



Conteúdo no Twitter: Análise das Postagens de Empresas, Jornalistas e Acadêmicos de Comunicação em Imperatriz¹

Welbert de Sousa QUEIROZ²

Thaísa Cristiana BUENO³

Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia – CCSST/UFMA

RESUMO

A pesquisa é uma análise do conteúdo postado no Twitter. A análise no período de um mês conta com 140 perfis de usuários, expondo como essa ferramenta digital é utilizada por empresas, profissionais e acadêmicos de comunicação para entender a função efetiva dessa plataforma. O estudo observa o conteúdo das postagens desses personagens em Imperatriz. O trabalho faz parte do grupo G-Mídia, Novas Tecnologias e Mídias Sociais, do curso de Comunicação/Jornalismo, da UFMA.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação, Imperatriz, Twitter

INTRODUÇÃO

As redes sociais vêm se consolidando cada vez mais como importantes plataformas para fazer jornalismo dentro e fora das redações. A realidade que a tendência é utilizar essas redes como canal de comunicação, colaboração e interação daqueles que as utilizam.

A rede social Twitter vem ganhando extensa notabilidade e popularidade por todo mundo como indica o instituto Sysomos, especializado em análises de redes sociais. Conforme o canal Terra⁴ “Segundo a pesquisa do instituto Sysomos, os brasileiros representam a segunda população mais ativa da rede social, a frente da Grã-Bretanha (7,2%), Canadá (4,3%) e Alemanha (2,49%)”.

A ideia é aperfeiçoar o uso das redes sociais como meios difusores de informações, ferramentas de compreensão e interatividade, como é o caso da rede social

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013

² Estudante de Graduação 8º semestre. Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão – UFMA Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia – CCSST/UFMA. e-mail: welbert.queiroz@hotmail.com

³ Orientadora do Trabalho. Professora. Mª do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão – UFMA Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia – CCSST/UFMA. e-mail: thaisabu@gmail.com

⁴ TERRA, tecnologia. **Brasil reúne maior grupo de usuários do Twitter fora dos EUA. Disponível em:** <http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI4205545-EI4802,00-Brasil+reune+maior+grupo+de+usuarios+do+Twitter+fora+dos+EUA.html>. Acesso em 23 de junho de 2011



Twitter utilizada das mais diversas formas por empresas, profissionais e acadêmicos de comunicação de Imperatriz. Segundo o último senso promovido pelo IBGE (2010). Imperatriz, segunda maior cidade do Maranhão, possui uma população de aproximadamente 250 mil habitantes, e milhares de internautas que fazem uso das Redes Sociais das mais diversas formas possíveis.

O principal elemento da interação no *Twitter* é a conversação. Trata-se de um grande canal aberto em que todos os integrantes podem dialogar, trocar links, comentar acontecimentos e disseminar informações e opiniões. Híbrido de rede social e serviço de microblog, o *Twitter* tem funcionalidades que o capacitam para o uso jornalístico na Web.

Este estudo pretende analisar o potencial jornalístico de uma das ferramentas mais conhecidas e utilizadas atualmente pelos usuários da nova geração da rede, o *Twitter*. Inserindo o trabalho no contexto da inteligência coletiva, por meio de mapeamento e análise das postagens dos jornalistas e acadêmicos de comunicação de Imperatriz.

Pretende-se contribuir para a compreensão do processo de reconfiguração da comunicação nas mídias digitais que ainda se encontra em desenvolvimento dando destaque à interação entre os jornalistas e acadêmicos de comunicação com seu público e aos conteúdos postados.

Nessa perspectiva, este trabalho buscou compreender as mudanças supracitadas de forma a avaliar o conteúdo das postagens dos participantes (profissionais e acadêmicos) Imperatrizenses na rede social *Twitter* – atualmente um dos principais instrumentos de comunicação no ciberespaço, entre as mídias sociais – e verificar se nas postagens, há existência de informação referente a questões sociais de Imperatriz. Assim, espera-se contribuir para o aperfeiçoamento da utilização dessa ferramenta pelos jornalistas, empresas e acadêmicos de comunicação.

