

**Traducem legea pentru tine.**

**Avocați specializați în social media, tech,  
e-commerce și business law**

# Digitale

# #PeLegale



**ANA-MARIA UDRIȘTE**  
**MARIAN HURDUCAȘ**



# Ce este social media?

---

Au participat la scrierea acestei secțiuni:  
Bogdan Ciacli, Carina Marisa Cichi

Social media a transformat nu numai modul în care *socializăm*, dar și modul în care *ne gestionăm propriile afaceri*. Puterea rețelelor constă, mai mult decât orice, în faptul că ne acordă oportunitatea să ne facem vizibili atât din punctul de vedere al brandului personal, cât și din perspectiva produselor și serviciilor pe care o anumită afacere le oferă. Se poate spune că a *democratizat* șansa oamenilor și a afacerilor de a se face vizibili: o pot face în mod organic *gratuit* sau își pot *cumpăra* și mai multă vizibilitate cu ajutorul unor platforme conexe precum Facebook for Business, Instagram for Business și, mai nou, chiar și TikTok for Business – conform principiului „Don’t Make Ads. Make TikToks“. Dar, ca orice domeniu dinamic și slab reglementat, și platformele de socializare pun o serie de probleme de natură juridică.

**Ce este social media  
dintr-o perspectivă de marketing?**

Ceea ce stă la baza platformelor de socializare este crearea de conținut care generează interacțiune. Relevantă în acest sens este

definiția pe care The Balance Small Business o oferă conceptului de social media și care sună în felul următor: „Conceptul de social media se referă la website-uri și aplicații care sunt create cu scopul de a le oferi oamenilor oportunitatea să distribuie conținut rapid, eficient și în timp real.“ Tipurile de conținut pe care le poți crea diferă în funcție de specificul platformei asupra căreia alegi să te orientezi: Instagram înseamnă conținut foto-video, TikTok înseamnă conținut video, Twitter înseamnă texte scurte și linkuri. Iar reglementările care sunt impuse din punctul de vedere al conținutului creat pe astfel de platforme de social media sunt limitate, ceea ce face să fie și mai interesant de văzut care este punctul în care social media se întrepătrunde cu dimensiunea juridică a acesteia.

### Care sunt *cele mai relevante* nouă tipuri de social media?

Contrar a ceea ce o bună parte dintre noi ar înclina să creadă atunci când aud sau se gândesc la conceptul de „social media“, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Tik Tok (și, recent, Clubhouse) nu sunt singurele rețele de socializare existente. O platformă de social media este o platformă care **conectează oameni** – care le oferă un spațiu optim și niște unelte necesare pentru a interacționa. În funcție de modalitatea de interacțiune și de scopul acesteia, platformele pot lua forme diferite: de la social networks la media sharing networks și de la bloguri și publicații online la social shopping networks. Discuțiile cu privire la împărțirea acestora sunt multiple, dar Hootsuite este publicația online care, în urma documentării noastre, a făcut o împărțire exhaustivă a acestora. Am ales deci nouă dintre cele mai relevante tipuri de platforme social media pe care o să le diferențiem în cele ce urmează.

## SOCIAL NETWORKS

Sunt acele rețele de socializare cu ajutorul cărora te conectezi cu oameni și branduri în mediul online. Câteva exemple relevante de social networks sunt: Facebook, Twitter și LinkedIn. Esențial este să diferențiem între social networks și media sharing networks – Instagramul nu reprezintă același tip de social media precum Facebook, după cum vom vedea ulterior. Deși a început simplu, fiind platforma socială care te întreba direct „la ce te gândești?“, Facebook a devenit, între timp, una dintre cele mai importante platforme din strategia de marketing a brandurilor. Statisticile o dovedesc: Facebook are 1,91 miliarde de utilizatori zilnici în medie prin raportare la iunie 2021, cu o creștere de 7% față de anul trecut, iar în 2019 a generat 69,7 miliarde de dolari din platforma sa conexă, Facebook for Business, adică cu 98% mai mult decât totalul veniturilor sale din 2019. Potrivit raportului din martie 2021 pentru primele trei luni Facebook deja încasase din reclame 25,4 miliarde de dolari, iar în iunie 2021 următorul trimestru a avut încasări de 28,5 miliarde de dolari. Este cea mai rapidă creștere a platformei din 2016. Astfel, s-a ajuns la numărul de 8 milioane de utilizatori ai Facebook for Business și peste 160 de milioane de companii comunică prin intermediul Facebook.

