

VISÃO

STEVE ARNOLD
O CAÇADOR DE
METEORITOS

Escolhas
LINK

CÂMARAS DIGITAIS SLR
GADGETS IRRESISTÍVEIS
MOLDURAS DIGITAIS
NETBOOKS
JOGOS

Dezembro 2008
€3,00

PORTUGAL (CONTINENTE)

+ **Memória**

Lembro-me de muito
mais coisas

+ **Raciocínio**

Associo ideias
rapidamente

+ **Cálculos**

Sou ótima a fazer
contas de cabeça

+ **Saúde**

O Alzheimer não tem
hipóteses comigo

SUPER CEREBROS

Aprenda a exercitar a mente e descubra a tecnologia
que o ajuda a duplicar o potencial do intelecto

Eu vi um OVNI

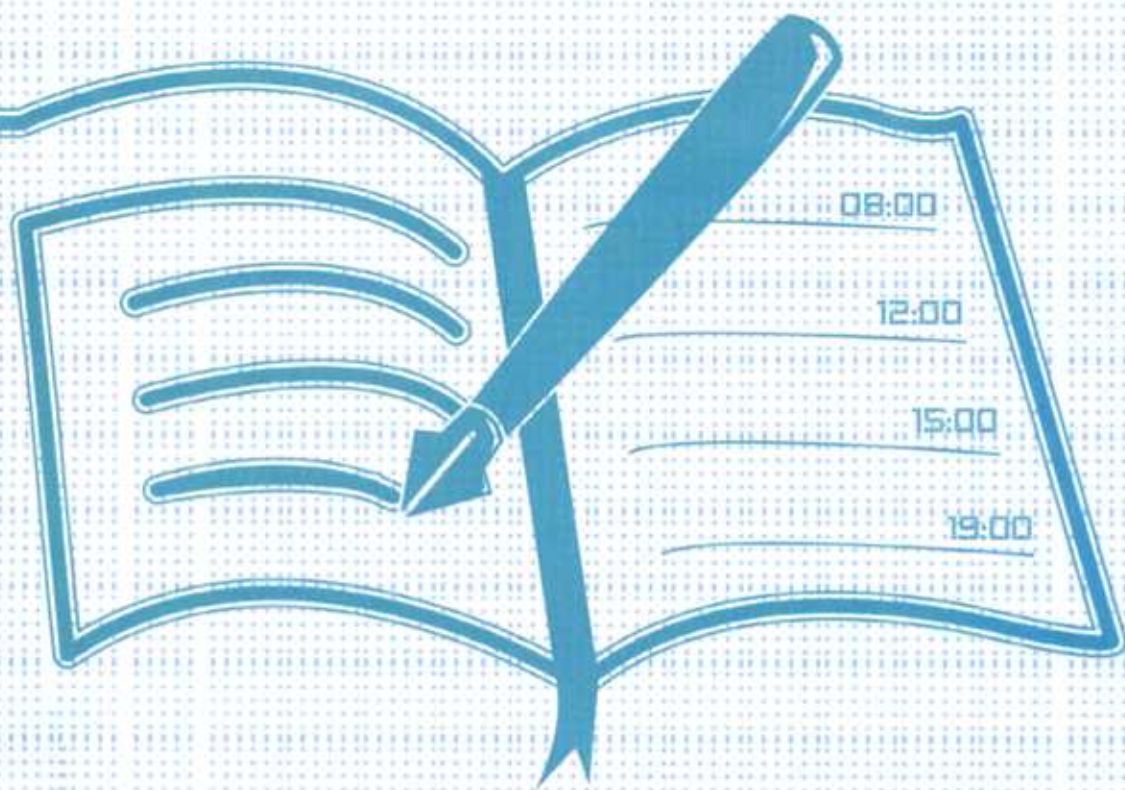
RELATOS EM PORTUGUÊS DE QUEM TEVE

Alerta água

COMO TRAVAR A EXTINÇÃO DO RECURSO

Olhò Robô!

OS PORTUGUESES QUE



“O que estás a fazer?”

Criado em 2006 por três americanos, o Twitter – o sistema de microblogging da Internet – é tudo menos consensual. É revolucionário para uns e desinteressante para outros.

