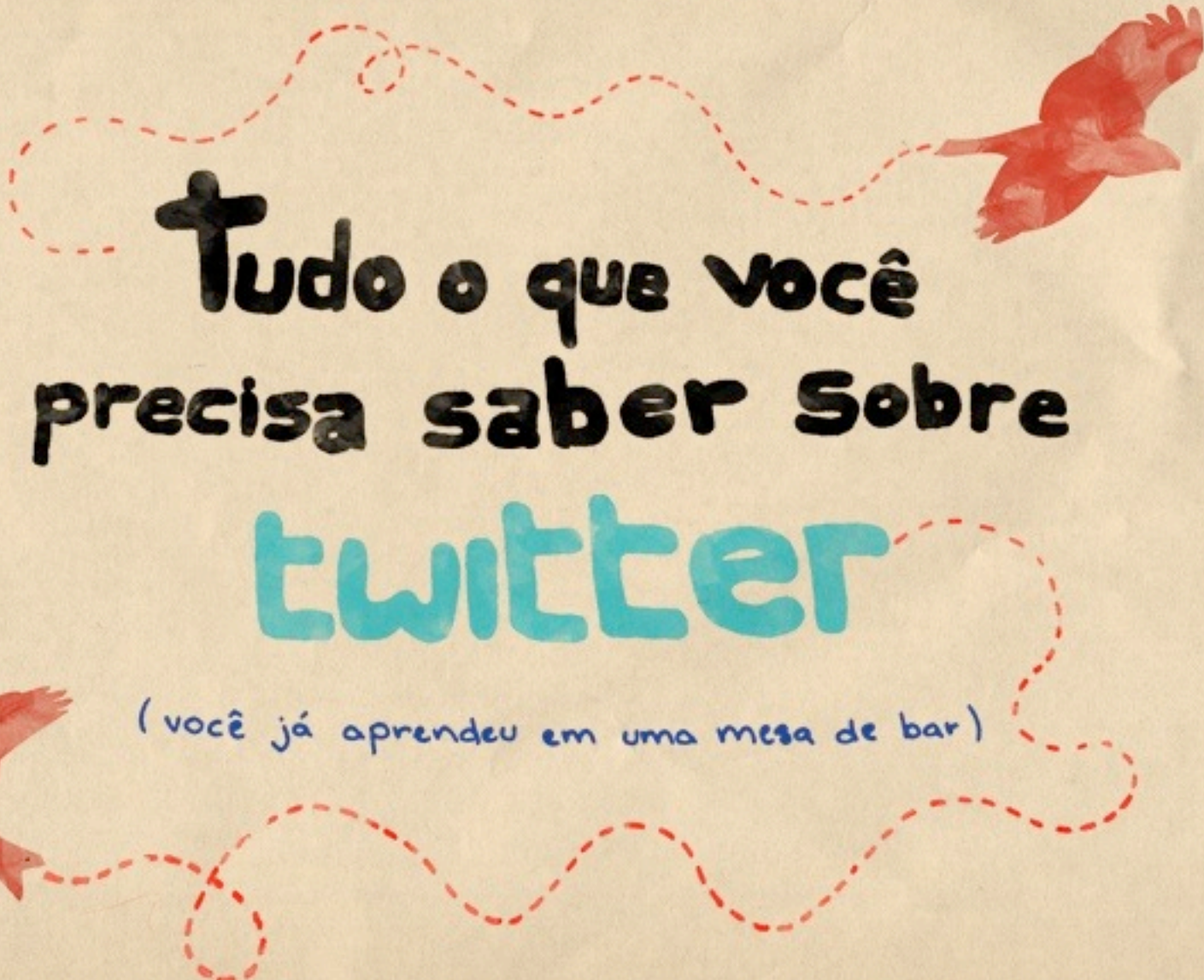




Apresenta



Tudo o que você precisa saber sobre twitter

(você já aprendeu em uma mesa de bar)

