

Twitter: como uma nova mídia modificou a rotina produtiva de jornalistas em Teresina

TAMIRES FERREIRA COELHO

Universidade Federal do Piauí (UFPI)/Universidade do Minho (Uminho)

Resumo:

O artigo tem a intenção de entender como a rede social Twitter influencia as rotinas produtivas de jornalistas em Teresina – capital do Piauí, no Brasil – e como eles utilizam essa rede social pra trabalhar e interagir com suas fontes. A pesquisa é baseada em entrevistas, análise de perfis de profissionais de meios de comunicação locais e pesquisa bibliográfica. Buscamos aporte teórico em conceitos de Castells (2004), Chaparro (2003), Conrado (2009), Lèvy (2007) e Recuero (2009), entre outros. Foi possível perceber que essa plataforma é muito importante no contexto jornalístico de Teresina, sendo bastante utilizada por comunicadores para contactar fontes – facilitando assim o processo de aproximação e interação com elas –, e interferindo nas informações veiculadas pelos meios teresinenses. Quanto à repercussão das informações do Twitter, pudemos observar que há a veiculação de conteúdo extraído da rede social em diversos suportes mediáticos.

Palavras-chave:

Twitter; Jornalismo; Piauí; Internet.

INTRODUÇÃO

Este trabalho busca compreender como se dá a influência das redes sociais no jornalismo teresinense, com ênfase em uma ferramenta webjornalística: o Twitter. A abrangência do estudo, ou sua delimitação, é feita em torno de como os jornalistas estão utilizando essas redes sociais, mais especificamente o Twitter, no processo de produção das notícias. Foi estudada a percepção deste microblog como meio de aproximação com as fontes e sua importância para o desdobramento de boas pautas.

O tema foi escolhido a partir da observação sobre o crescimento do número de jornalistas e assessores de imprensa usuários do Twitter na capital do Piauí. Também é válido ressaltar que, dentre os principais assuntos abordados no jornalismo piauiense, muitos estão na editoria de Política e que, durante a produção dessas notícias, estão sendo acrescentadas informações colhidas na rede social supracitada. É essencial frisar que muitas das fontes exploradas pelos jornalistas em suas matérias são políticos ou assessores que alimentam os microblogs de seus respectivos assessorados.

A pesquisa em questão tem sua relevância científica, que está no fato de contribuir com um material teórico sobre redes sociais e Twitter, possibilitando que novos acadêmicos disponham de maior quantidade de informação sobre o assunto. É imprescindível frisar que não há, ainda, muitas referências bibliográficas sobre Twitter – ou, pelo menos não tanto quanto outras vertentes ligadas à Comunicação –, devido a esse dispositivo comunicacional ser recente e estar enquadrado em um grupo (redes sociais em mídia digital) que se renova com frequência – constantemente surgem novidades.

A relevância social do tema está no interesse do trabalho em descobrir de que forma as tendências em tecnologia de comunicação podem interferir nas informações consumidas pela população piauiense. A partir de entrevistas e de pesquisa bibliográfica sobre mídias digitais, foi produzido um trabalho no qual há a intenção de verificar se as redes sociais podem aproximar a imprensa teresinense e, conseqüentemente, o eleitorado – mesmo que indiretamente, através das notícias produzidas por esses profissionais –, dos personagens políticos.

O TWITTER E SUA RELAÇÃO COM OS JORNALISTAS TERESINENSES

A emergência do Twitter em meio a uma infinidade de redes sociais

As transformações que o Jornalismo vem sofrendo, principalmente com o advento da internet, são foco de muitas pesquisas e abordagens teóricas. De acordo com Manuel Castells (2004, p. 145), surgiram novos padrões sociais e “novos e selectivos modelos de relações sociais substituem formas de interação humana limitadas territorialmente”. Manuel Carlos Chaparro explica que há uma nova realidade na qual a lógica informacional está mais dinâmica, de forma que a notícia age e interfere na realidade com maior eficácia.

Nos rumos da democracia, o mundo mudou, institucionalizou-se, bem como os interesses, as ações, as próprias pessoas. Globalizaram-se os processos, as emoções e, sobretudo, os fluxos e circuitos da informação. (CHAPARRO, 2003, p. 33)

Diante da globalização e a dinamização dos fluxos informacionais, segundo Pierre Lévy, o que era – antes – uma transmissão de informações, passou a ser percebido como interação:

Não se trata mais apenas de uma difusão ou de um transporte de mensagens, mas de uma interação no seio de uma situação que cada um contribui para modificar ou estabilizar, de uma negociação sobre significações, de um processo de reconhecimento mútuo dos indivíduos e dos grupos via atividade de comunicação. (LÉVY, 2007, p. 113-114)

Lévy (2007, p.113) ainda enxerga cada indivíduo envolvido no processo de comunicação como potenciais emissores e receptores, em um espaço que não é fixo – ficando a critério de escolha dos emissores/receptores. Nesse contexto, encaixam-se as redes sociais, como mecanismos que estimulam a interação – destacando-se a ferramenta Twitter.