Assim este estudo tem como objetivo mostrar como o *Twitter* – rede social que atualmente faz sucesso entre os internautas – pode ser usado como ferramenta de informação e comunicação entre os usuários. A proposta é abordar o usuário que possui vínculo com veículos de comunicação ou que tenha ligação com o jornalismo profissional em Imperatriz, sendo formado na área de conhecimento ou atuando no ramo, por exemplo.

O método utilizado para este trabalho é o estudo de conteúdo, com a aplicação de procedimentos como análise discursiva e pesquisa bibliográfica. Na análise de



conteúdo, Bardin (2002) aponta como pilares a fase da descrição ou preparação do material, a inferência ou dedução e a interpretação. Dessa forma, os principais pontos da pré-análise são a leitura *flutuante* (primeiras leituras de contato com os textos), a escolha dos documentos (neste caso as postagens) a formulação das hipóteses e objetivos (relacionados com o tema), a referenciação dos índices e elaboração dos indicadores (a frequência do material).

Já para orientação no processo de análise, tomamos Bardin (2002, p. 38) como referência principal, com a *análise de conteúdo*, no qual diz a autora ser “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”.

Para o tratamento dos dados, a técnica da análise temática ou categorial será utilizada e de acordo com Bardin (2002) baseia-se em operações de desmembramento do texto em unidades, ou seja, descobrir os diferentes núcleos de sentido que constituem a comunicação, e posteriormente, realizar o seu reagrupamento em classes ou categorias.

A partir das funcionalidades do *Twitter*, discutiremos como os jornalistas e acadêmicos de comunicação utilizam as possibilidades de interconexão da ferramenta para discursar no contexto da Web.

O objetivo geral deste estudo é analisar o conteúdo discursivo das empresas, profissionais e acadêmicos de comunicação que utilizam a rede social *Twitter* como espaço (canal) de comunicação. O trabalho também objetiva avaliar o conteúdo das postagens dos participantes (empresas, profissionais e acadêmicos) Imperatrizenses na rede social *Twitter* e verificar nas postagens qual o tipo de postagem e a existência de informação referente a questões sociais de Imperatriz.

O método de análise utilizado nesta pesquisa é a criação de uma “lista” ferramenta contida no próprio *Twitter* que permite fazer uma seleção de perfis – neste caso jornalistas e acadêmicos de comunicação de imperatriz – a serem analisados. A partir desse mapeamento proporcionado por esta ferramenta, pretendemos analisar o conteúdo das postagens dos usuários. Além disso, a análise documental também está presente, para facilitar o manuseio das informações, já que, também de acordo com a autora, se constitui uma técnica que visa representar o conteúdo de um documento diferente de seu formato original, agilizando consultas. Para que dentro do discurso da postagem seja identificada a informação. A análise foi feita no período de 16 de dezembro de 2012 a 16 de janeiro de 2013 e 140 perfis foram analisados.



Para compor a análise desta pesquisa, o livro *Métodos de Pesquisa Para Internet* escrito por Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011) é fundamental, pois mostra como fazer um estudo das redes sociais de forma científica com uma abordagem atual. “Como a internet possui ainda a característica da pertinência das interações sociais, essas são mais facilmente percebidas, gerando novas oportunidades de estudo desses grupos sociais” (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2011, p.116).

Para apresentar os dados de uma maneira simples e didática é utilizado gráficos e feita a divisão do estudo em três capítulos. Inicialmente deseja-se realizar pesquisa bibliográfica para o esclarecimento de questões e termos relacionados às Redes Sociais e o surgimento das mesmas na Internet para assim discutir o surgimento da rede social Twitter quando surgiu ascensão e em que estado se encontra hoje em nível Brasil, Maranhão e Imperatriz.

No segundo capítulo foi realizado um estudo para apresentar como o Twitter pode ser usado como plataforma jornalística visto que as potencialidades desta rede Social ultrapassam a simples relação recíproca de repercussão de assuntos, mas possui também relevância jornalística.