UM GUIA PRÁTICO PARA PESSOAS E ORGANIZAÇÕES

JULIANO SPYER

@JASPER

LUIZ ALBERTO FERLA

@FERLA

MORIAEL PAIVA

@MORIAEL

FABIOLA AMORIM

@BILAAMORIM

Prefácio organizado por
Marcelo Tas @marcelotas


Atribuição-Usos não-comerciais-compartilhamento pela mesma licença 2.5 Brasil


Você pode:

- copiar, distribuir, exibir e executar a obra
- criar obras derivadas

Sob as seguintes condições:

 Atribuição: você deve dar crédito ao autor original, da forma especificada pelo autor ou licenciante.

 Uso não-comercial: você não pode utilizar esta obra com finalidades comerciais.

 Compartilhamento pela mesma licença: se você alterar, transformar, ou criar outra obra com base nesta, somente poderá distribuir a obra resultante sob uma licença idêntica a esta.

- Para cada novo uso ou distribuição, você deve deixar claro para outros os termos da licença desta obra.
- Qualquer uma destas condições podem ser renunciadas, desde que você obtenha permissão do autor.

Qualquer direito de uso legítimo (ou “fair use”) concedido por lei, ou qualquer outro direito protegido pela legislação local, não são, em hipótese, alguma afetados pelo disposto acima.

ÍNDICE

Licença, Índice, Epígrafe, Agradecimentos, Prefácio.....p.2-7

Intro 1: Como explicar o que é o Twitter.....p.8

Intro 2: Tem que ler o livro todo?.....p.10

PARTE I - TUDO O QUE VOCÊ PRECISA SABER

1. Por acaso você está falando sozinho?.....p.12
2. O que são seguidores e seguidos.....p.14
3. Como encontrar pessoas I.....p.16
4. Como encontrar pessoas II.....p.18
5. Convenções para conversar e interagir.....p.20
6. Como ter uma conversa privada.....p.22
7. Sobre o que falar?.....p.24
8. O que cabe em 140 caracteres?.....p.26
9. O que é “retuitar” e para que serve.....p.28
10. Para quem quer ficar famoso.....p.30
11. Não precisa ficar acessando o site.....p.32
12. Mobilidade, a última fronteira.....p.34
13. Atualização por SMS.....p.36
14. Alguns serviços complementares.....p.38
15. Distração e perda de tempo.....p.40

PARTE 2 - NEGÓCIOS, JORNALISMO E POLÍTICA

16. Twitter para negócios I.....p.43
17. Twitter para negócios II.....p.45
18. Efeitos colaterais.....p.47
19. Impacto do Twitter nos negócios I.....p.49
20. Impacto do Twitter nos negócios II.....p.51
21. Casos internacionais de uso corporativo.....p.53
22. Casos de uso corporativo no Brasil.....p.55
23. Twitter e jornalismo I.....p.57
24. Twitter e jornalismo II.....p.59
25. Twitter para jornalistas I.....p.61
26. Twitter para jornalistas II.....p.63
27. Twitter e campanhas políticas I.....p.65
28. Twitter e participação política.....p.67
29. Recomendações para candidatos.....p.69
30. Mais recomendações para candidatos.....p.71

ÍNDICE

PARTE 3 - USO AVANÇADO DO TWITTER

31. O futuro do Twitter I.....	p.74
32. O futuro do Twitter II.....	p.76
33. O futuro do Twitter III.....	p.78
34. O legado do Twitter.....	p.80
35. Oportunidade para desenvolvedores.....	p.82
36. Análise de personalidades e tendências.....	p.84
37. Twitter em números.....	p.86
38. Número de brasileiros que usam o serviço.....	p.88
39. Perfil do usuário brasileiro.....	p.90
40. Interesses privados e terrorismo.....	p.92
41. Twitter e preconceito social.....	p.94
42. Como mudou sua forma de usar a internet I.....	p.97
43. Como mudou sua forma de usar a internet II.....	p.98
44. Como o Twitter se integra à rotina I.....	p.99
45. Como o Twitter se integra à rotina II.....	p.100
46. O que faz um bom tuiteiro.....	p.101