## MEDIA SHARING NETWORKS

Sunt acele platforme pe care le folosești atât cu scopul de a găsi, cât și cu scopul de a distribui online conținut foto, video, live și așa mai departe. Instagram, Snapchat și YouTube sunt cele mai cunoscute platforme de media sharing. Cea mai rapidă creștere au avut-o platformele preponderent vizuale, precum Instagramul, care, în 2018, a atins pragul de 1 miliard de utilizatori activi, dintre care mai mult de jumătate la nivel global au vârste mai mici de 34 de ani, fapt care îi încadrează în Generația Z. Acest lucru se

datorează, conform studiilor anterioare, calității experienței utilizatorului avute pe această platformă, fiindcă toate uneltele pe care Instagramul le pune la dispoziția acestora sunt concepute astfel încât utilizatorul să-și valorifice cât mai mult creativitatea.

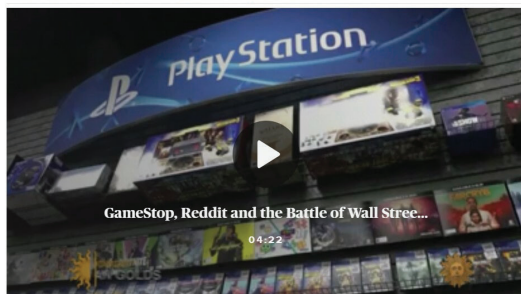
## FORUMURI DE DISCUȚII

În cadrul lor poți găsi și discuta subiecte care sunt de interes pentru tine și ceilalți cu care comunică online, la un anumit moment. Reddit, Quora și Digg sunt câteva astfel de forumuri asupra cărora oamenii se orientează pentru a împărtăși și discuta știri, informații și opinii. Și – după cum a fost și cazul GameStop – au un potențial mare de a genera situații cu un impact real și aplicabil în societate. Dar, mai des decât să genereze niște schimbări inovatoare la bursă, forumurile de discuții sunt, cel mai adesea, utilizate pentru a-ți studia membrii publicului-țintă, problemele cu care se confruntă și nevoile pe care le au. Reprezintă deci un mediu propice pentru ca tu să te afli în rândul lor, să înveți să vorbești pe limba lor și să faci acest lucru luând legătura *direct* cu ei.

CBS NEWS | January 31, 2021, 9:17 AM

### GameStop, Reddit and the Battle of Wall Street

Share / Tweet / Reddit / Flipboard / Email



#### Watch CBSN Live

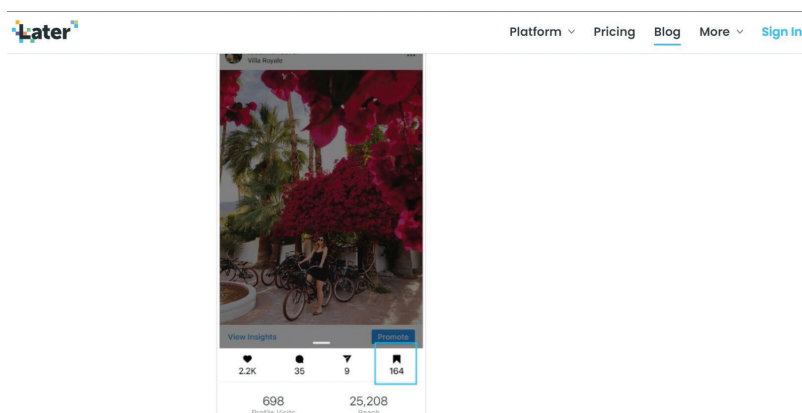
- Assault on U.S. Capitol: records show rioters used hammers, hockey sticks, and bear spray as weapons
- Senate votes to proceed with impeachment; Senate votes 56 to 44 that trial is constitutional
- Troops to deploy to vaccination sites this weekend as Biden admin. increases available vaccine doses
- Day one of second Trump impeachment trial concludes
- Senate voted 56 to 44 that Trump impeachment trial is constitutional