Por PATRICIA SILVA ALVES



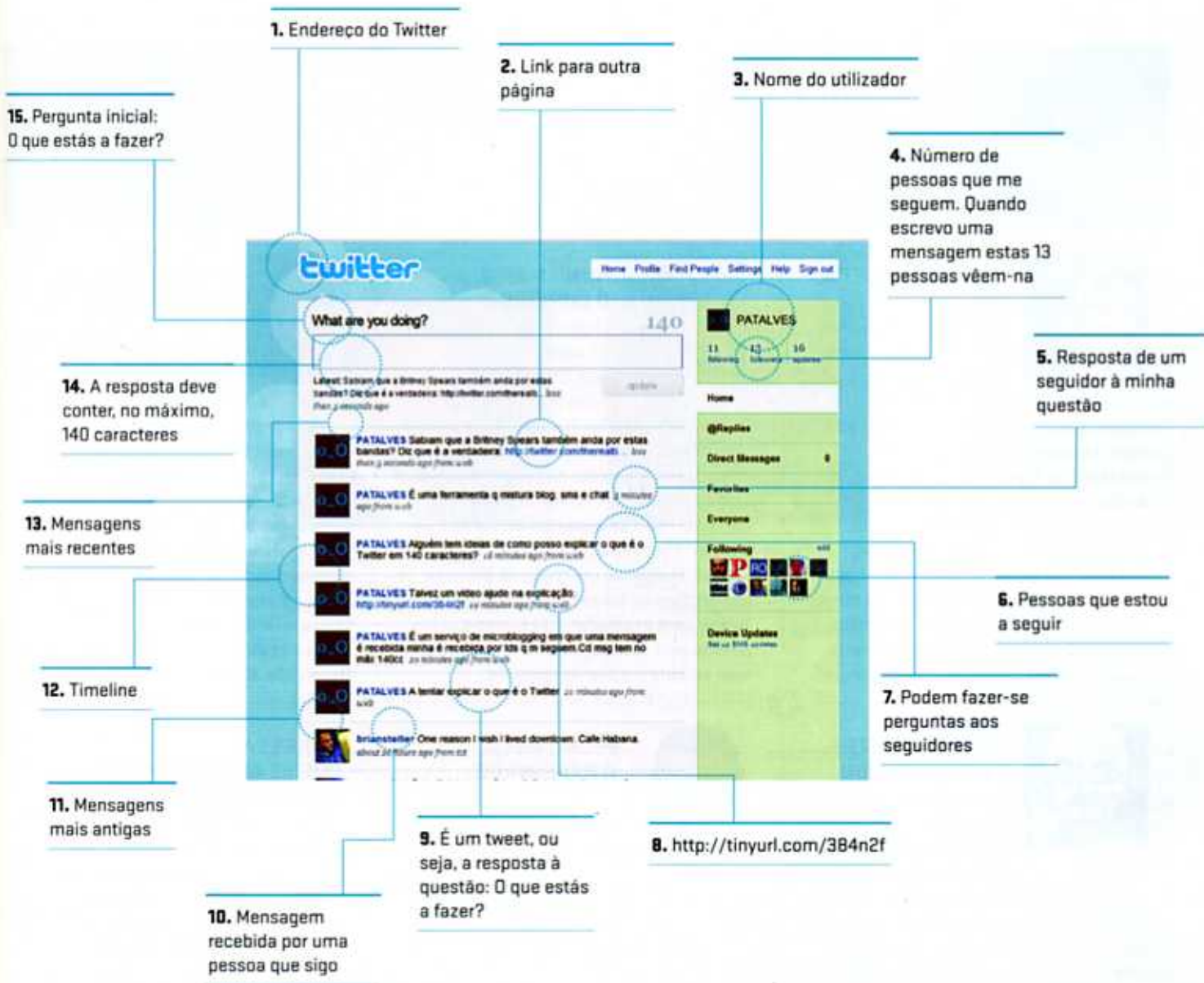
O

Twitter é muito simples. Ele é até banal, sobretudo se à pergunta que nos coloca na sua página Internet – O que estás a fazer? – se responder coisas como: «Acabei de deitar os miúdos. Divertimo-nos muito». Até aqui nada de surpreendente. Mas se acrescentarmos que a resposta foi dada por Britney Spears e que 8 mil pessoas presenciaram esta confidência, a frase – tão corriqueira – ganha outra

