



Jornalismo e Novas Mídias Digitais: O processo da comunicação presente nas ferramentas do Twitter mais usadas por portais de notícias e colunistas políticos do Tocantins¹

Alan Monteiro da SILVA²

Jocyelma Santana dos Santos Martins de OLIVEIRA³

Centro Universitário Luterano de Palmas - CEULP/ULBRA, Palmas, TO

Resumo

A inovação tecnológica transforma a todo instante a propagação dos fatos noticiosos. Com o advento de diversos suportes e uma variedade de espaços comunicacionais criam-se novos meios por onde transitam esses fatos. Outro fator que aguça a transformação do jornalismo é a velocidade pela qual um acontecimento se torna notícia, mesmo que esse acontecimento não seja reproduzido por um veículo de comunicação de massa, acaba sendo divulgado por outros meios. Baseado nesse contexto, o presente trabalho tem o objetivo de observar e discutir como quatro perfis, sendo dois de veículos informativos e dois de colunistas, adotam o Twitter como suporte de apoio para suas atividades jornalísticas. Neste estudo, discutiremos webjornalismo, blogs e microblogs, seguindo com apresentação de dados pesquisados e, por fim, as considerações sobre a pesquisa.

Palavras-chave: webjornalismo; colunismo; Twitter; suporte; esfera pública.

1. O Webjornalismo

Para o melhor aproveitamento desse estudo e buscar o entendimento de como o Jornalismo - representado por dois veículos e colunistas políticos - se apropriam do microblog Twitter para a produção de conteúdos jornalísticos, primeiro é necessário compreender alguns aspectos que definem o webjornalismo. Adota-se a definição de Jornalismo proposto por Melo (1994), na qual o ato jornalístico se configura como a produção e transmissão de textos noticiosos, de cunho factual, que interessam às pessoas ou algum determinado grupo, sendo difundido periodicamente por algum tipo de suporte (impresso, audiovisual, digital).

O Jornalismo enquanto atividade profissional é constituído como “conjunto das práticas (habilidades e técnicas) executadas pelos jornalistas e das normas, valores e conhecimentos que conformam, dão discernimento e orientam a prática” (FRANCISCATO, apud ZAGO, 2011, p. 40). Segundo a autora, a atividade jornalística

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 - Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

² Acadêmico do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do CEULP/ULBRA. Bolsista no Programa de Iniciação Científica PROICT/CEULP – 2010/2011, e-mail: alanms.contato@gmail.com.

³ Professora Orientadora, Mestre em Educação Brasileira e Professora do Curso Comunicação Social - Jornalismo do CEULP/ULBRA, jocyelmasantana@gmail.com



pode ser vista como prática quando se refere à instituição e como profissão quando referido ao conhecimento.

O webjornalismo, segundo Mielniczuk (2003), é uma estrutura de hipertexto⁴ que possibilita a conexão de blocos de informações tanto do presente quanto do passado, além de criar novos horizontes para esse meio, permitindo o agregar de dados textuais, áudio, vídeo e também associar outras fontes. Ainda segundo a autora, o webjornalismo teria passado por três fases: sendo a primeira fase, com início da WEB (*World, Wyde, Web*), também conhecida por site, rede ou ciberespaço, o Jornalismo por esse suporte apenas transpõe conteúdos produzidos por outros meios, ou seja, nessa fase o Jornalismo on-line repassa o que foi apurado pelas outras mídias. Na segunda fase, os veículos começam a usar de alguns recursos disponíveis na rede.

E por último, iniciando no Brasil por volta dos anos 2000, nessa etapa já se produz conteúdo específico para a internet e passa a explorar de forma mais apropriada diversos recursos disponíveis nesse meio, assim o webjornalismo vai se moldando. “A ida dos jornais brasileiros para a Internet segue a trilha dos jornais norte-americanos, como tem sido prática recorrente na imprensa brasileira” (MONTEIRO, 2002, apud COSTA BISNETO, 2008, p. 213). Seguindo o mesmo raciocínio de Monteiro, a pesquisadora em Jornalismo on-line Luciana Moherdaui destaca quando e quais os veículos brasileiros que adotaram pela primeira vez o meio cibernético.

O primeiro jornal brasileiro a fazer uma cobertura completa no espaço virtual foi o jornal do Brasil (<http://www.jb.com.br>), em 28 de maio de 1995. Logo em seguida, vários jornais registraram-se na Web, como *O Estado de S. Paulo* (<http://www.estado.com.br>), a *Folha de S. Paulo* (<http://www.folha.com.br>), *O globo* (<http://www.oglobo.com.br>). (MOHERDAUI, 2002, p. 24).

Pode-se dizer que o webjornalismo é conhecido como a era da digitalização da notícia. O surgimento do Jornalismo por meio dos blogs ou weblogs⁵ - seu coletivo é conhecido como blogosfera - propicia o que se chama de imprensa opinativa, pois os blogs são um canal de interação social sem restrições e de livre acesso a todos. Possibilita a "participação do cidadão na produção e distribuição de conteúdo, a produção amadora de conteúdo coexiste com a profissional" (ANDERSON, 2006), sendo assim todos podem expor suas opiniões e debater assuntos com pessoas de

⁴ Segundo George P. Landow o termo hipertexto foi criado por Theodore Nelson, na década de sessenta, para denominar a forma de escrita/leitura não linear na informática. Disponível em <<http://vsites.unb.br/fac/ncint/site/parte31.htm>>. Acesso em 25.01.2012.

