



CONCOURS CENTRALE•SUPÉLEC

Portugais

MP, PC, PSI, TSI

4 heures

Calculatrices interdites

2014

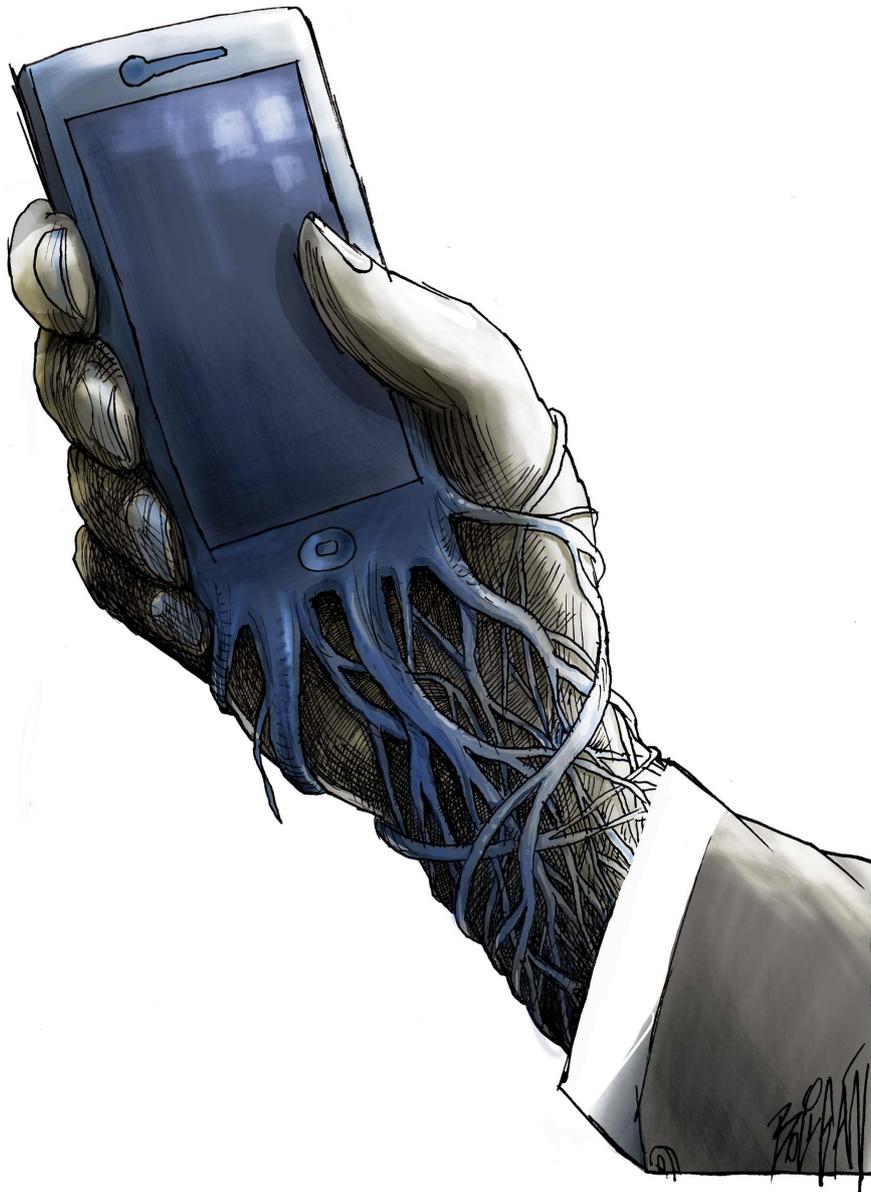
L'usage de tout système électronique ou informatique est interdit dans cette épreuve.

Rédiger en portugais et en 500 mots une synthèse des documents proposés, qui devra obligatoirement comporter un titre. Indiquer avec précision, à la fin du travail, le nombre de mots utilisés (titre inclus), un écart de 10% en plus ou en moins sera accepté.

Ce sujet propose les 5 documents suivants :

- un dessin de Angel Boligan ;
- un article paru dans *Público* en janvier 2014 ;
- un article paru dans le *Jornal do Brasil* en mai 2013 ;
- un article de *Info Online* ;
- un graphique de l'*Observatório da Língua Portuguesa*.

L'ordre dans lequel se présentent les documents est aléatoire.



ANGEL BOLIGAN (México), "Atrapados" [= "Capturados"]
2° Prémio – Porto Cartoon World Festival 2013

O Facebook vai definhar? Então a universidade que o diz vai desaparecer

JOÃO PEDRO PEREIRA, 24/01/2014

Um estudo sobre a rede social correu a Internet. O episódio acabou numa pequena disputa académica, com uma reviravolta irónica.