Follow Us

Sursa foto: articol CBS News din 31 ianuarie 2021

## BOOKMARKING & CONTENT CURATION NETWORKS

Aceste platforme ne ajută să ne inspirăm. Cu ajutorul lor, descoperim, salvăm, distribuim și discutăm ultimele trenduri de conținut și media. Pinterest și Flipboard sunt două astfel de platforme care-și fac **bine** treaba. Astfel, dacă alegi să incluzi platforme precum Pinterest în strategia ta de marketing, îți crești șansele de a fi descoperit de un tip de audiență la care altfel nu ai putea să ajungi. Potențialul unor astfel de platforme a fost anticipat și de Instagram, de exemplu, care oferă acum opțiunea să salvezi conținut și să-ți crezi colecții proprii la care să te întorci mai târziu cu scopul de a te inspira – direct în aplicație.

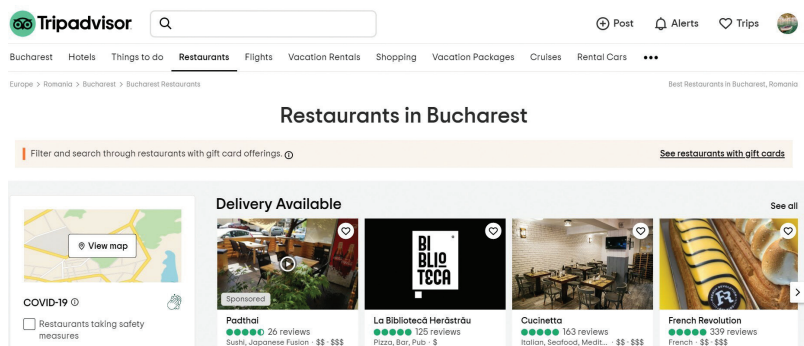


Sursa foto: Later.com

## CONSUMER REVIEW NETWORKS

**Consumer review networks** – sunt acele platforme de tipul Tripadvisor, Zomato și Yelp la care apelăm în momentul în care vrem să ne documentăm cu privire la un loc în care urmează să mergem, spre exemplu. Prin intermediul lor căutăm, facem

recenzii și împărtășim informații cu privire la branduri, produse și servicii. Din ele fac parte – dar *nu* se limitează la – restaurantele și destinațiile de vacanță. Principala lor utilitate, pe lângă faptul că „te pun pe hartă” dintr-o perspectivă de business și îți cresc vizibilitatea, constă în faptul că le oferă clienților tăi oportunitatea să-ți lase recenzii. Cu cât primești mai multe recenzii pozitive, cu atât vei avea mai multă credibilitate și, ca atare, îți vei crește considerabil șansele să atragi mai mulți clienți.

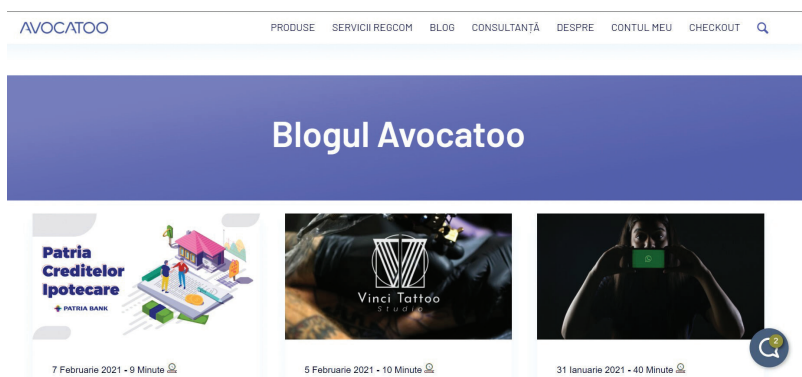


Sursa foto: Tripadvisor, secțiunea Restaurante din București

## BLOGURI ȘI PUBLICAȚII ONLINE

**Bloguri și publicații online** – sunt acele platforme care au democratizat enorm crearea (și consumul) de conținut scris, precum WordPress, Tumblr și Medium. Dintr-o perspectivă de business, astfel de platforme sunt utilizate de acele branduri care își doresc să includă în strategia lor de marketing componenta de **content marketing**. Adică, dacă la un anumit moment depindeai de vizibilitatea care-ți era conferită de câtă acoperire media îți obțineai PR-ul tău datorită relațiilor pe care le avea cu jurnaliștii, acum există și o modalitate alternativă pentru a-ți crea vizibilitate: îți crezi propriul blog al companiei, prin care nu numai că te nișezi,

ci ajungi să fii considerat și o autoritate în domeniul în care activezi datorită informației valoroase pe care o oferi cu ajutorul blogului.