⁵ Contração do termo "Web + log = Weblog" (arquivo web), é um site cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos chamados artigos, ou "posts", (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.28).



qualquer lugar do mundo, principalmente interagir com os jornalistas na produção da notícia.

A aproximação do Jornalismo com a blogosfera se solidifica em 2001, "embora já se rascunhasse algum ano antes, com a criação dos primeiros blogs em meados da década 90" (AMARAL et al., 2009, p. 199). Com isso, o Jornalismo se torna uma nova forma de esfera pública⁶, passa a ser desenvolvido não apenas por profissionais da área, mas também por aqueles que transitam na rede. Segundo a comunicóloga Beth Saad (2003), o internauta passa a selecionar o que deseja ler e também contribui na produção jornalística. Agora equipado com arsenal de informática e telecomunicações, tem o poder de selecionar conteúdos, informações, serviços e notícias que lhe interessam, podendo contribuir ou não com conteúdo na rede. Os internautas passaram a ganhar espaço no mundo da interação digital, junto com jornalistas que também entram nesta nova era informacional.

1.1. Dos blogs aos microblogs

Devido ao seu formato e amplas possibilidades de usabilidade, os blogs podem ser vistos como uma página em branco a ser preenchida, ou um diário onde as pessoas podem postar qualquer coisa para que qualquer outra possa ter acesso, além de permitir e interação entre as partes. "Blogs são um formato típico de produção e disponibilização de conteúdo na web caracterizado pela apresentação de informação em ordem cronológica inversa" (ZAGO, 2008, p. 2). Segundo a autora, os blogs pertencem à web 2.0⁷ - o que possibilita e facilita a produção e publicação de conteúdos por diversos suportes como blogs, sites de redes sociais, *feeds* RSS⁸ entre outros - com página dinâmica, prima pela facilidade para as constantes renovações (postagens ou atualizações). A autora complementa "os microblogs [o Twitter, que é base dessa pesquisa], embora historicamente mais recentes, também integram esse contexto".

Com todas essas possibilidades o blog cria meios para a esfera pública, espaço onde todos podem participar para a construção da notícia, "primeiramente usado por Jorn Barger, em 1997, para referir-se a um conjunto de sites que colecionavam e divulgavam links interessantes na Web." (AMARAL et al., 2009, p.28). Naquela época,

⁶ Segundo Costa Bisneto (2008), denomina-se "Esfera Pública" como espaço no qual os assuntos públicos são discutidos pelos atores públicos e privados.

⁷ Segundo Lévy (1999) o modelo de comunicação todos para todos da web traz a possibilidade de que, ao menos em tese, qualquer pessoa possa produzir e publicar conteúdo na rede.

⁸ RSS "*Really Simple Syndication*" é um subconjunto de "dialetos" XML que servem para agregar conteúdo, podendo ser acessado mediante programas ou sites agregadores. É usado principalmente em sites de notícias e blogs.



os weblogs eram poucos e quase nada diferenciados de um site comum na grande rede. Em julho de 1999, a empresa norte americana Pitas lançou o primeiro software de manutenção de sites via web, um mês depois surge o Blogger⁹ lançado pelo norte americano Evan Williams.

O microblog pode ser considerado uma simplificação do blog, mesmo possuindo algumas de suas características não deixa de ter particularidades. Os principais fatores que diferenciam esses dois meios são a forma de atualização e o espaço disponível para escrever os textos. No caso do Twitter, as atualizações podem ser feitas constantemente, mas cada uma não ultrapassa 140 caracteres, que é o limite máximo permitido. As atualizações curtas permitem uma maior portabilidade das informações.

Dada a versatilidade do formato, os microblogs em geral podem ser atualizados a partir de ferramentas diversas, inclusive por dispositivos móveis, como o celular (por SMS ou web móvel), e também a partir de mensageiros instantâneos (IM), ou web convencional (ZAGO, 2008, p. 3)

Outros fatores que diferenciam os microblogs dos blogs são a mobilidade, a velocidade da interatividade e, no caso do Twitter, existe a arquitetura de seu sistema que é aberta. A mobilidade pode ser vista pelas atualizações que podem ser feitas de qualquer lugar e/ou instante com a necessidade de apenas dispositivos móveis como celular, *iPhone*¹⁰, tablet etc., e uma conexão com rede de internet ou telefônica. A velocidade, toma-se como exemplo o Twitter, que é prático e rápido para atualização de mensagens (*tweet*)¹¹, devido a quantidade de caracteres que podem ser postados por vez (140), além da possibilidade de acesso por diversos meios eletrônicos, proporciona aos microblogs um diferencial e vantagens frente aos blogs "a velocidade no Twitter significa que você pode enviar SMS¹² para o Twitter de qualquer lugar em que esteja e ter muitas pessoas lendo-o imediatamente" (COMM, 2009, p. 29). E por último, o sistema aberto se configura pelo fato de o microblog ter a API¹³ liberadas. Segundo Zago (2008) API é um pacote de programação de dados onde se permite fazer várias recombinações de sistema e assim criar diversas ferramentas derivadas da primeira.