Como muitos dos estudos académicos sobre o Facebook, um artigo de investigadores da universidade americana de Princeton correu a Internet. A conclusão explica o interesse: de acordo com a dupla de cientistas, a popular rede social perderá 80% dos utilizadores até 2017. O artigo foi escrito por Joshua A. Spechler e John Cannarella, dois estudantes de doutoramento do departamento de mecânica e engenharia aeroespacial daquela universidade, que chegaram àquela conclusão recorrendo a informação de pesquisas no Google e a modelos para prever a proliferação de doenças: “Usamos modelos epidemiológicos para explicar a adopção e o abandono por parte dos utilizadores de redes sociais online, nos quais a adopção é análoga à infecção e o abandono é análogo à recuperação”, explicam no artigo. “Tem sido demonstrado que as ideias, tal como as doenças, se espalham ineficientemente entre pessoas antes de acabarem por morrer, e têm sido descritas com sucesso por modelos epidemiológicos.”

Para esta investigação, Spechler e Cannarella recorreram aos dados públicos do Google sobre a pesquisa dos termos MySpace (outroza uma rede social popular, agora vocacionada para conteúdos musicais) e Facebook. Observaram que o crescimento e declínio do MySpace foi acompanhado por um crescimento e declínio das pesquisas no Google por aquele site. Com base neste pressuposto, analisaram a evolução das pesquisas por Facebook e concluíram que estas indicam que a maioria dos utilizadores do Facebook abandonará a plataforma nos próximos anos.

O estudo foi publicado num popular repositório online da Universidade de Cornell chamado ArXiv e ainda não foi ainda sujeito à avaliação de outros investigadores, um processo que normalmente antecede a publicação numa revista científica. Surge numa altura em que são frequentes os relatos de abandono da plataforma, sobretudo pelos utilizadores adolescentes, algo que a empresa já admitiu, pelo menos parcialmente. As conclusões, como normalmente acontece num estudo que menciona o Facebook, foram publicadas em vários órgãos de comunicação, incluindo em Portugal. Nem todos foram taxativos a

veicular os resultados da investigação. Alguns, como é o caso do jornal britânico *The Guardian*, ofereceram uma explicação possível para uma menor pesquisa pelo termo Facebook: com o acesso a aumentar nos telemóveis e *tablets*, onde as pessoas tipicamente acedem por uma aplicação, há menos utilizadores a pesquisarem o nome do site no Google quando lá querem ir, uma prática que algumas pessoas têm em alternativa a escrever o endereço na respectiva barra do *browser* (muitas das pesquisas mais populares no Google são simplesmente nomes de sites e serviços online, como Facebook ou YouTube).

Na sequência das notícias, o Facebook apressou-se a apontar fragilidades à investigação e a desmontar o estudo — e com uma boa dose de humor. Numa publicação no próprio Facebook, três cientistas que trabalham para a empresa acusam os outros dois de confundirem correlação (a relação entre duas variáveis, neste caso, as pesquisas e a utilização da plataforma) com causalidade. Criticam ainda o facto de o estudo recorrer à frequência de pesquisas no Google em vez de usar métricas de interacção com o Facebook. E mostram que, usando uma metodologia semelhante, seria possível concluir que a Universidade de Princeton deixaria de ter alunos em 2021 — algo que, frisam, não acreditam que venha a acontecer. Os autores do estudo não quiseram comentar a resposta do Facebook. Num email, explicaram que “o manuscrito publicado no ArXiv é uma pré-impresão”, que foi enviada para uma publicação científica e está pendente de avaliação por outros investigadores. “Gostávamos de reservar os nossos comentários até o processo de revisão estar completo”.

Os dados de utilizadores mais recentes disponibilizados pelo Facebook dizem respeito a Setembro. De acordo com a própria empresa, o número de utilizadores diários naquele mês foi, em média, de 728 milhões, um aumento de 25% face ao mesmo mês de 2012. Publicada nesta quarta-feira, um dia depois da notícia do primeiro estudo, a resposta dos cientistas do Facebook também já deu azo a uma torrente de artigos.

Redes sociais articulam financiamento de novos projetos através do crowdfunding

Que tal começar um negócio contando com as ideias e a colaboração financeira de várias pessoas por meio de uma articulação via redes sociais? Essa é a ideia do *crowdfunding*, que tem como base a contribuição tanto de ideias quanto de recursos financeiros para viabilizar projetos que, de outro modo, provavelmente não se efetivariam.

O nome em inglês para essa espécie de “vaquinha virtual” significa financiamento (*funding*) por intermédio da coletividade (*crowd*), ou seja, é um financiamento coletivo para novas ideias. Para discutir a ferramenta, Brasília está sediando até hoje (18) o Crowdfunding Festival, com palestras e *workshops* que pretendem orientar os interessados em atuar na área.