E por fim a análise das postagens com exposição de gráficos. Análise das empresas, profissionais e acadêmicos de comunicação que fazem uso desta rede social, gráficos estes que facilitam e categorizam as postagens dos usuários. O mapeamento dos participantes destas categorias e o levantamento das postagens dos mesmos mostram o comportamento deles nesta plataforma, além de apontar as demais potencialidades da mesma.

1 SURGIMENTO DA INTERNET E REDES SOCIAIS

O surgimento da Internet dá-se nos períodos militares da Guerra Fria com as diversas pesquisas tecnológicas das duas superpotências que compreendiam a eficácia e necessidade absoluta dos meios de comunicação. Por volta de 1960, quando os dois blocos ideológicos e politicamente adversos exerciam controle e influência no mundo, qualquer mecanismo, qualquer inovação, qualquer ferramenta nova poderia contribuir nessa disputa liderada pela União Soviética e pelos Estados Unidos.

A criação e desenvolvimento da Internet nas três últimas décadas do século XX foram consequência de uma fusão singular de



estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural. A Internet teve origem no trabalho de uma das mais inovadoras intuições de pesquisa do mundo: a Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA) do Departamento de Defesa dos EUA (CASTELLS, 2009, p.82).

Com isso, o Estados Unidos idealizou a criação de um modelo de troca de informações que possibilitasse o compartilhamento de informações para que esse modelo permitisse a descentralização dessas mensagens. Tementos um ataque que poderia trazer a tona informações sigilosas que tornariam os EUA vulneráveis criaram uma rede que em caso de ataque, os dados ali inseridos não seriam de domínio do inimigo.

A partir dessas inquietações do EUA foi criada pela *Advanced Research Projects Agency (ARPA)* a ARPANET (rede de compartilhamento) esse sistema funcionava por meio de *chaveamento de pacotes*, esse sistema permitia que fossem transmitidos dados pela rede com o uso de computadores, as informações eram fragmentadas em pequenos pacotes. Em cada um dos pacotes continham pedaços de informações e quando enfiadas ao destinatário este poderia reorganizar esses dados para que fosse remontada a informação principal.

A primeira rede de computadores, que se chamava ARPANET – em homenagem a seu poderoso patrocinador – entrou em funcionamento em 1º de setembro de 1969, com seus quatro primeiros nós na Universidade da Califórnia em Los Angeles, no Stanford Research Institute, na Universidade da Califórnia em Santa Barbara e na Universidade de Utah (CASTELLS, 2009, p.82-83).

Apesar do ataque inimigo não ter acontecido, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos deu início ao maior acontecimento da comunicação e mídia do século XX, meio de comunicação este que em 4 anos atingiria em torno de 50 milhões de pessoas. “A internet está revolucionando a comunicação humana. Com ela abrem-se novas formas de intercâmbio de informações, de forma interativa” (PRIMO, 1997, p.1).

Segundo o **Ibope Media**⁵, o número de pessoas com acesso à internet no Brasil em 2012 foi de 94,2 milhões, O Ibope ainda informa que esse total considera indivíduos

⁵ Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Acesso-a-internet-no-Brasil-atinge-94-milhoes-de-pessoas.aspx>



de 16 anos de idade ou mais que acessam a internet dos mais diversos locais como, domicílios, trabalho, escolas, lan houses e outros. A análise também abrange crianças e adolescentes de 2 a 15 anos de idade que têm acesso direto dos domicílios.

A partir deste trimestre, o IBOPE Media passou a incluir na medição do acesso geral as crianças e adolescentes de 2 a 15 anos de idade com acesso em casa. Sem considerar esse público, o número total com acesso no Brasil seria de 85,3 milhões no terceiro trimestre de 2012, representando crescimento de 2,4% sobre os 83,4 milhões do trimestre anterior e de 8,8% sobre os 78,5 milhões do terceiro trimestre de 2011 (IBOPE)

A matéria ainda informa que a proposta da inclusão do acesso familiar de adolescentes e crianças foi da Interactive Adversin Bureau (IAB) Brasil que defende que esse número de internautas devem ser aderidos ao quadro geral da estatística, para contribuir para compreensão do tamanho do mercado de internet no país.