⁹ <http://www.blogger.com>

¹⁰ *iPhone* é um *smartphone* desenvolvido pela Apple Inc. com funções de iPod, câmera digital, internet, mensagens de texto (SMS), visual voicemail, conexão wi-fi local e, atualmente, suporte a videochamada- Fonte: <http://www.apple.com>

¹¹ Atualização. A postagem é conhecido popularmente como "post" nos blogs.

¹² Abreviação de *Short Message Service*, em tradução livre "Serviço de Mensagens Curtas"

¹³ Sigla do inglês para *Application Programming Interface*, conjunto de ferramentas ou de dados que permitem criar uma aplicação derivada de um determinado site ou programa.



1.3. Colunismo político

Ditadura militar, redemocratização, novas formas de pesquisa de mercado e a introdução da informática no mundo do jornalismo são alguns fatores que mudaram a forma de produção jornalística e reformularam a imprensa escrita.

Crise do papel dos anos 1950 em diante, imposição de técnicas jornalísticas ao estilo norte-americano, substituição de um jornalismo político e literário por um noticiário mais objetivo e informativo, pesquisas de mercado, tendências mercadológicas, entre outros fatores. Tudo isso contou para que o fenômeno chegasse à atualidade deste começo de século com bastante força. (SOUZA, 2008, p. 3)

Todas essas inovações fizeram com que os textos ficassem mais curtos, títulos mais sinópticos e as colunas, como as sociais, passaram por um processo de modernização. As colunas em que as notícias eram discutidas passaram a ser apresentadas em notas curtas e com maior informalidade, foi o que deu início a esse novo formato jornalístico.

As colunas podem ser classificadas em diferentes modelos. Algumas, por exemplo, trazem apenas notícias curtas, como os decálogos e seções de curtas notas ricas em informações; outras, geralmente assinada, contemplam comentários de um tema da atualidade; há ainda aquelas que são um longo artigo sobre uma temática da especialidade do redator. (LUSTOSA, 1996, p. 161)

Para Souza (2008, p. 2) as colunas de notas são descendentes diretas das notas "sociais", estas passaram por diversas mudanças ao longo de seu desenvolvimento e hoje dão origem a novos formatos nos gêneros jornalísticos. O autor complementa "uma grande variedade de assuntos são revelados - comentários políticos, notas sobre a economia, vida cultural, agenda de esporte e lazer, o cotidiano de celebridades da TV e passarelas, e até colunismo social". Os diferentes tipos de segmentos, são vários, se distanciam do tom informativo, da imparcialidade e impessoalidade que são as características que condizem com o formato ou gênero que o jornal se propõe a apresentar. Segundo Abreu (2002), as colunas - de diversos gêneros (sociais, esportivas, etc.) -, que tem um número elevado de leitores se proliferaram, passaram a ser mais dinâmicas e usando de recursos como mapas, tabelas, gráficos, entre outros, onde se concentram os comentários pessoais.

Define-se colunista um profissional, não necessariamente jornalista, que trabalha escrevendo regularmente para veículos de comunicação (jornais, revistas, rádio, TV, websites), produzindo textos não obrigatoriamente noticiosos para determinados suportes em espaço pré-estabelecido denominado coluna. O nome "coluna" surgiu em



virtude da diagramação original dos textos não-noticiosos publicados regularmente em espaço predeterminado no jornal.

As colunas puramente sociais, no sentido impresso pela socialites, surgiram na década de 50, [...]. Com o passar dos anos através das notas sociais, apenas, começam a ser passados também conteúdo jornalístico. As colunas já abrigavam então as chamadas notas mistas, com destaque para o viés político nas entre linhas [...]. (COUTINHO, 2007, p. 22).

Alguns autores veem na modernização das colunas uma nova forma de fazer Jornalismo, adaptando-se aos novos suportes, “com as novas mídias, a noção de gênero entra, mais uma vez, em xeque. Por isso mesmo passa a ser vista com mais atenção. Surgem novos formatos, se hibridizam, se embaralham os gêneros” (SEIXAS, 2009, p. 74). O desenvolvimento tecnológico e o surgimento da informática e seu fortalecimento nos anos 2000, criaram novas formas da produção de notícia, a coleta de informação, a velocidade de transmissão dos fatos noticiados, a interatividade, cada vez mais se evidenciam, fazendo com que o jornal se adapte aos novos meios. Nas últimas três décadas, a política também foi influenciada pelas transformações tecnológicas. Com isso, o Jornalismo teve que se confrontar com novos valores da notícia e se adaptar às transformações e assim estar ciente dos fatos-notícias ou pseudo-eventos¹⁴. No entendimento de Souza (2008) nas assessorias políticas de vereadores, deputados, senadores e outros membros da classe política, já há jornalistas especialistas em estilos de colunas políticas que produzem notícias - a quem a notícia verdadeira ou falsa, plantada ou não - interessa ver publicada.