Criado em 2006 e, recentemente popularizado no Brasil, o Twitter já é considerado fenômeno da internet. Empregado, inicialmente, como um serviço interno da empresa Obvious, de Evan Williams (mesmo criador do Blogger), a rede social expandiu-se a ponto de modificar e se inserir no cotidiano de muitos segmentos, como o dos jornalistas. Em Teresina não foi diferente. Muitos são os profissionais que utilizam essa plataforma como instrumento de trabalho.

O fenômeno de microblogging Twitter é uma rede social diferenciada não só por restringir a quantidade de 140 caracteres para as mensagens de seus usuários, mas também pelo seu caráter mais informacional e uma expectativa maior de feedback simultâneo diante de outras redes, como o Orkut – por exemplo. Recuero explica que:

Observamos, por exemplo, que o Twitter parece ter um papel mais forte na difusão de informações (mais rápido, maior feedback, etc.) que o Orkut. Talvez porque tenhamos mais atenção concentrada no Twitter, talvez porque a estrutura da ferramenta proporcione um feedback mais rápido. Minha hipótese é que a apropriação da ferramenta é que influencia essa difusão e como a ferramenta é apropriada também a partir de sua limitação técnica, um influencia o outro. Assim, como o Twitter tem uma maior expectativa de simultaneidade nas trocas, bem como uma ilusão de "último minuto" para a informação divulgada, pode concentrar mais atenção e credibilidade (valores informacionais) enquanto o Orkut teria um foco mais social. (RECUERO, 2009)

O pequeno número de caracteres possibilitado pela plataforma Twitter contrasta diante do enorme número de usuários que utilizam o microblog. Em maio de 2008, o Twitter já possuía 1,5 milhões de pessoas que utilizavam seus serviços. Atualmente, estima-se que haja seis milhões de usuários em todo o mundo *twitando* (utilizando a rede) através de *tweets* (mensagens) direcionadas a seus *followers* (seguidores). Ao mesmo tempo, ele pode escolher não seguir (*unfollow*) um outro usuário.

Outras ferramentas interessantes e que não podem deixar de ser citadas são o *reply*, a *direct message*, e o *retweet*. Sobre isso, Rebeca Conrado (2009, p. 45-46) define:

*O reply é a ferramenta aonde o usuário pode fazer postagens pessoais e fazer comentários sobre algum tweet que seus followers postaram em seu perfil. Ao escolher responder a um tweet, o usuário iniciará a mensagem com o sinal gráfico @, símbolo de arroba, que indica o lugar ou domínio na Internet e logo seguido do @ vem o nome do usuário ao qual se quer responder [...] O retweet que é simbolizado pela sigla RT, também oferece uma forma de interação entre os usuários. O RT é a republicação de uma mensagem que já foi postada por alguém e possibilita que essa mensagem chega a outras pessoas, mas propriamente os seguidores que fazem parte da sua rede no Twitter. O uso de tags no twitter se dá através do símbolo de cerquilha (#) e é conhecida também como *hagtag*. Os usos dessas *hagtags* dão origem aos *Trending Topics*, que está posicionado na página inicial do usuário, aonde ele pode visualizar, na barra lateral, os *Trending Topics*, que são os assuntos mais comentados no momento pelos usuários dessa rede social. E por último a ferramenta de *direct message*, aonde o *twitter* manda mensagens diretas e de forma particular para seus seguidores sem que outras pessoas vejam a mensagem que você enviou.*

Segundo uma pesquisa da Nielsen Netview (EUA), realizada no período de tempo de um ano – entre fevereiro de 2008 e fevereiro de 2009 – o microblog Twitter foi a rede social de maior crescimento porcentual, chegando a superar até o Facebook (uma das redes sociais mais famosas). Foi contabilizado um crescimento de 1.382% nesse serviço de microblogging.