O crescimento do acesso em domicílio no quarto trimestre de 2012 foi de 69,5 milhões um aumento de aproximadamente 2,5% sobre o trimestre antecedente e em relação ao trimestre de 2011 registrou crescimento de 16%.

Do total de pessoas que moram em domicílios com acesso à internet, 44,7 milhões foram usuários ativos em novembro de 2012. O crescimento foi de 3,1% sobre os 43,3 milhões de outubro de 2012 e de 14% sobre novembro de 2011. Em casa e no local de trabalho, o número de usuários ativos chegou a 53,6 milhões em novembro de 2012, resultado de um aumento de 0,7% sobre o mês anterior e de 12% na comparação com novembro de 2011 (IBOPE).

Os dados do Censo de 2010 informam que o Maranhão é o último estado brasileiro em número de domicílios com acesso à Internet. “O índice é de menos de 10%. O levantamento ainda indica que 90 municípios maranhenses 41,5% do total têm cerca de 2% de domicílios com computadores ligados à Internet. E ainda, 6 municípios maranhenses não têm nenhum computador ligado à Internet” (BUENO, 2012, p. 3).

1.1 REDES SOCIAIS, CIBERCULTURA E COMUNIDADES VIRTUAIS



A vasta literatura que descreve o surgimento das interações por meio da internet indica e aceitam a ideia de que as redes sociais surgem a partir de uma necessidade do ser humano compartilhar informações e interagirem um com o outro, criando laços sociais que usualmente norteiam-se com base nas afinidades entre eles.

Portanto podemos entender redes sociais como um grupo que interaja e compartilhe de interesses em comum, ideais ou preferências. Para ilustrar um exemplo simples de rede social seria um time de futebol, sala de aula, Um grupo de canto em uma Igreja ou ate mesmo uma empresa de um segmento específico. Nestes ambientes quando existe interação entre as pessoas de um grupo à uma rede social, quando essas interações e interessem partem para o campo da internet, temos as redes sócias digitais (online), esta rede digital vem crescedo e evoluido constantemente.

As redes sociais do tipo emergente são aquelas expressas a partir das interações entre os atores sociais. São redes cujas conexões entre os nós emergem através das trocas sociais realizadas pela interação social e pela conversação através da mediação do computador. (RECUERO, 2009. p. 94)

Por volta da década de 90, posteriormente ao surgimento da internet Tim Berners-Lee⁶, elaboraria a web, que tinha o propósito de compartilhar informações, arquivos e interagir com amigos. Com a web surgiram os e-mails, considerados como uma das primeiras formas de relacionamentos por meio da internet. Trocar mensagens por e-mail foi neste momento histórico a única forma de comunicação, por meio da troca de arquivos disponíveis por cada usuário.

As pesquisas existentes nesta área indicam que as redes sociais têm sofrido um crescimento exponencial nos últimos anos e que a tendência é para que cresça e se intensifique a sua utilização. Alguns autores defendem que a internet pode fortalecer a participação da e na sociedade, pelo facto de criar, abrir e permitir mais e novos contextos de envolvimento e de mobilização social (PEREIRA, PINTO et all. 2009, p. 8)

⁶ **Timothy John Berners-Lee (TimBL ou TBL)** (Londres, 8 de junho de 1955) é um físico britânico, cientista da computação e professor do MIT. É o criador da World Wide Web, tendo feito a primeira proposta para sua criação em março de 1989¹ Em 25 de dezembro de 1990, com a ajuda de Robert Cailliau e um jovem estudante do CERN, implementou a primeira comunicação bem-sucedida entre um cliente HTTP e o servidor através da internet. Disponível em: (http://pt.wikipedia.org/wiki/Tim_Berners-Lee)



O e-mail é uma ferramenta que vem se mantendo firme ao longo dos anos. “Também conhecida como correio eletrônico (tradução da palavra e-mail para português) essa forma de interação entre os usuários é mantida até os dias de hoje, (OLIVEIRA, 2011)”

Como mostrado anteriormente, o aumento cumulativo do número de internautas gerou uma necessidade de formas diversificadas de comunicação por meio de ferramentas que permitisse um alargamento das redes de contatos. Compreende-se que as mensagens limitavam-se aos usuários de internet que possuíssem endereço eletrônico, este foi um dos motivos da necessidade da criação de plataformas diversificadas, pois estas mensagens não possibilitavam que fossem repassadas facilmente.