Os parâmetros aqui adotados para a definição de coluna política não se restringem ao espaço físico ou forma estrutural, mas sim, na importância e/ou relevância em seu conteúdo publicado. A base de pesquisa são os quatro perfis no microblog Twitter - sendo dois perfis pessoais e dois de veículos de comunicação – logo a análise observa as postagens (*tweets*) dos atores sociais.

Para que se possa associar o tema em estudo tendo como suporte o microblog Twitter, torna-se de suma importância que se conceitue esse microblog e o associe ao Jornalismo. Por fim, o cruzamento dessa ferramenta com o colunismo político. É o que será exposto a seguir.

¹⁴ Os pseudo-eventos, são fatos deliberadamente planejados e roteirizados para serem noticiáveis.



1.4. Twitter como suporte jornalístico e político

Twitter é uma rede social e servidor para *microblog*¹⁵, criado em 2006, "como um serviço interno da empresa Obvious, de Evan Williams, mesmo criador do Blogger [...]. Foi lançado para o público em outubro do mesmo ano. Em abril de 2007, tornou-se empresa separada da Obvious sob o nome Twitter" (AGUIAR, 2009, p. 3). O objetivo da criação da ferramenta era de integrar pessoas, amigos, familiares, colegas de trabalho, por meio da troca de mensagens curtas, no entanto, o microblog "é atualmente bastante popular em diversas partes do mundo" (ZAGO, 2008, p. 4). Já para o autor do livro "O Poder do Twitter" essa ferramenta "não é o único serviço que permite que o usuário envie mensagens curtas. Entretanto, o Twitter é, de longe, o mais poderoso serviço de microblog disponível na atualidade." (COMM, 2009, p. 25).

Desde seu surgimento, esta rede social passou por alguns aprimoramentos até o seu estado atual, se tornando um site. Como proposta de interatividade a ferramenta sugere que o autor do perfil interaja com seus conectados a partir do seguinte questionamento: "Compartilhe e descubra o que está acontecendo neste momento, em qualquer lugar do mundo."¹⁶

Com espaço para 140 caracteres, o "tuiteiro" (ator social/usuário) pode ser identificado pelo pseudônimo cadastrado, ou seja, seu avatar¹⁷ e pela descrição em sua "Bio" (biografia ou perfil do usuário). Este usuário tem a possibilidade de comentar e saber o que está acontecendo no mundo inteiro de forma instantânea, por meio da função *tweet* que integra o tuiteiro com seus contatos, seguidos (*following*) e seguidores (*followers*), formando assim sua rede social. Devido o site ter uma arquitetura de API aberta, várias ferramentas são criadas de forma independente, por usuários ou empresas, assim surgem inúmeras funções e possibilidades de seu uso.

Esse microblog tem crescido de forma repentina nos últimos anos, hoje contando com cerca de 476.254.286 usuários, tendo aproximadamente 11 novos cadastros por segundo¹⁸, segundo o site de rastreamento de usuários do Twitter Twopcharts.com, em janeiro de 2012. Espera-se que este microblog atinja meio milhão de usuários até o final de fevereiro de 2012. Desde sua criação, o microblog tem tido êxito e de forma

¹⁵ Endereço na web: www.twitter.com

¹⁶ O primeiro slogan do software foi usado até meados de 2009, "o que você está fazendo", mas no final de julho do mesmo ano, o slogan foi atualizado para "Compartilhe e descubra o que está acontecendo neste momento, em qualquer lugar do mundo".

¹⁷ Imagem pessoal ou criada, juntamente com perfil, representa a identidade de cada membro da rede social.

¹⁸ Dados disponíveis no Twopcharts Inc., empresa que pesquisa a quantidade de usuários do Twitter <<http://twopcharts.com>> Acessado em 27/01/2012.



impressionante frente aos outros meios virtuais de interação social. Além do Twitter existem diversas outras redes sociais assim como "Jaiku, o Pownce, o Plurk, o Identi.ca, até derivações brasileiras, como o Telog e o Gozub¹⁹. Dentre essas, a que possui a maior quantidade de usuários e usos derivados é o Twitter" (ZAGO, 2008, p. 5).

Como será apresentado, o Twitter é um forte aliado do Jornalismo no meio digital, ou seja, o uso do microblog se transformou em uma importante ferramenta a serviço do Jornalismo contemporâneo. São diversos os casos de uso das redes sociais como suporte para reprodução da notícia, é nessa hora que as pessoas passam a interagir diretamente com os jornalistas, participando na produção de notícias. Sendo assim, o ciberespaço torna-se a base para que a sociedade possa se expressar e se fortalecer com suas manifestações, por meio das redes sociais, colocando em xeque os poucos meios de comunicação que mantinham o controle das informações veiculadas. "O cidadão tinha poucos meios para expressar sua vontade, [...]. A produção de informação estava reservada aos que tinham o controle dos meios de comunicações." (ROSSI, 2011, p. 16). Essa realidade social mudou completamente, complementa a autora, em alguns países que vivem sob a ditadura "como Tunísia, Egito, Líbia, Síria ou Iêmen, os cidadãos que começaram a navegar pelas redes sociais entraram em contato com pessoas que integravam grupos que manifestavam vontade de mudanças". Esses movimentos revolucionários nos países Árabes passaram a ser conhecidos popularmente como a Primavera Árabe.