ANEXO - LISTAS DE APOIO

Usuários recomendados I.....	p.104
Usuários recomendados II.....	p.105
Usuários recomendados falantes de inglês I.....	p.106
Usuários recomendados falantes de inglês II.....	p.107
Como participar.....	p.108
Sobre a Casa do Zezinho.....	p.109
Sobre a Talk e o autor do livro.....	p.110

“oh this is going to be addictive”

- Primeira mensagem publicada no Twitter por Dom Sagolla, integrante da equipe que lançou o serviço.

“Uma coisa que você pode dizer com certeza sobre o Twitter é que ele causa uma péssima primeira impressão.”

- Frase de abertura do artigo sobre o Twitter que foi capa da revista Time em 05/06/09.

“Existem 4 bilhões de usuários de celulares no mundo levando consigo equipamentos prontos para usar o Twitter.”

- Biz Stone, co-fundador do Twitter, em entrevista ao site inglês guardian.co.uk, referindo-se ao fato de o serviço permitir que pessoas publiquem e recebam atualizações via mensagens de texto (SMS).

AGRADECIMENTOS

Este livro foi concebido, gestado e produzido dentro da [@lets talk](#).

Os tuiteiros* [@ferla](#), [@moriamel](#) e [@bilaamorim](#) abraçaram a idéia de fazer um guia “pra valer” com o propósito de ser distribuído gratuitamente pela Rede. [@marcelotas](#) abriu espaço em sua agenda para conceber a idéia e orquestrar a produção de um prefácio-móvil com múltiplas perspectivas sobre o Twitter, bem no espírito da internet.

No lugar do suporte técnico de uma editora, colaboração. [@pedroaborges](#) desenhou a capa mais bonita para um e-livro que eu já vi até hoje, [@brnrd](#) definiu os parâmetros para a diagramação e [@malloryker](#) ajudou a definir aspectos gráficos. [@fabianamotroni](#) e [@geisiana](#) revisaram o texto, apontando pequenos erros que do contrário teriam permanecido.

[@danielsouza](#), [@penas](#), [@bhayashi](#), [@carlosdand](#), [@liliansta](#), [@fabianamotroni](#), [@rocyrillo](#) e [@anabrambilla](#) leram os originais e generosamente indicaram possibilidades de aprimoramento.

[@falapalermo](#), [@layloca](#), [@mcottoni](#), [@rafaelziggy](#), [@retirante](#), [@nataliakeri](#), [@amf](#), [@cunhafernanda](#), [@thaispontes](#), [@rogeriopa](#), [@rodseflu](#), [@romulocorrea](#), [@sorayacoelho](#), [@mariacarol](#), [@marcusroc](#), [@danielmacedo](#) e [@lupa](#) são companheiros neste grande tanque de areia que é a internet.

[@jasper](#)

* Uma parte dos usuários brasileiros do serviço opta por aporuguesar apenas parcialmente as palavras derivadas do nome Twitter. Eles escrevem, por exemplo, “twittar”, “twittosfera”, etc. A nossa opção para este guia foi grafar a palavra como ela é pronunciada em português. Assim, usamos “tuitar”, “tuitosfera”, etc.

TWITTER PELO TWITTER - UM PREFÁCIO COLETIVO*

O twitter é uma maquininha de cutucar corações e mentes na velocidade da luz. Em 140 toques ou menos, a imaginação é o limite. [@marcelotas](#)