Neste contexto a Cibercultura surge a partir da relação existente entre tecnologia e a modernidade, caracterizada assim pela natureza e homem. Existe na Cibercultura uma busca pela dominação, dominação esta no sentido de manipular os meios para transformar.

O desejo que permeia essa cultura digital é “transformar o mundo”, em dados binários, “provas disso são: a interatividade (internet, celular) cada dia mais acessível para grande número de indivíduos, é o que acredita André Lemos⁷.

A cibercultura se constitui como uma cibernsocialidade, ou seja, uma estética social alimentada pelo que poderíamos chamar de tecnologias do ciberespaço (redes informáticas, realidade virtual, multimídia). A cibercultura forma-se, precisamente, da convergência entre o social e o tecnológico, sendo através da inclusão da socialidade na prática diária da tecnologia que ela adquire seus contornos mais nítidos (LEMOS, p.88-89).

André Lemos professor da Universidade Federal da Bahia é um dos principais teóricos do tema no Brasil, afirma que através da informática “cria-se a possibilidade de leitura da realidade, traduzida pela linguagem digital, automatizando a informação” (LEMOS, 2009, p.101). Pode-se dizer com isso que a apropriação social-midiática (micro-informática, internet e as atuais práticas sociais) é uma das características da Cibercultura. .

⁷ André Lemos é Doutor em Sociologia pela Paris V, Sorbonne. Professor Adjunto da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA).



Logo após o surgimento e disseminação da internet começaram a surgir as comunidades virtuais impulsionando e estimulando o uso da internet pela população essas comunidades possuem valor de comunicação livre e horizontal. Como nos mostra Castells, “A prática das comunidades virtuais sintetiza a prática da livre expressão global, numa era dominada por conglomerados de mídias e burocracias governamentais censoras” (CASTELLS, 2003, p.48)

Frequentemente a internet apresenta inovações em seu sistema. A cada ano, uma nova rede social surge ou então, aquela que já existe ter sua plataforma ampliada e restaurada. As ferramentas que fazem parte desse processo tecnológico, segundo (RECUERO, 2009) e que envolvem milhões de usuários, além de possuir mais importância nesse cenário são, Orkut, Twitter, Flickr, Facebook e MaySpace. Ferramentas que permitem a criação de perfis pelos usuários.

Elemento importante para o estudo das redes sociais é compreender em que medida se diferenciam dos chamados sites de redes sociais. Sites de redes sociais são espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet. (...) Assim nesta categoria estariam as ferramentas de micromessaging atuais (como o Twitter e o Plurk). (RECUERO, 2009. P. 102 -103, adaptado).

Utilizadas por internautas as redes sociais de interação abrangem todas as idades e possuem um público cada vez mais segmentado em todo o mundo. Além deste fenômeno de milhares de usuários presentes nas redes sociais, empresas e profissionais participam desse ambiente digital de comunicação.

2 A INTERNET E REDES SOCIAIS EM IMPERATRIZ

“Não se sabe ao certo quando a Internet foi inserida em Imperatriz, mas a partir de 1995 começou se falar sobre a internet no Brasil”. Em Imperatriz, março de 1997 surge o primeiro provedor de internet a Júpiter, a Internet era de escada, discada e fornecida pelas linhas telefônicas da Embratel, disponibilizando apenas um link de 64kbit/s. Segundo informações da empresa a equipe da Júpiter começou com 9 funcionários – Maria, Miguel, Wilson, Samuel, Rony, Anderson, Rogério, Ronildo, Nilto Cesar (O Índio) e Clidio, tendo

De acordo com Sara Batalha, os primeiros provedores de Internet na cidade além da Júpiter, foram a Aeronet e a Imperenet, ambos não existem mais. A Internet ainda era novidade e poucas pessoas tinham acesso, até porque era novo e grande parte da população não tinha condições de obter os equipamentos usados para o acesso a Internet. Atualmente, possuir o serviço de Internet torna-se fundamental tanto para pessoas como para empresas, pelas facilidades dos planos de serviço, como também a ascensão dos aparatos tecnológicos que possibilita o acesso a Internet.