dimensão. Sobretudo se a senhora Spears escrever várias vezes por semana a dizer o que está a fazer e antecipar novidades que encherão no dia seguinte as revistas cor-de-rosa. É o voyeurismo em estado puro, aquele que nos compele a espreitar pelo buraco da fechadura e saber coisas que não nos dizem respeito. O Twitter é então a vizinha debruçada à janela a assistir ao filme da vida? Tal-

vez. O Twitter é coscuvilheiro. Mas se em vez da famosa cantora pop norte-americana, for Bill Gates? E se ele nos dissesse, em primeira mão, que o novo Windows estará em tal dia nas lojas? Talvez seja mais interessante e, até, útil. O Twitter também é interesseiro. Tudo depende de quem fala e do que fala. Não é a toa que Barack Obama, o actual Presidente dos Estados Unidos, se serviu do Twitter durante a campanha eleitoral para conquistar votos. E a julgar pelo número record de seguidores – 129 mil – pode-se dizer que deixar pequenas mensagens com o paradeiro do candidato foi um sucesso. E mais do que ter muitos seguidores, a campanha de Obama revelou que o Twitter pode ser um meio eficaz de mobilização das massas. As mensagens eram directrizes da acção: diziam onde ir e o que os apoiantes de Obama podiam fazer pela campanha.

O microblogging, como o nome antecipa, é um sistema que coloca pequenas mensagens na Internet. E aqui as mensagens são mesmo pequenas. Têm, no máximo, 140 caracteres. Pois, o Twitter também é mandão, obriga-nos a artimanhas. Por exemplo, para que a primeira frase deste parágrafo fosse uma mensagem do Twitter ti-



nhamos de concentrar as ideias, ou então, comer letras. O resultado seria: «O microblogging, em o nome antecipa, é 1 sistema q coloca pequenas msgs na Internet». Exactamente como as mensagens de telemóvel. A única diferença é que aqui uma mensagem é escrita por uma pessoa e lida por todos os seus seguidores. E para quem usa o Twitter o limite de caracteres é, até, uma vantagem. «Embora pareça difícil resumir uma ideia em 140 caracteres com o tempo, isso torna-se bastante agradável porque somos levados pela preguiça mental de estar a escrever um artigo para um blogue pessoal, que leva sempre mais tempo, mais ponderação», avalia o jornalista Carlos Duarte, 28 anos. Ora vejamos a página da Internet:

UM LOCAL PARA CONVERSAR

Depois de ver como o Twitter funciona e no caso de não ser especial fã de espreitar à fechadura dos outros utilizadores, paira a pergunta: vale mesmo a pena? Não se sabe, mas o Twitter pode ser o que se quiser, basta imaginação. Alcides Fonseca, 19 anos, estudante de Engenharia Informática, dá um exemplo em que o Twitter

facilita a vida: na organização de um jantar. «Se enviarmos um tweet [ver no Dicionário, ao lado] a combinar um jantar, é muito fácil porque não temos de mandar a mensagem individualmente. Uma mensagem chega logo a todos». Aliás, como as mensagens aparecem na mesma janela, o Twitter pode ser usado como ferramenta de chat. Os convidados do jantar podem perguntar se é preciso levar alguma coisa e combinarem, ali mesmo, o que cada um leva. Aliás, esta é outra faceta: O Twitter é comunitário, põe-nos a falar uns com os outros. Para o jornalista Alexandre Gamela, 31 anos, «o Twitter só funciona em comunidade: se não seguirmos outras pessoas e outros não nos seguirem e não iniciarmos diálogo, não vale a pena.» E, neste momento, há muita gente com quem falar. Ao todo são já três milhões os utilizadores do Twitter no mundo. Em Portugal são cerca de 2 mil os que criaram conta neste site, mas nem todos são utilizadores activos. Muitas pessoas desistiram por não perceberem o sentido do programa. Os primeiros utilizadores portugueses, aqueles que resistiram à primeira impressão, são um grupo muito específico: engenheiros informáticos, relações