1. *O Twitter é para o mundo o que a praça é para uma cidadezinha. [@_Jeyson](#)*
2. *É um radar captando o que milhões de pessoas estão pensando/fazendo naquele momento. [@pedrodoria](#)*
3. *É um confessionário em praça pública. [@ocriador](#)*
4. *É a melhor forma de liberdade de expressão. Você fala, quem quer ouvir escuta e compartilha. Quem não quer não ouve e não censura. [@NeiFernandes](#)*
5. *Compartilhamento de informação de forma exponencial. [@fuentes_be](#)*
6. *O Twitter é como pátio de hospício, cada um falando "sozinho", eventualmente alguém responde. [@saintbr](#)*
7. *O Twitter transforma famoso em amador e amador em famoso. [@paulobeneton](#)*
8. *É o fruto do amor proibido entre o scrap do Orkut e o MSN. [@crisdias](#)*
9. *Não consegui explicar até hoje para o meu chefe. [@joycemescalotte](#)*
10. *Não sei direito o que é, mas tenho a impressão que estou ficando pra trás... preciso ler logo esse livro!*

Fabiano Borsa, São Paulo, SP | 30 anos | Empresário

* **Marcelo Tas** lançou a primeira definição, convidou seus seguidores a fazerem o mesmo pelo Twitter e no Blog do Tas (www.blogdotas.com.br), depois escolheu dez mensagens para compor este prefácio. Ele doou integralmente o cachê por sua participação para a [Casa do Zezinho](#), uma instituição sem fins lucrativos que atende hoje 1200 crianças e jovens de baixa renda na cidade de São Paulo.

INTRO I: COMO EXPLICAR O QUE É O TWITTER

Você já tentou explicar o que é o Twitter para alguém com noções básicas de uso da Web? Você pode, por aproximação, dizer que é uma mistura de blog e MSN ou pode ser específico e falar que é uma ferramenta para micro-blogagem baseada em uma estrutura assimétrica de contatos, no compartilhamento de links e na possibilidade de busca em tempo real, mas dificilmente isso convencerá o seu interlocutor a usar o serviço.

É complicado explicar o Twitter porque não existem exemplos de serviços online parecidos que tenham sido adotados massivamente, mas... e fora da internet?

Bares, padarias, botecos e cafés são lugares onde pessoas se encontram para trocar informação, opinar sobre as notícias do dia, pedir ajuda, dar risada, criar vínculos, cultivar relacionamentos, falar entre si ou apenas acompanhar as conversas dos outros. Ter essas oportunidades de sociabilização é ao mesmo tempo prazeroso e útil, relaxante e necessário para uma espécie que há milênios sobrevive coletivamente.

O Twitter é como o seu bar favorito funcionando dia e noite: a hora que você aparecer encontrará alguns frequentadores habituais e mais outras pessoas relacionadas a eles. Você poderá ficar para um dedo de prosa durante um intervalo no trabalho ou passar horas interagindo e trocando idéias.