Na medida em que a cultura da Internet era implantada na cidade diversos sites no município foram surgindo, dentre eles, sites de entretenimento, de notícias, de instituições públicas e privadas e sites ligados aos veículos de comunicações logo após a criação dos perfis nas redes sociais pois quando estas surgiram a internet já estava inserida no contexto da população a mais de 5 anos.

A internet e as redes sociais passaram a ser um meio de manifestação do pensamento e de informação.

2.1 TWITTER NO BRASIL

As pesquisas indicam que o Brasil é o segundo país com maior número de usuários no Twitter, “de acordo com um relatório da empresa **SemioCast**⁸ O país passa o Japão e fica na segunda posição com 33 milhões de usuários”.

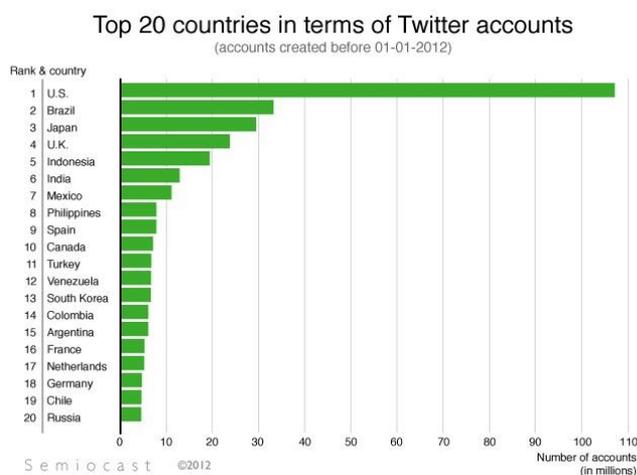


Imagem 1 : <http://tinyurl.com/7zls2w>

O país tem em torno de 33,3 milhões de usuários já no Japão esse número alcança a marca de 29,9 milhões. O levantamento ainda mostrou que os EUA estão

⁸ Empresa de fornecimento de conhecimentos de mídia social e ferramentas de mídia sociais e monitoramento. (<http://semioCast.com/>)

em primeiro lugar com 107,7 milhões de contas no microblog, o que representa 28,1% do total de usuários nesta rede social.

“A empresa analisou 383 milhões de contas do Twitter criadas antes de 1º de janeiro de 2012 para realizar o estudo. Embora esteja na segunda colocação, o Brasil é apenas o 12º colocado em participação no microblog, com 25% dos usuários do país cadastrados publicando uma mensagem no Twitter entre setembro e novembro de 2012, de acordo com a pesquisa.”

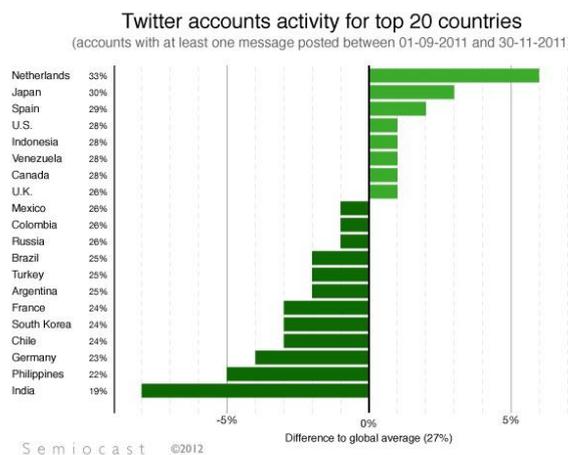
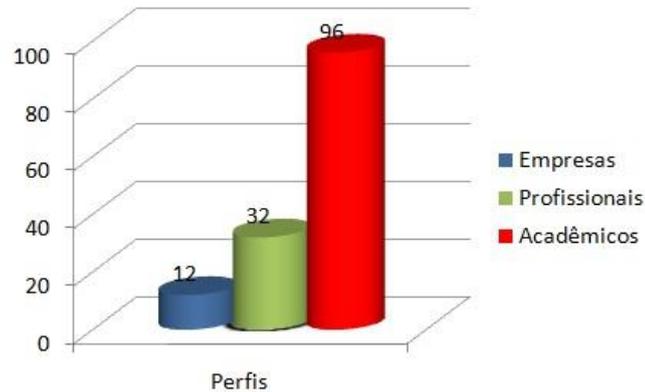