O que se evidencia nessas constantes revoluções é que as manipulações informativas sem a manifestação por parte da sociedade perderam forças, o que leva a política a se adaptar de acordo com as transformações da comunicação contemporânea. "Hoje o jogo de poder depende também das novas mídias, via internet e celular, que são redes horizontais ou autocomunicação de massa." (MAIA, Apud ROSSI, 2011, p. 14)²⁰. A internet e as redes sociais contribuem para aumentar a densidade do engajamento civil criando aproximação da política com a esfera pública conectada. Por esse meio, o ciberespaço proporciona formas mais diretas de interlocução entre os candidatos políticos e eleitores, e posteriormente, estabelecer um canal direto entre os eleitos do povo e os cidadãos. Destaque para a eleição do atual presidente dos Estados Unidos,

¹⁹ <http://jaiku.com>; <http://pownce.com>; <http://plurk.com>; <http://identi.ca>; <http://www.telog.com.br>; <http://www.gozub.com.br>

²⁰ César Maia, jornalista e autor do artigo publicado pela Folha de S.Paulo na edição do dia 11/06/2011. Cita Manuel Castells, no seu livro "Comunicación y Poder" que trata da mudança na política pela transformação da comunicação.



Barack Obama, atribuída à sua massiva campanha, em 2008, voltada para as mídias sociais.

Grande parte da imprensa brasileira já utiliza o Twitter como um dos principais meios de se chegar até o leitor, são exemplos, o portal de notícias da Globo - G1, o jornal O Estado de S.Paulo e o primeiro jornal brasileiro na internet o Jornal do Brasil – JB On-line²¹, são exemplos da grande imprensa brasileira no mundo do Twitter. No Tocantins não é diferente, existem alguns veículos de comunicação que adotam esse microblog como uma importante, se não a principal, ferramenta de produção jornalística, são exemplos o Conexão Tocantins, Roberta Tum e O Girassol²². Para este presente trabalho foram adotados como objetos de estudo dois representantes dos veículos de comunicação PortalCT e Jornal do Tocantins e dois colunistas políticos, Lailton Costa e Cleber Toledo²³, na busca do entendimento de como o microblog Twitter é usada como suporte pelo jornalismo tocantinense e a análise de como acontece a interatividade entre os seguidores e seguidos.

3. Discussão

O presente trabalho tem como base de discussão as transformações sofridas pelo Jornalismo com a chegada das novas tecnologias, inclusive no ciberespaço. Entre os vários meios que a internet proporciona para a disseminação da notícia, mediante as novidades digitais, o Twitter tem influenciado os veículos de informação, mesmo que forçadamente e assim ganhado espaço nos grandes meios de comunicação. Um fator que mostra o quanto o Twitter tem sido vantajoso, se visto como suporte para produção jornalística é o fato dos internautas usarem cada vez mais desse meio para se informar. Somando os dois períodos da pesquisa, os perfis tiveram um total de 1053 novos seguidores, sendo 74% novos seguidores dos veículos e 26% aderiram os colunistas.

Nessas contas foram encontrados diversos temas abordados que variam desde política, estado, cultura, entretenimento, entre outros. No entanto, para o desenvolvimento da pesquisa, focou-se em três temas de maior evidência: atualidade,

²¹ Respectivamente - Portal: <http://g1.globo.com>, endereço no Twitter: <http://twitter.com/g1>; Portal: <http://www.estadao.com.br>, endereço no Twitter: <http://twitter.com/estadao>; Portal: <http://jbonline.terra.com.br>, endereço no Twitter: <http://twitter.com/jbonline>.

²² Respectivamente: endereço no site <www.conexaoto.com.br>, perfil no Twitter @conexaoto; Endereço no site <www.robortatum.com.br>, perfil no Twitter @robortatum; Endereço no site <www.ogirassol.com.br> perfil no Twitter @OGIRASSOL.

²³ Respectivamente - <http://www.portalct.com.br>, endereço no Twitter: <http://twitter.com/portalCT>; Jornal do Tocantins: <http://www.jornaldotocantins.com.br>, endereço no Twitter: <http://twitter.com/jornaltocantins>; Perfil dos colunistas Lailton Costa: <http://twitter.com/lailtoncosta> e Cleber Toledo: <http://twitter.com/cleberpalmas>.

política e comentários. Os comentários representam a interatividade dos autores das contas com os seus seguidores. No entender desse estudo, quanto maior a interatividade, maior também é a participação da esfera pública conectada, seguindo o entendimento de Costa Bisneto (2008), onde o autor denomina “esfera pública” como espaço no qual os assuntos públicos são discutidos pelos atores públicos e privados. Quanto maior a interatividade, mais participação dos conectados no ciberespaço junto a estes colunistas e veículos estudados.

A interatividade aqui é interpretada na troca de atualizações entre os seguidos e seguidores, ou seja, por meio dos *retweet* e *reply*, sendo assim, entende-se que, quando um dos perfis ou seus seguidores fazem um *retweet*, logo estão interagindo entre si, e quando há algum *reply* também se configura a interatividade, mesmo que este ato se restrinja entre quem replicou e o perfil citado nesta ação. Na tabela abaixo está representado o grau de interatividade de cada perfil e uma comparação entre os perfis dos veículos e os colunistas políticos.

