

PEDRO DORIA



Pelo controle do Twitter

Na semana passada, o Twitter anunciou a compra do Tweetdeck, um dos clientes mais populares para acessar o serviço de microblogs. Saiu por US\$ 50 milhões. É o capítulo mais recente de uma briga dura, às vezes desleal, pelo controle da segunda rede social mais popular do planeta.

A empresa Twitter não tem total controle sobre a rede Twitter. Foi essa falta de controle que permitiu à rede que crescesse. E é esta falta de controle que ameaça a sobrevivência da empresa. Existe uma outra empresa, a UberMedia, que está disputando espaço e conseguindo avançar um palmo por vez.

Quando uma empresa nasce no Vale do Silício, seu objetivo inicial jamais é fazer dinheiro. O primeiro desafio é criar uma audiência. Quem apresenta um serviço ou produto que cativa muita gente consegue financiamento. Quando já está grande e encorpado,

alguém procura um modelo de negócios.

Com o Twitter, também foi assim. Sua tática para crescer foi permitir a quem quisesse que lançasse aplicativos para acessar a rede. Há um grande número de clientes, com inúmeras qualidades, feitos para todo tipo de computador, smartphone e tablet. Hoje, segundo análise da Sysomos, 42% de todas as pequenas mensagens via Twitter são publicadas por aplicativos que não pertencem ao Twitter.

Assim como o Facebook, a trupe do Twitter decidiu seguir o modelo Google para fazer dinheiro: propaganda inteligente. O objetivo é apresentar tweets de vez em quando que tenham mais ou menos a ver com a conversa que os usuários estão levando. Só que há um problema: Google e Facebook têm quase que controle total de como suas redes são usadas. O Twitter, não.

A maneira mais popular de twittar é pelo site do Twitter. Ainda segundo o levantamento da Sysomos com base em 500 milhões de tweets, 35% das mensagens nascem lá. Mas 16% nascem do aplicativo UberSocial, da UberMedia.

A UberMedia pertence a Bill Gross, um empreendedor conhecido e respeitado no Vale. Foi ele quem criou o Picasa, popular software de fotografia que hoje pertence ao Google, e é o fundador da IdeaLab, uma das incubadoras mais importantes do início da internet. Mais do que isso, Gross inventou o conceito de propaganda relacionada a busca — a ideia que fez do Google uma potência. Não é qualquer um.

Nos últimos meses, Gross tem comprado vários clientes de Twitter, e o UberSocial é só o maior dentre estes. Na lista estão inclusos, também, Echofon (9,2% dos tweets) e Twidroid (o mais popular dentre celulares Android).

Foi a falta de controle que permitiu à rede que crescesse. E é isto que ameaça a sobrevivência da empresa

No total, mais de um quarto de todas as mensagens na rede Twitter nascem de softwares que pertencem à UberMedia. Ou seja: ela é responsável pela maneira que um número imenso de usuários percebe o Twitter. E pode, portanto, ditar como a propaganda vai ser recebida por estes. Pode, até, publicar sua própria propaganda. Um Twitter do B.

A guerra fria entre Twitter e UberMedia correu tensa durante todo o ano de 2010. Em fevereiro, o Twitter cortou o acesso à rede de alguns dos softwares concorrentes.

Alegava que estavam infringindo suas políticas. É um lance arriscado. Se nega ao inimigo espaço, também cria insatisfação entre um quarto dos usuários que mais usam o serviço. O acesso foi logo restabelecido.

A UberMedia estava negociando para comprar o TweetDeck, segundo cliente mais popular do Twitter. Em março, chegou a circular a notícia de que a compra havia sido fechada por US\$ 30 milhões. Aí veio o silêncio. Deve ter havido uma negociação tensa e um leilão pesado. O TweetDeck, com seus 13%, agora pertence ao Twitter. Se tivesse conseguido comprar, Gross começaria a se aproximar da margem dos 40%.

Seria dono de quase metade do Twitter sem ter a posse da empresa.

A briga ainda não acabou e não há inocentes. Assim como o Twitter corta acesso a aplicativos populares, a UberMedia ameaça criar um sistema de publicidade que funcione independentemente dos idealizadores da rede. Gross ameaça mais: sugere que pode criar uma rede à parte. É claro que é uma jogada arriscada, mas se alguém tem chance de conseguir, será ele.

No fim, um ainda depende do outro.