

O TWITTER COMO FERRAMENTA JORNALÍSTICA

Juliana G. Cimeno¹; William Pereira de Araújo²

Estudante do Curso de Comunicação Social - Jornalismo; e-mail: julianacimeno@gmail.com¹

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: waptrix@gmail.com²

Área do Conhecimento: Comunicação Social

Palavras-chave: jornalismo, webjornalismo, Twitter, redes sociais

INTRODUÇÃO

O fenômeno da convergência midiática proporciona à internet o título de plataforma-base para o armazenamento e distribuição de informação. Na última década, foi apresentado ao internauta um modo simples e breve de se comunicar: o microblogging. Microblogging é uma ferramenta online de publicação livre (RECUERO, 2009, p. 12). É considerado uma versão simplificada do 'blog', seu precursor, ao qual o nome faz referência. Para utilização do blog, o usuário conta com uma plataforma conversora na qual transcreve textos e codifica imagens.

Segundo Gabriela da Silva Zago, jornalista e profissional do direito, a utilização dos microbloggings como ferramentas jornalísticas tem se consolidado, graças à versatilidade do sistema de publicação. A troca de mensagens se dá ao mesmo tempo em que os fatos acontecem, configurando algo próximo às práticas de jornalismo em ambientes móveis. (ZAGO, 2008)

O Twitter - exemplo e também o pioneiro do gênero - é o foco de análises desta pesquisa, por sua popularidade entre o público geral, e entre os profissionais da área de comunicação, principalmente jornalistas. Esses que, de acordo com os princípios da Web 2.0, propõem a utilização do Twitter como uma ferramenta de difusão de informações.

OBJETIVOS

Segundo o dicionário Michaelis (MICHAELIS, 2009), ferramenta é “qualquer instrumento ou utensílio empregado nas artes ou ofício”. Dessa forma, entende-se por ferramenta jornalística qualquer instrumento, online ou não, que possa ser utilizado na prática do jornalismo, para facilitá-lo ou complementá-lo, seja ele impresso, webjornalismo, telejornalismo, radiojornalismo, entre outros.

Portanto, o objetivo deste projeto é analisar e classificar as formas e padrões da utilização do Twitter pelo jornalismo, e vice-e-versa. Em outras palavras, analisar o Twitter como uma ferramenta jornalística.

Aliado a isso, também pretende-se sugerir, por meio do mapeamento da prática jornalística, a clara separação do que efetivamente é e o que não é jornalismo no Twitter, contribuindo assim com o já acentuado volume de pesquisas e discussões existentes entorno deste tema.

METODOLOGIA

Para tanto, foram selecionados 100 profissionais atuantes em diversas áreas do jornalismo, como jornais impressos, revistas, programas de TV e rádio, especificamente nos segmentos de cultura, política, notícias gerais, cultura pop, entre outros. A escolha baseou-se na ligação do profissional com empresas renomadas de comunicação, como a Editora Abril, Rede Globo de Televisão e TV Cultura. O banco de dados também

contou com 13 perfis de empresas jornalísticas, dentre elas O Estado, Folha de São Paulo e Mogi News. Objetivamente procura-se apontar as diferenças entre utilização institucional e pessoal da ferramenta, evidenciando assim os de caráter jornalístico.

Os perfis foram acompanhados por 90 dias, nos quais foram coletados tweets (postagens no perfil do Twitter) com relevância jornalística, de acordo com o conceito e os padrões do webjornalismo. Com o conteúdo reunido, a etapa seguinte deu-se pela procura de material conceitual para cruzamento e identificação textual. O objetivo era descobrir se, de fato, o texto encontrado nos tweets apresentava características jornalísticas, devidamente vinculadas ao jornalismo digital.

Por meio de pesquisa bibliográfica e entrevistas com profissionais do jornalismo, da língua portuguesa, do marketing e das redes sociais, o conteúdo do banco de dados foi dividido de acordo com características comuns e formatos. Essas divisões elucidam as várias formas e modalidades de utilização do Twitter como ferramenta jornalística.