Imagem 2: <http://tinyurl.com/7zls2w>

Um dado relevante é que o Japão, mesmo na terceira colocação em número de usuários, tem participação de 30%, ocupando assim a segunda posição. A Holanda é o país em que os usuários do site são mais ativos, com 33% de participação. Mostrando a correlação existente ou não em alguns casos nestes países.

3 ANÁLISE DOS PERFIS DE EMPRESAS, JORNALISTAS E ACADÊMICOS NO TWITTER EM IMPERATRIZ.

Esta mídia social Twitter é utilizada por empresas, jornalistas e acadêmicos de comunicação de Imperatriz como plataforma de comunicação de formas específicas.



As análises dos perfis se deram ainda por três segmentos informativas, colaborativas e conversações como seguem nos exemplos:

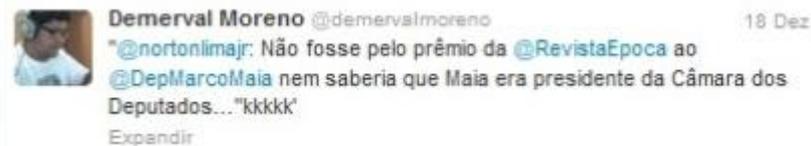
a) Informativas



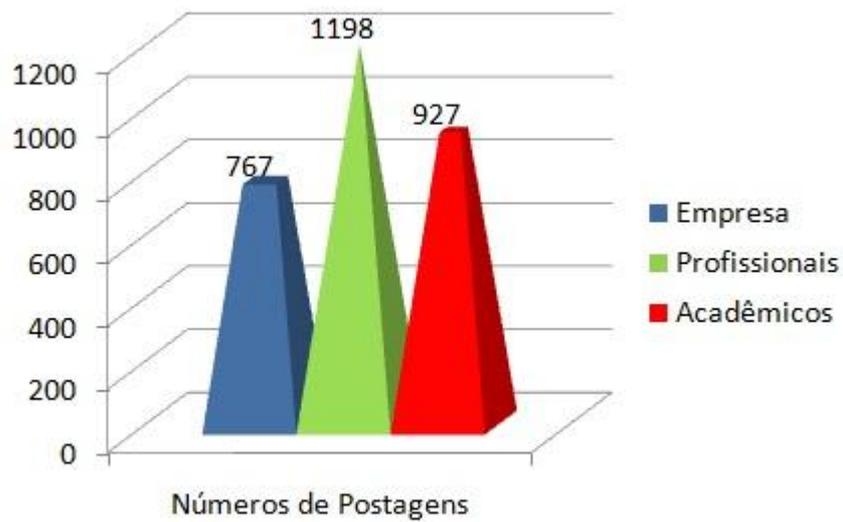
b) Colaborativas



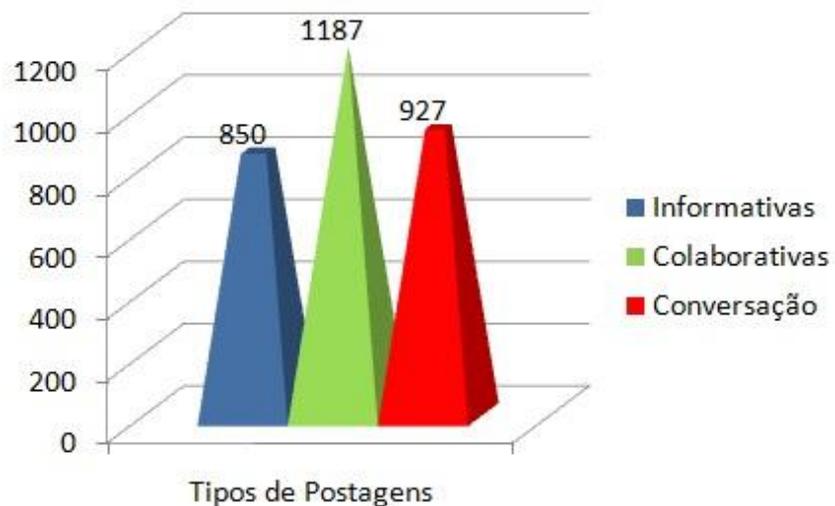
c) Conversações



Com tudo, percebe-se que um percentual significativo dos perfis analisados está utilizando essa rede social como ferramenta de comunicação quer seja no intuito de opinião, informação ou colaboração de matérias e que muitas das postagens informativas referem-se a questões sociais da cidade.



Percebeu-se ainda que 80% das postagens informativas são de profissionais e empresas de comunicação e apesar do número dessas postagens contarem com apenas 20% para acadêmicos, mostra que os alunos estão utilizando essa ferramenta para disseminação de informação ainda que de forma “tímida”.



Na categoria conversação observou-se que os acadêmicos se posicionam em 90% e empresas e profissionais em 10%, apontando para esse fomento onde os alunos emitem mais opinião. Já as postagens colaborativas variam de 30% para acadêmicos e 70% para empresas e profissionais, indicando maior equilíbrio em relação a esta categoria.



CONCLUSÕES

Com base no levantamento de dados e na pesquisa bibliográfica desta análise na pesquisa verificou-se que o Twitter em Imperatriz está caminhando a passos lentos, mas consideráveis para a inserção de notícia e informação nesta rede social por quem a utiliza.