Período	Total de Atualização	Reply	Retweet	Interatividade (%)
@cleberpalmas				
1º	359	70	44	32,13
2º	444	87	57	
Total	803	157	101	
@jornaltocantins				
1º	656	5	0	0,51
2º	513	1	0	
Total	1169	6	0	
@lailtoncosta				
1º	388	89	105	48,59
2º	390	90	94	
Total	778	179	199	
@portalCT				
1º	349	0	0	0
2º	262	0	0	
Total	611	0	0	
Total 1º/2º	3.361	342	300	-
	Total de atualizações	Reply	Retweet	Interatividade (%)
Interatividade dos perfis	1780	6	0	0,34
Interatividade dos colunistas	1531	336	300	41,54

Tabela 1: interatividade entre os perfis e os seguidores

No primeiro momento, referindo-se aos veículos de comunicação, fica evidente

que o grau de interatividade com seus seguidores é praticamente zero, ainda que o @jornaltocantins tenha arriscado fazer 6 *reply*, o que é extremamente baixo se comparado ao número de atualizações. Os números ainda apontam que apenas um perfil (@portalCT) tem sua maior quantidade de atualizações voltada para o tema política, sendo aproximadamente 35% de postagens, seguido de 30% de atualidades e quase 5% em comentários, as demais atualizações ficam por parte da interatividade com seguidores.

O perfil @jornaltocantins tem como maior abordagem as atualidades, cerca de 60% dos *tweets*, de certo que o mesmo faz um reprodução de suas outras mídias (portal e impresso)²⁴. É importante lembrar que este estudo é uma sequência da pesquisa realizada no período de 2010/2011²⁵, intitulada "O uso do Twitter no Jornalismo Tocantinense: análise de @robertatum", um dos resultados apurados refere-se ao fato do perfil (@robertatum) usar do microblog para levar os seguidores para seu site, "já que o mesmo teve uma grande quantidade de *tweets* seguido de links que redirecionam o leitor para sua página de notícias" (SILVA, 2011, p. 21). Este caso se repete com @jornaltocantins quando o mesmo acrescenta na maioria de suas atualizações *links* direcionando os seguidores para o site. Sendo assim, foge-se da proposta da esfera pública e do próprio jornalismo político. E o @portalCT segue o mesmo rumo, já que suas atualizações se restringem apenas as postagens de atualidades e política, limitando-se a fazer-se de canal de reprodução do portal de notícias PortalCT. Nestes casos os conteúdos tuitados não são produzidos, mas reproduzidos de outra fonte, como pode-se observar exemplos nas figuras a seguir.

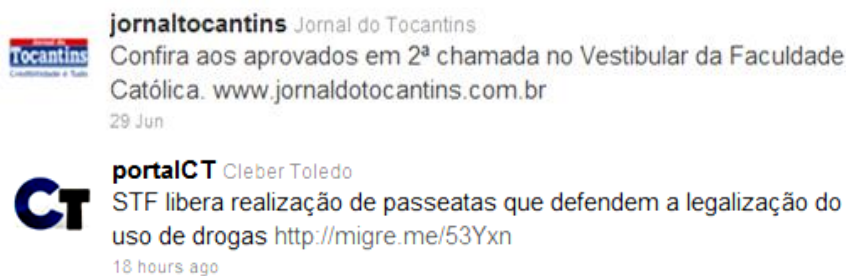


Figura 1: perfis @jornaltocantins (29.06) e @portalCT (15. 06) reproduzindo notícias de suas fonte

²⁴ Endereço na rede: <www.jornaldotocantins.com.br> O jornal impresso é distribuído diariamente (Terça-feira a Domingo) no estado do Tocantins.

²⁵ Trabalho de pesquisa do Programa de Iniciação Científica PROICT/CEULP – 2010/2011. Realizada pelo acadêmico Alan Monteiro sob orientação da Jocyelma Santana - Mestre em Educação Brasileira e Professora do Curso Comunicação Social - Jornalismo do CEULP/ULBRA.

Já com relação aos perfis dos colunistas políticos, os números mostram que a produção jornalística está cada vez mais aberta ao público, pois "a partir da interatividade que o Twitter proporciona podem surgir discussões, novas pautas, editoriais e colaboração dos próprios seguidores na produção da notícia" (SILVA, 2011, p. 20). Assim pode-se considerar a hipótese do surgimento de um novo formato de Jornalismo, quando o leitor deixa de ser apenas um receptor de conteúdo e passa a interagir com os jornalistas na produção de notícia.

Hoje, à prática jornalística soma-se esse novo elemento, o internauta como coprodutor da informação. Mas não é só isso, o internauta não é só um elemento que as empresas devem levar em consideração quando planejam distribuir informação via web, ele também é um produtor individual de informação. O internauta ganha relevância produzindo informações por conta própria na Internet e também colaborando junto com outros internautas (COSTA BISNETO, 2006, p.61).

A partir da análise de Costa Bisneto, pode-se dizer que a rede social Twitter cria novos meios para elaborações jornalísticas, dadas as possibilidades agregadas a esse suporte, além dos novos colaboradores para produção de conteúdos.