Sursa foto: blogul Avocatoo

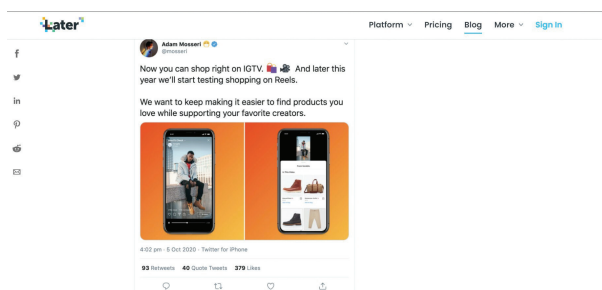
## INTEREST-BASED NETWORKS

**Interest-based networks** – sunt acele platforme care îți permit să te conectezi cu alte persoane datorită unor interese sau hobby-uri comune pe care le împărtășești cu persoanele respective. Câteva exemple de astfel de platforme sunt: Goodreads, Houzz și Last.fm. Ele pot fi benefice acelor branduri care se adresează unei audiențe extrem de nișate: Goodreads, spre exemplu, se adresează strict autorilor și cititorilor cu adevărat pasionați. Prin urmare, dacă afacerea ta oferă produse și servicii pentru autori și cititori avizi, atunci poți crea un grup pe Goodreads unde să-ți aduni comunitatea și obții, în schimb, ocazia de a-i oferi o experiență croită 100% pe nevoile sale – spre deosebire de situația în care crezi un simplu grup pe Facebook pe care încerci *tu* să îl croiești conform nevoilor comunității tale.



## SOCIAL SHOPPING NETWORKS

**Social shopping networks** – sunt acele platforme care îmbină dimensiunea socială cu dimensiunea comerțului online. Ssense, Etsy și Fancy sunt social shopping networks care te ajută să observi trenduri din sfera modei, să urmărești branduri de modă, să împărtășești cu ceilalți noutăți interesante pe care tocmai le-ai descoperit cu privire la subiecte care sunt de interes atât pentru tine, cât și pentru ei și... să faci achiziții. De fapt, cel mai concludent exemplu în acest sens îl reprezintă direcția în care se îndreaptă Instagram în ultima perioadă din punctul de vedere al îmbinării pe care o face între propria componentă de platformă socială și componenta de comerț online.

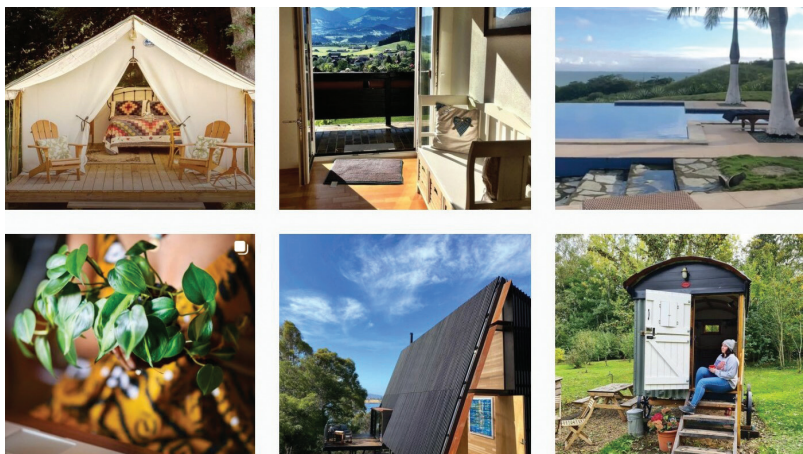


Sursa foto: Later.com

## SHARING ECONOMY NETWORKS

**Sharing economy networks** – Airbnb, Uber și TaskRabbit sunt și ele platforme de social media, cu toate că nu te-ai gândi la ele în felul acesta din start. Dar, spre deosebire de celelalte, acestea sunt platforme de social media care au scopul de a conecta oameni pentru a-i ajuta să promoveze, să găsească, să distribuie, să cumpere, să vândă și să schimbe produse și servicii. Ele vor atrage *acei* oameni care activează, dintr-o perspectivă de business, într-o sferă

care este de interes maxim pentru ei. Spre exemplu, dacă deții un apartament pe care ai vrea să-l închiriezi ocazional, te vei orienta spre Airbnb. Dacă deții o mașină și ai timp liber pe care vrei să-l folosești obținând niște bani conducând, te vei orienta către Uber. De fapt, la nivel internațional, au apărut chiar și sharing economy networks pentru persoane care caută resursă umană ca să aibă grijă de animalele lor de companie, locuri de parcare sau o masă caldă gătită în casă.