Muitas vezes esta ferramenta é utilizada por empresa como sites de notícias que divulgam as chamadas das matérias para pescarem os seguidores. Em apenas 140 caracteres – informação rápida – o leitor pode escolher através dos links nas postagens para qual conteúdo deseja ser redirecionado para um aprofundamento nas matérias.

Afinal, o serviço foi criado 2006, e o número de usuários da ferramenta é cada vez maior assim como a diversidade de usos que se faz dela. Do estilo “querido diário” ao texto conciso, passando por aforismos, citações, jornalismo, fofoca, humor entre outro.

Mesmo de forma tímida o Twitter tem sido utilizado cada vez mais pelas empresas, acadêmicos e profissionais de comunicação como ferramenta digital de jornalismo quer seja de forma profissional ou colaborativa.

REFERÊNCIAS

LUCIANA, Santaella, RENATA Lemos. **Redes Sociais Digitais: a cognição conectiva do Twitter**. Coleção Comunicação. São Paulo: Paulus, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2002

CARMONA, Tadeu. **Tudo que você precisa saber sobre Twitter**. São Paulo: Digerati Books, 2010.

CASTELLS, Manoel. **A Sociedade em rede**. Tradução de Rnoneide Venancio Majer. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet**, os negócios e sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar. 2003.

CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas digitais para jornalistas**. Tradução de Marcelo Soares. Rio de Janeiro: Centro Knight, 2010. Disponível em: <<http://www.8020mkt.com.br/blog/download-239-livros-sobre-midias-sociais-comunicacao-e-cultura-web>>. Acesso em 25 de junho de 2011.



FRAGOSO, Sueley; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto alegre: Sulina, 2011.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2. ed. Porto alegre: Sulina, 2004.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **A emergência das comunidades virtuais**. In: Intercom 1997 - XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos. Anais, 1997. Disponível em: <http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades_virtuais.pdf>. Acesso em 25 de junho de 2011.

TERRA, tecnologia. **Brasil reúne maior grupo de usuários do Twitter fora dos EUA**. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI4205545-EI4802,00-Brasil+reune+maior+grupo+de+usuarios+do+Twitter+fora+dos+EUA.html>>. Acesso em 23 de junho de 2011.