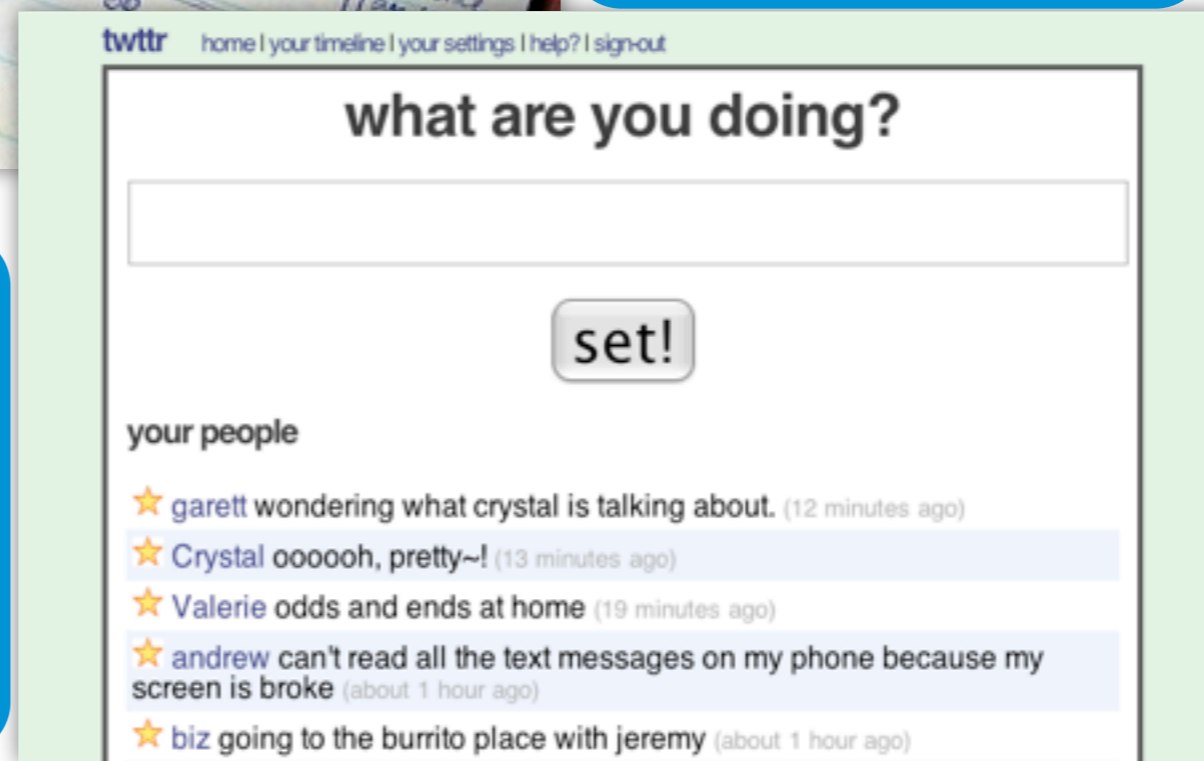
Este manual parte dessa metáfora para mostrar o funcionamento do Twitter e como ele pode ser usado para beneficiar pessoas e organizações.

Seja bem-vindo!



Apesar de só ter sido lançado em 2006, o conceito do Twitter já vinha sendo pensado desde 2000 pelo programador Jack Dorsey. Ao lado, uma página de rascunho do projeto de Dorsey.

A imagem à direita é da primeira versão do Twitter quando o serviço foi lançado em 2006. A história do produto está registrada neste post de Dom Sagolla e nesta entrevista com Jack Dorsey. Aqui, a primeira mensagem.



INTRO II: TEM QUE LER O LIVRO TODO?

Não, mas você pode ajudar a atualizá-lo.

O livro está dividido em três blocos. Para quem quer aprender a usar o Twitter como “pessoa física”, a primeira parte resolve. Em seguida, vem um grupo de textos sobre a utilização nas áreas de negócios, jornalismo e política. A parte final explora alguns temas de interesse do usuário avançado como os planos do Twitter para o futuro, dados estatísticos e aplicação do serviço para o monitoramento de tendências.

Você pode ler o guia na ordem proposta ou borboletear seguindo a sua curiosidade. Ao longo do texto, você encontrará links para informações complementares na Web.

Os (muitos) leitores com déficit de atenção e hiperatividade podem ir “direto ao ponto” em dois passos. Depois de se registrar no serviço, 1) encontre pessoas legais (cap. 3 e 4) para você seguir, umas 20 já serve para começar a saborear o Twitter e 2) ao invés de ficar acessando uma página na Web para ver a atualização das mensagens de quem você segue, escolha e instale um dos programas (cap. 11) que funcionam paralelamente ao navegador e reúnem esse conteúdo automaticamente.

Um dos motivos do sucesso do Twitter é atribuído ao fato dele ser um serviço incompleto, sem finalidade definida e que, portanto, ainda está sendo diariamente inventado, do ponto de vista técnico e também em termos de aplicação. Justamente por isso um guia como este estará desatualizado a partir do momento em que ele parar de ser escrito. A melhor forma de resolver isso é incorporar o espírito da ferramenta lançando junto com o livro, um repositório de conteúdo em português sobre o serviço chamado [Twitcetera](#).

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

