto central de contato na internet, com todo seu histórico de informações. Assim, havendo qualquer incidente com as redes sociais, seu site permanecerá, e você evitará perder público ou até mesmo gerar desconfiança naqueles que notaram a exclusão da conta na rede social.

À essa altura, você deve estar se perguntando se esse tipo de ocorrência – exclusão de perfis de modo arbitrário pelas redes sociais – não é algo raro. Pelo contrário! Isso tem acontecido com certa frequência, ultimamente.

No último mês, atendemos três empresas que focavam seus negócios somente nas redes sociais, centralizando contatos e atividades exclusivamente via Instagram, Facebook e Whatsapp. Nos 3 casos, as fanpages do Facebook e os perfis do Instagram foram deletados, sem prévio aviso. Não houve sequer uma notificação da rede social, informando sobre qual cláusula dos Termos de Uso ou da Política de Privacidade que fora violada, e dando um prazo para que a empresa readequasse a conta, ou uma simples explicação sobre quais motivos levaram à exclusão do perfil. Nos casos citados, sequer houve qualquer violação às políticas da rede. Em todas as situações, as empresas tentaram reaver as contas administrativamente, seguindo os passos indicados por cada rede social, sem sucesso.

Em um dos casos citados, a empresa possuía cerca de 500 mil seguidores no Instagram. Em outro, a empresa perdeu a *fanpage* que continha mais de 120 mil seguidores. No terceiro exemplo, a empresa utilizava o Facebook como gerador de seu principal serviço prestado à clientes e parceiros; e com a exclusão de sua *fanpage* e contas pessoais dos administradores, deixou de receber cerca de 32 mil dólares.

Esse tipo de situação deixa o usuário de mãos atadas, afinal, ele não consegue recuperar a conta e retomar as atividades online, e a plataforma também não esclarece o motivo para a exclusão ou aponta alternativas para solução do problema. Se o usuário tiver clientes ou parceiros que dependam também de suas atividades nestas redes sociais, certamente estes também serão afetados e responsabilizarão o próprio usuário.

Nesses casos específicos, pode ser necessário ingressar com processos judiciais contra as redes sociais, a fim de se obter a restauração das contas, bem como explicações comprovadas das plataformas sobre os motivos que levaram à exclusão sumária destes usuários, tendo em vista que tais perfis sequer violaram alguma política da rede. Apesar das inúmeras tentativas de resolução amigável desse tipo de problema, às vezes, o judiciário se torna a única saída para essas empresas.

Não bastassem todos os esforços jurídicos envolvidos nessas questões, este tipo de caso ainda é uma situação que requer muito trabalho e não há garantia de resultado positivo, sendo imprescindível a atuação preventiva da empresa.

É importante lembrar que essas ocorrências estremecem a empresa, pois além da queda abrupta no rendimento financeiro – quando a plataforma é o foco dos negócios – há também um abalo institucional: instala-se uma crise de imagem perante a marca, tendo em vista que causa estranheza ao consumidor/cliente a ausência daquela marca na rede social, questionando-se a reputação da empresa, confabulando-se a respeito dos motivos que levaram ao desaparecimento das respectivas contas. Nesse sentido, é importante que a empresa, junto com seu departamento de marketing e jurídico, planeje o gerenciamento dessa crise.

Portanto, não dependa exclusivamente das redes sociais para seus negócios, seja para divulgação de sua empresa, realização de transações ou como único meio de contato com seus clientes.

É importante que sua empresa possua contas nas redes sociais, mas traga esse fluxo da rede social para a sua própria plataforma. Não use única e exclusivamente da plataforma de terceiros para o seu negócio. Utilize a plataforma para buscar potenciais clientes, consumidores e/ou usuários de seus produtos e serviços, aprimorar a relação de sua empresa com seu público, incrementar sua divulgação e posicionamento na internet. Dessa forma, você poderá aumentar a credibilidade e a segurança em suas relações comerciais.

A rede social é uma realidade, mas não se pode focar somente nesse ponto. Agregue-a ao seu negócio, usufrua de seus benefícios. E não deixe que seu negócio dependa apenas desta plataforma.

Gisele Truzzi

Advogada especialista em Direito Digital e fundadora de Truzzi Advogados.