

Car buzz

Pesquisar na web

Voltar atrás

Clipes da Web

“Então isto é um Facebook da Google?” ou “Eu acho que é melhor que o Twitter”. Quem experimentou a nova rede social balança entre achar que já viu isto em qualquer lado e dar os parabéns à Google por ter subido a fasquia. Os peritos dizem que é cedo para saber se o nascimento do Buzz será a morte do Facebook

de conteúdos na ‘web’. Tudo o que pomos em cada rede aumenta o ruído. Se há mais uma rede há mais ruído.” E a questão, a questão, qual era? “Onde é que eu estou verdadeiramente? É no Facebook, no Twitter, no Buzz? Como é que posso estar em todo o lado? Onde estarei mesmo?”

No Twingo que é a Internet, parece que não sobra muito espaço para o Buzz. Mas ao contrário do Twingo, a Internet estica. “Haverá espaço enquanto houver utilizadores. As dinâmicas nas redes sociais não são previsíveis, e daqui a uns meses pode surgir um ‘Facebook killer’ – depende muito dos utilizadores a quem apelar e das diferentes funcionalidades que apresentar no futuro. No ano passado, a Google apresentou uma alternativa ao Second Life e depois descontinuou o projecto apesar de ele ter alguma aceitação, por isso depende também muito da vontade que eles têm em forçar a criação de um espaço.”

No espaço onde reinava até agora sozinho o Facebook (esta semana chegou aos 400 milhões de utilizadores), o Buzz já forçou a entrada. Basta pensar que se nos dois primeiros dias foram publicados nove milhões de posts (números oficiais da Google) nesta ferramenta, alguém teve de fazer descansar o Facebook. Até porque há sempre quem não negue uma ciência que desconhece. Carlos Correia, do Centro de Investigação para Tecnologias Interactivas da Universidade Nova de Lisboa, é um desses curiosos. “Uso o Buzz desde o início. Primeiro assustei-me com a falta de privacidade – até o meu trabalho de backoffice aparecia mencionado junto de seguidores que eu não havia seleccionado –, mas depois tudo acalmou e agora acho que a ferramenta poderá vir a tornar-se numa alternativa excelente ao Facebook e ao Twitter.”

Quase duas semanas após o seu lançamento, o Buzz ainda não criou o burburinho que se impunha. Mas para aqueles que conhecem a Internet como a palma da mão, é cedo para lhe decretar um fim triste. A guerra com o Facebook e o Twitter ainda agora começou e a verdade é que o Buzz tem um trunfo sobre os concorrentes nas trincheiras: cerca de 200 milhões de pessoas têm Gmail, o que significa que cerca de 200 milhões de pessoas têm o Buzz sem sequer o ter pedido. “Agora, se estes 200 milhões o vão usar ou não, não podemos saber para já”, diz Paulo Querido. Não faz mal. Havemos de saber. Há-de haver um rumor sobre o assunto.

The screenshot displays the Buzz social media interface. At the top, there's a header with navigation options. Below that, a user profile for 'Ted Taco' is visible, showing 0 connected sites and 12 followers. The main content is a feed of posts:

- Post 1:** By Dave Cohen (Public, 11:00 am). Text: "Some of the photos that I took last week turned out really well. What do you think? Any favorites? I'm really liking this new lens." Includes a gallery of photos with captions: "Ed under the leaf", "Sparky and...", "Andrew", and "Todd".
- Post 2:** By Joey Rozier (Mobile, Private, Jan 15). Text: "Sparky was out of control this weekend! I uploaded this video from my phone." Includes a video thumbnail titled "Sparky at the park".
- Post 3:** By Braden Kowitz (Flickr, Public, Jan 15). Text: "Photos from the last few weeks". Includes a gallery of photos with captions: "Floating away", "Ecology robot", "supermarket", "Tulips", and "Rock".

Each post includes interaction options like Comment, Like, and Email.