Sursa foto: contul de Instagram @airbnb:  
postarea 1, postarea 2, postarea 3, postarea 4, postarea 5, postarea 6  
(de la stânga la dreapta, de sus în jos)

## În ce direcții se preconizează că va merge social media în viitorul apropiat?

Platformele de social media la care vom face referire în paragrafele următoare sunt cele care intră în sfera **social networks** și **media sharing networks**. Ele sunt, în momentul de față, cele mai interesante de analizat atât dintr-o perspectivă de marketing, cât și dintr-o perspectivă juridică, deoarece sunt foarte ofertante, pe alocuri

prea puțin reglementate (de exemplu, atunci când vorbim despre influencer marketing realizat la nivel național) și, totodată, extrem de dinamice. În fapt, acestea sunt *platformele de social media* pe care fiecare dintre noi le utilizăm în fiecare zi. În 2020, Facebook s-a dovedit cea mai mare platformă de social media la nivel global, având 2,60 miliarde de utilizatori lunar, urmată de YouTube cu 2 miliarde și de WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat și Instagram, fiecare dintre acestea însumând peste 1 miliard de utilizatori lunar. Iar câteva dintre trendurile care se preconizează în rândul acestora sunt următoarele:

## **INTEGRAREA PLATFORMELOR DE SOCIAL MEDIA CU PLATFORME DE E-COMMERCE**

Până în noiembrie 2020, Instagram era platforma folosită de către branduri cu scopul de a se face cât mai vizibile în rândul publicului-țintă, prin intermediul unor strategii variate de marketing. Brandurile se foloseau de această oportunitate pentru a atrage trafic din contul lor de Instagram spre site-uri, de unde clienții ar fi urmat să cumpere produsele și serviciile acestora. În noiembrie 2020 însă, Instagram a decis să nu mai piardă trafic direcționându-și utilizatorii spre site-urile externe ale brandurilor active pe platforma sa. În schimb, a integrat componenta de „social shopping“ în platformă. Câteva luni mai târziu, după ce a realizat o integrare cu Shopify în octombrie 2020 și una cu Walmart în decembrie 2020, TikTok a decis să ducă lucrările la un nou nivel. Pentru a nu-și pierde utilizatorii din cauza unor posibilități limitate de monetizare a conținutului, *acum* explorează și alte oportunități de integrare a componentei de „social shopping“ în platforma sa.



După impactul pe care Avocato.ro l-a avut în rândul publicului explicând limbajul legal și teme conexe de larg interes, Ana-Maria Udriște și Marian Hurducaș le propun un ghid juridic util celor care activează în industria de marketing și comunicare, dar nu numai. Dacă vrei să stăpânești modul în care funcționează promovarea afacerii tale în social media și instrumentele juridice care o guvernează, *Digitale pe Legale* e pentru tine.

Mediul digital se schimbă subtil de la o zi la alta, determinând inevitabil modificări ale cadrului legal. *Digitale pe Legale* te pregătește pentru situațiile problematice cu care te-ai putea confrunta, discutând aplicat câteva studii de caz reprezentative. În același timp, semnalează câteva aspecte pe care este bine să le reții atunci când contractezi sau faci producție de conținut multimedia, când construiești o strategie de marketing și comunicare sau distribuție pe social media outlets. Sunt vizate și campaniile de influencer marketing sau user-generated content, contractele de reprezentare sau de colaborare cu o entitate juridică și monetizarea de traininguri și cursuri. De acum ești avizat: cartea îți oferă toate informațiile de care ai nevoie.

AVOCATOO

CURTEA  VECH E

curteaveche.ro

ISBN 978-606-44-1337-6



9 786064 413376