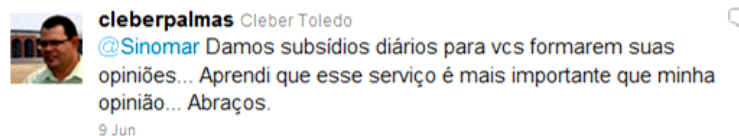


Figura 2: @cleberpalmas em reply a @Sinomar, cita da importância do jornalismo colaborativo



Figura 3: @lailtoncosta interagindo com seguidores

É interessante frisar que nem tudo que aparece na rede pode contribuir para a construção de uma pauta, já que se deve levar em conta a fonte da informação. Outro fator que esses perfis se destacam é a liderança em comentários, sendo @cleberpalmas com aproximadamente 60% de suas postagens sobre esse tema e o @lailtoncosta chegando próximo dos 25% em todas as suas atualizações em forma de comentários. No entanto, os mesmos são os que fizeram menos *tweets* direcionados para atualidade, ficando em segundo lugar de suas atualizações o tema política.



Outro fator relevante da pesquisa é a frequência de *tweets* de cada perfil por dia, onde os perfis dos veículos de comunicação tiveram um expressivo destaque na quantidade de atualização, no entanto vale observar que mesmo tendo a maior quantidade de postagens, não que dizer que haja mis interatividade. Toma-se como exemplo o perfil @jornaltocantins que acompanhou minuto a minuto a final do campeonato estadual de futebol, no dia 4 de julho de 2011, chegando a ter 36 *tweets* em forma de narração da partida. Devido a grande quantidade de atualizações, o perfil teve média diária superior aos demais.

Porém o perfil que teve as maiores quantidades de atualizações em um só dia, isso quantificando os dois períodos de pesquisa, foi o @cleberpalmas, no primeiro período o autor fez 53 atualizações no dia 23 de junho, e 83 no segundo período de pesquisa. Somadas a quantidade de atualizações nos dois períodos, têm-se 136 atualizações nesses dois dias, sendo 17 *reply* e 27 *retweet* o que mostra a interatividade²⁶ com seus seguidores, já os *tweets* ficaram divididos em 83 comentários - este é visto como assuntos diversos e irrelevantes para este trabalho - oito dos *tweets* referenciam o tema política e apenas um fala de atualidade. Percebe-se que a interatividade sobrepôs o colunismo político neste dado momento. Os números representam acentuada superioridade da interatividade sobre o colunismo político do perfil @cleberpalmas com seus seguidores, ou seja, a quantidade de *reply* e *retweet* são superiores as atualizações com assuntos voltados para política.

Por fim, em se tratando apenas do uso do Twitter como um suporte de transmissão de notícia, percebe-se na pesquisa que para os veículos de comunicação, o microblog é usado como um canal para reprodução de discurso de outra fonte, seus próprios sites de notícias, ao invés de aproveitar do mesmo para interagir com seguidores. Os colunistas usam equilibradamente esse suporte para a discussão de temas inerente as atualidades tocantinenses, o que possibilita a criação de espaço para discussão e produção da notícia em conjunto, seguidores/seguidos, e assim proporcionaria o fortalecimento do Jornalismo opinativo por meio da esfera pública conectada. A importância dessa pesquisa surgiu devido o Estado do Tocantins ainda não

²⁶ Para Silva (1998) a interatividade está na "disposição ou predisposição para mais interação, para uma hiper-interação, para bidirecionalidade - fusão emissão-recepção - para participação e intervenção". Não é apenas um ato, uma ação e sim um processo, inclusive instável, uma abertura que permite uma maior comunicação, mais trocas e mais participação. Enquanto a interação se faz pela atualização ordenada, ou seja, os fatos são colocados em ordem sem que possam ser interrompidos, atropelados, um de cada vez. A interatividade nos leva a uma virtualização, à abertura onde os fatos são postos de forma aleatória, não é preciso que alguém termine de expor seus pensamentos, para só depois intervir, ambas as ações podem ser simultâneas.



possuir tradição acadêmica de pesquisas teóricas, que analisem o processo de apropriação do Twitter como suporte para a produção jornalística. Também se torna incipiente, quando esta vertente está diretamente relacionada à apreciação do impacto das novas mídias digitais para a profissão do comunicador social, Jornalista, o que é inevitável perceber o quanto as novas tecnologias tem influenciado essa área. Os resultados obtidos além de fidedignos criaram possibilidades para estudos posteriores, mais profundos, para o melhor entendimento do uso do Twitter em prol do Jornalismo e da comunicação social.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste trabalho visou identificar como os jornalistas (veículos e colunistas) tocaninenses se apropriam do microblogs Twitter, para fins de produções jornalísticas. A priori, é visível que as constantes transformações tecnológicas influenciam diretamente o Jornalismo, porém criam possibilidades para o ressurgimento da imprensa opinativa, ou seja, criação de ambiente propício para a esfera pública - meio onde todos podem opinar, sejam atores públicos ou privados - como descrita no início dessa pesquisa.