Entre os profissionais entrevistados estão Tagil Ramos, Rafael Sbarai, Ana Erthal, Fábio Inoue e Sersi Bardari.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Por meio da classificação dos tweets coletados, foi possível identificar as seguintes formas de utilização do Twitter como ferramenta jornalística:

a) Breaking News

Segundo Mark Scott, diretor administrativo da ABC, o Twitter desempenha o papel de “acelerador” da Breaking News (ABC, 2009). Pelas mãos de um jornalista ou não, a informação pode “vazar” na internet em questão de segundos após uma “tuitada”, de acordo com a influência e alcance do perfil do usuário.

b) Chamada

Algumas informações, apesar de relevantes, podem esperar a conclusão do processo tradicional de publicação de matérias. Para essas notícias, o Twitter tem o papel de divulgador e circulador. O jornalista tuita uma retransmissão, explicando brevemente do que se trata a matéria, e segue a frase com o link para a página onde se encontra a notícia na íntegra.

c) Newsmaking

Nessa modalidade, o fluxo reverso acontece. Não é a imprensa que alimenta o microblogging, mas o microblogging que alimenta a imprensa. Os jornalistas utilizam de perfis oficiais, famosos, pessoas públicas, entre outros, para coletar informações e sugerir pautas nas redações.

d) Pesquisa de fonte

A partir da formulação da pauta, o jornalista precisa buscar por fontes que estejam capacitados a comentar o assunto em questão. Por meio da ferramenta de busca por palavra chave do Twitter é possível encontrar, por ordem de postagens recentes, perfis que estejam relacionados a determinado tema.

e) Pesquisa de conteúdo

Essa modalidade é semelhante à pesquisa de fonte, diferindo-se no foco da pesquisa. O jornalista utiliza a ferramenta para saber a opinião do público sobre determinado assunto, encontrar links que forneçam mais informações para a formulação de uma matéria, entre outros.

f) Pesquisa de tendências

Exemplos da utilização do Twitter para pesquisa de tendências são as chamadas “memes”. Acompanhadas de uma hashtag, um termo ou uma frase é utilizada por uma quantidade muito grande de usuários, chegando, por vezes, a uma repercussão tão grande que vira notícia. O monitoramento dessas tendências é uma das possibilidades do Twitter.

CONCLUSÕES

Além de surgir como uma plataforma de apoio para a comunicação e, principalmente, para a transmissão de notícias, o Twitter também tem ampla utilização em outras etapas da produção jornalística. A pesquisa aponta que o website é utilizado em quase todas as etapas de produção – desde a busca por conteúdo para a formulação de pauta, seleção e pesquisa por fontes, busca por conteúdo de auxílio para a redação de uma matéria, até para sua divulgação e ampla circulação.

Sua utilização é justificada pelos ideais do webjornalismo participativo e interativo, integrado a dinâmica da web 2.0. No espaço, qualquer um pode comunicar uma ideia, compartilhar uma imagem e até mesmo postar conteúdo informativo sobre um acontecimento em tempo real, o que o torna especialmente atrativo para o jornalismo.

A pesquisa também aponta que, apesar dos benefícios e da simplicidade de divulgação, existem pontos negativos – tais como a redução do grau de profundidade reflexiva do exercício expressivo da linguagem, devido ao limitado espaço para transmitir a mensagem, além do surgimento de hoax (notícias farsas) que confundem o receptor e a mídia, em si.

Porém, como ainda encontra-se no início, essa evolução da comunicação ainda não pode ser vista por uma análise finalizada. A tendência, como pode-se observar pela movimentação de empresas como o Facebook, o Google (com o recente Google +), entre outras, é que surjam novas ferramentas, novas plataformas e novas formas de circulação de notícias e informações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOWNING, John D. H. *Mídia Radical*. 1. ed. São Paulo: Senac, 2002.

JAVA, A.; SONG, X.; FININ, T.; TSENG, B. *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*. *Proceedings of the Joint 9th WEBKDD, 2007*. Disponível em <<http://ebiquity.umbc.edu/paper/html/id/367/Why-We-Twitter-Understanding-Microblogging-Usage-and-Communities>>. Acesso em 21 mai. 2010.

MICHAELIS, 2009. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=ferramenta>>. Acesso em: 20 de jan. 2010.

NETWORK NEWS. Depoimento: Ross Dawson. Austrália: ABC Tv News, 2009. Arquivo online. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=1-q8NLbY-Cg>>. Acesso em 18 mai. 2010.

PINHO, J. B. *Jornalismo na Internet: Planejamento e Produção da Informação Online*. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. 1. ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

TWITTER: UMA NOVA FERRAMENTA PARA OS JORNALISTAS. Disponível em: <http://jpn.icicom.up.pt/2009/02/03/twitter_uma_nova_ferramenta_para_os_jornalistas.html>. Acesso em: 15 mai. 2010.

ZAGO, Gabriela da Silva Jornalismo em Microblogs: Um Estudo das Apropriações Jornalísticas do Twitter. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Católica de Pelotas, 2008.

_____; O Twitter como suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos. 2008. Disponível em: <<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/individual44gabrielazago.pdf>>. Acesso em: 11 mai. 2010.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos professores do curso de Comunicação Social da UMC pela instrução e, também, ao orientador deste projeto.