Diz-me o que Twittas, dir-te-ei quem és

Mas afinal quem usa o Twitter e porquê? Essa foi a questão que levou Carlos Duarte a escrever no seu blogue (<http://carlosduarte.org/>) uma "Sociologia do Twitter". Porque se o Twitter é o que nós quisermos que ele seja, não temos um, mas vários Twitters: tudo depende da personagem que somos



ALCIDES FONSECA, O SOCIAL

Estudante de Engenharia Informática, 19 anos
Tem 456 seguidores

Ser o social no Twitter

significa acompanhar e ser seguido por muitos elementos da comunidade. Alcides Fonseca é, segundo as estatísticas do Twitter Portugal, a 22ª pessoa mais seguida no País, com 456 seguidores. Bem-disposto e amigo de conversas, utiliza o Twitter para conhecer pessoas. Talvez por isso, quando o Twitter se tornou mais viciante, percebeu que, para estar na conversa, não podia fazer mais nada. Recebe, em média, 10 tweets por minuto!



NUNO MARIZ, O CURIOSO

Engenheiro informático,
33 anos
Tem 176 seguidores

Nuno Mariz, gosta de ir ao

Twitter para espreitar o que os outros dizem. É um voyeur, mas só nos assuntos que lhe interessam: não gosta de ver pormenores da vida privada dos outros. Prefere ver a ser visto. Praticamente não actualiza o seu espaço. Por interesses pessoais e profissionais, constituiu um grupo de pessoas que gostam de tecnologia. Por vezes usa o Twitter para desabafar – dizer algo que lhe passou pela cabeça naquele instante e que nem sempre precisa de resposta.



PAULO QUERIDO, O OPORTUNISTA

Jornalista, 48 anos
Tem 753 seguidores

Usa o Twitter

exclusivamente por

motivos profissionais. Para Paulo, o Twitter «é uma espécie de rio para onde fluem todos os ribeiros». É o sítio onde vai saber as últimas novidades porque «há áreas onde a informação se sabe aqui muito mais depressa do que através dos meios normais». Mas o seu (bom) oportunismo não fica por aqui. Utiliza o Twitter para atrair mais tráfego para os seus blogues e, ao contrário do Reservado, é de conversa fácil.



RICARDO MESTRE, O INTROVERTIDO

Gestor de projectos,
33 anos
Tem 25 seguidores

Ao contrário de outras,

a sua página não é pública; as suas mensagens só podem ser lidas por quem ele escolher, pois usa o Twitter para manter o contacto com os amigos (da «vida real»). Gosta de enviar piadas, escrever pensamentos soltos, mas não gosta que desconhecidos presenciem a conversa. Afinal, diz, «não quero usar o Twitter para fazer auto-promoção».



PEDRO MELO, O RESERVADO

Informático, 37 anos
Tem 228 seguidores

Tem um Twitter profissional – usa-o para ver as novidades

do mundo da tecnologia. Imigrou para o Twitter porque quem lhe interessa está lá, mas considera-o como uma perda de tempo. Aliás, Pedro não é um fã do Twitter, sobretudo para o usar como chat: «tento ignorar a parte da conversa. Posso conversar com outras pessoas». Só interage quando, ocasionalmente, tem uma dúvida e se socorre dos seus seguidores para a esclarecer.

EMPRESA QUE SE AUTO-PROMOVE, O ARRIVISTA

Poucos seguidores

Usa o Twitter para gerar tráfego para o seu site ou blogue. Segue o máximo número de pessoas (mesmo que não sejam o seu público-alvo), e espera que algumas delas retribuam. Contudo, não se preocupa em promover qualquer interacção: só transmite mensagens. Este tipo de empresas é fácil identificar porque o número de seguidores que tem e de pessoas que segue é completamente desproporcional.

NÚMEROS

Mil milhões
de Tweets enviados
em todo o Mundo

7 milhões
de utilizadores previstos em
Fevereiro de 2009 no Mundo

3 milhões
de utilizadores
em todo o Mundo

2 mil
utilizadores
em Portugal