Diversos autores citados defendem que o microblog Twitter é uma ferramenta que favorece o surgimento de diversas estratégias para o uso da comunicação, aqui percebe-se algumas delas sendo usadas pelos jornalistas e veículos, desde a produção de notícias à interatividade com seguidores e a contribuição do cidadão para apuração/construção da notícia. Sendo assim, o uso das redes sociais para produção de notícias deixa em aberto alguns questionamentos que podem ser abordados em estudos futuros como, por exemplo, se seria possível a criação de Jornalismo específico para o Twitter ou se o uso deste microblog é viável para produção de pautas, entre outros.

Como conclusão desse estudo, percebe-se que no Tocantins o microblog é usado de forma diferente entre os veículos de comunicação e os colunistas políticos. Os primeiros usam esse suporte como via de divulgação de conteúdo de outro espaço midiático - seus próprios sites e o jornal impresso, como é caso do Jornal do Tocantins. Essa conclusão equivale ao desfecho da pesquisa realizada em 2010/2011 com o perfil @robertatum, onde o estudo comprovou que o microblog é usado para a divulgação do site (www.robertatum.com.br), aumentando sua audiência por meio dos cliques dos seguidores nos *links* agregados nos *tweets*. Já os colunistas políticos aderem este meio de forma mais interativa, o que cria-se a hipótese da promoção do jornalismo opinativo,



já que eles tiveram um quantidade considerável (41,5% de suas atualizações) de interatividade com seus seguidores.

Fica evidente que se tratando de perfil pertencente a algum veículo de comunicação, o microblog é usado como um suporte para veiculação de notícias e também como um meio para aumentar o número de acessos no site desses perfis no Twitter. Já se tratando de perfil pessoal, sendo aqui os de colunistas políticos, percebe-se que a rede social além de ser um meio para manter os seguidores/leitores informados dos acontecimentos, ela também é canal para interatividade entre as partes (seguidores e seguidos), proporcionando um Jornalismo mais colaborativo, ou seja, onde o seguidor pode participar da construção/apuração da notícia.

A discussão aqui proposta é de caráter preliminar. Novos estudos se fazem necessários para observar se o Twitter é usado para a produção jornalística e não apenas como um suporte para divulgação de notícias. Também se esse "novo" Jornalismo possibilitaria o fortalecimento do jornalismo opinativo.

8. REFERÊNCIAS

- ABREU, A. A. D. **A Modernização da Imprensa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.
- AGIAR, L. F. D. Twitter, Celulares e Jornalismo: Mídias Móveis no Processo Informativo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32, 2009, Curitiba, **Artigo Científico**. Paraná: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, p. 1-9.
- AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDOS, Sandra. (orgs.); **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- ANDERSON, C. **A Cauda Longa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- COMM, J. **O Poder do Twitter: Estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez**. Tradução de Leonardo Abramowicz. 2. ed. São Paulo: Editora Gente, 2009.
- COSTA BISNETO, P. L. D. O. **Internet, Jornalismo e Weblog: a Nova Mensagem Estudos contemporâneos de novas tendências**. Dissertação (Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo: 2008.
- COUTINHO, I. **Colunismo e Poder: representação nas páginas de Jornal**. Dissertação (Mestrado), Comunicação e Cultura, Brasília: 2007.
- LANDOW, G. P. **O Hipertexto**. Site da Universidade de Brasília. Disponível em: <<http://vsites.unb.br/fac/ncint/site/parte31.htm>>. Acesso em: 29 de Janeiro de 2012.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.
- LUSTOSA, E. **O texto da notícia**. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.



- MELO, J. M. D. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo na WEB: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea), Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia: 2003.
- MOHERDAUI, L. **Guia de Estilo Web**. 2ª. ed. São Paulo: Senac Editora, 2007.
- ROSSI, C. Mídias Sociais: rumo à democracia participativa? **Sociologia**, São Paulo, n. 37, p. 12-19, Outubro-Novembro 2011. ISSN 1980-8747.
- SAAD, B. **Estratégias para a mídia digital: Internet, informação e comunicação**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.
- SEIXAS, L. **Redefinindo o Gênero Jornalístico: propostas de novos critérios de classificação**. São Paulo: Labcom, 2009.
- SILVA, A. M. O uso do Twitter no Jornalismo Tocantinense: análise de @robertatum. In: XI Jornada de Iniciação Científica CEULP/ULBRA, 2011, Palmas, **Relatório Científico** do projeto de pesquisa referente ao Programa de Iniciação Científica e Tecnológica – PROICT.
- SILVA, Marco. **Que é Interatividade in Boletim Técnico do Senac**. Rio de Janeiro, v.24, n.2 maio/ago, 1998.
- SOUZA, R. M. D. Colunismo e redemocratização: das colunas sociais às notas informativas e políticas. **Iº Colóquio em Comunicação em Sociedade: Comunicação Midiática, instituições, valores e cultura**, Belo Horizonte, Novembro 2008.
- ZAGO, G. D. S. **Apropriações Jornalísticas do Twitter: A Criação de Mashups**. Porto Alegre, RS: 2008.
- ZAGO, G. D. S. **O Twitter como suporte para produção e difusão de conteúdo jornalístico**. São Paulo: 2008.
- ZAGO, G. D. S. **Recirculação jornalística no twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação**. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, RS: 2011.