O evento apresenta técnicas e metodologias para ensinar a captação financeira por meio de colaboração coletiva, com apresentação de pessoas que já tiveram sucesso com esse tipo de arrecadação, nas áreas de edição de livros, de informática e música, entre outras. No evento ainda estão previstos shows no final do dia. A programação completa está disponível na página do festival: <http://crowdfundingfestival.com.br/site/>.

De acordo com o coordenador do festival, o produtor cultural Gledson Shiva, o idealizador de um projeto deve, basicamente, se inscrever em uma plataforma digital de *crowdfunding*, informar a quantia necessária para viabilizá-lo e o prazo estipulado. Quem contribui, recebe recompensas, como vantagens ou produtos especiais.

Para ele, o sucesso da maioria dos projetos é garantido por meio da arrecadação de pequenas quantias, algo entre R\$ 10 e R\$ 20, permitindo que qualquer pessoa se torne um financiador de projetos.

“Os benefícios do *crowdfunding* são incomparáveis em relação à burocracia de um financiamento tradicional, por meio do Estado ou de bancos, que pedem uma série de cadastros, documentos e comprovações. Se elaborada de forma completa, uma campanha pode ter muito sucesso. O financiamento coletivo é uma forma viável de captar recursos, viabilizar projetos e concretizar ideias”, explicou Shiva.

Segundo a organização do festival, em outros países, como nos Estados Unidos, quantias altas são arrecadadas por meio do *crowdfunding*. Estima-se que o volume global das arrecadações solidárias tenha alcançado R\$ 2,7 bilhões em 2012, 81% a mais do que em 2011. Para 2013, a projeção é que se chegue aos R\$ 5,1 bilhões. No Brasil, a maioria dos projetos é nas áreas de cultura, esportes e artes.

Essa modalidade de financiamento tem sido a expectativa da banda de *pop rock* Lorem, que espera a avaliação da curadoria de duas plataformas de *crowdfunding*. “Como tem muita gente interessada nesse tipo de arrecadação, a avaliação demora. As curadorias são bem exigentes em relação aos projetos apresentados. As plataformas são mais ou menos simples de usar. No nosso caso, tivemos ajuda, caso contrário, não teria sido simples montar um projeto que competisse, de fato, com os outros”, disse o produtor da banda, Paulo Lobo.

Uma dúvida inevitável surge quando se fala em contribuição: “E o que eu ganho em retorno”? De acordo com Gledson Shiva, quando o valor das arrecadações é baixo — o que facilita a execução do projeto —, brindes, créditos, lembrancinhas ou pequenas vantagens servem de estímulo.

Situações usuais são as de músicos, bandas ou atletas, em que os próprios fãs contribuem pelo fato de gostar do trabalho para o qual estão colaborando. O mesmo ocorre com arrecadações para causas sociais, como projetos ambientais ou de direitos humanos — há uma tendência a se contribuir quando a pessoa se identifica com a ideia.

Essa desconfiança em relação ao uso do capital arrecadado ainda é um desafio a ser transposto, assim como o receio que muitas pessoas têm de fazer pagamentos pela internet, por meio de cartão de crédito — já que as formas de *crowdfunding* são via rede.

“De um modo geral, o projeto é explicado por meio de um vídeo, em que a pessoa explica qual a sua história, proposta e o que pretende fazer. São alguns minutos em que a pessoa pode se convencer da credibilidade da ideia”, disse Shiva.

Banco usa redes sociais para se aproximar de público jovem

São Paulo, 24 jan 2014.



O uso do Facebook para se comunicar com os clientes de contas universitárias tem sido a aposta do banco Santander para se aproximar dos clientes mais jovens, informou nesta sexta-feira o diretor do Santander Universidades, Jamil Hannouche.

Na competição por bons correntistas em potencial, as contas universitárias são hoje a porta de entrada dos jovens no sistema bancário, o que exige estratégias cada vez mais ousadas dos bancos para se adaptar a velocidade das novas gerações.

“Entendemos que é preciso termos canais diretos e ágeis. Nossas soluções têm que acompanhar as mudanças de comportamento e exigência, cada vez mais dinâmicas, desse público”, afirma o diretor.

No atendimento telefônico, o banco se adaptou para um canal exclusivo e dedicado ao público universitário,

principal aposta do grupo espanhol.

“Para nós, o apoio ao ensino superior vai além de serviços bancários. Estamos presentes em toda a cadeia acadêmica com parcerias consistentes e perenes. Esse é nosso maior compromisso de responsabilidade social”, conta Hannouche.

Somente no Brasil, o banco já concedeu mais de 57 mil bolsas de intercâmbio (nacionais, internacional e de educação à distância) desde 2001, além de 46 Espaços Digitais.

Português é a terceira língua mais falada no Facebook

17-11-2012