De acordo com Joel Comm (2009, p. 18 – 20), o Twitter foi criado por três programadores: Evan Williams, Jack Dorsey (ideia original do aplicativo) e Biz Stone, por volta de julho de 2006, sendo lançado três meses depois. A diferença principal entre outros microblogs e o Twitter é sua rede de seguidores – o que o torna, portanto, uma rede social. É uma maneira de interagir em grupo, de maneira gratuita.

O “jornalismo enredado” e a interação que aplicativos como o Twitter proporcionam nas mídias sociais, é comentado por Jeff Jarvis:

Agora, profissionais e amadores trabalham em conjunto para obter uma verdadeira história, a ligação entre eles através de marcas e antigas fronteiras para compartilhar fatos, perguntas, respostas, idéias, perspectivas. Reconhecem as relações complexas que produzirão notícias e enfocam que o processo mais do que o produto. (JARVIS, 2006)

Uma outra pesquisa, realizada pela S2 Comunicação Integrada no período de julho e setembro de 2009, revelou que 60,73% dos jornalistas das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, que acessam redes sociais, como o Twitter, fazem uso delas como fontes de informações profissionais. Desse percentual, 8,42% utilizam as redes somente em âmbito profissional e 52,31% usam as redes com objetivos pessoais e profissionais.

Conrado (2009, p. 77) afirma que “o Twitter é um exemplo bem atual dessa capacidade dos próprios usuários serem as fontes e ao mesmo tempo serem os difusores de informações nas redes sociais”. Para Pedro Figueiredo e Eduardo Refkalefsky (2009), a ferramenta Twitter pode ser comparada a uma grande agência de notícias, onde circulam informações relevantes que ajudam na construção de jornais e noticiários do cotidiano. “O Twitter seria uma nova tendência onde o leitor poderá fazer essas escolhas sobre o que quer ler” (FIGUEIREDO & REFKALEFSKY, 2009, p.11).

A influência do twitter sobre os jornalistas de Teresina

É inegável que as rotinas produtivas do jornalismo, de maneira geral, modificaram-se bastante ao longo dos últimos tempos. A rotina do profissional das redações – antes restrita a reuniões de pauta, análise de informações, escolha de pautas e produção de notícias – agora é condicionada às inovações tecnológicas, sobretudo no âmbito das comunicações. As redes sociais são, atualmente, uma das ferramentas potencialmente exploradas pelos jornalistas.

Para aproveitar essa plataforma que possui tão pouco espaço para escrever, os jornalistas – que já estavam se acostumando com uma maior liberdade oferecida pela própria internet – se depararam novamente com a limitação de caracteres. E, ao contrário do que se poderia imaginar, o pouco espaço para escrever não foi encarado de maneira negativa e o número de jornalistas que aderem a essa rede social é cada vez maior.

O perfil dos usuários do Twitter no Piauí até o início de 2010, era formado por pessoas que atuam com Comunicação Social (jornalistas, publicitários, profissionais de Relações Públicas, colunistas sociais, estudantes da área etc.). De acordo com uma pesquisa realizada por alunos da Universidade Federal do Piauí, em 2009, 48% dos usuários de Twitter no Piauí são comunicadores.

O Twitter é utilizado pelos profissionais de comunicação social no sentido de sondar informações, realizar entrevistas e aproximar-se com fontes e políticos locais. O argumento mais comum para a adesão é a velocidade e instantaneidade com a qual as postagens aparecem nas páginas de seus seguidores.

O editor-executivo do Jornal Meio-Norte (maior empresa *cross-media* do Piauí), Arimatéa Carvalho, afirmou que passou a utilizar o Twitter no trabalho, porque o portal do sistema de comunicação no qual ele trabalha dispôs as atualizações desta rede na página principal, aumentando, assim, a visibilidade dos tweets de cada integrante do meio.

Eu não abro mão de colocar coisa pessoal, mas pensando que o público que vai ler não é só o que me segue, mas inclusive gente que não me segue vai ler, ao acessar a primeira página do portal. (ENTREVISTA COM ARIMATÉA CARVALHO)

Allisson Paixão, editor-chefe do portal 180graus (uma das empresas de jornalismo online com maior visibilidade no estado), diz que posta em seu perfil tanto coisas pessoais quanto profissionais, mas priorizando o trabalho.

Utilizo mais como ferramenta de trabalho, mas não deixo de colocar algumas bobagens lá [...] Eu considero como ferramenta para divulgar o que estou fazendo no meu trabalho. Eu defendo que a ferramenta seja utilizada para o trabalho. (ENTREVISTA COM ALLISSON PAIXÃO)

Com a crescente utilização desta rede por jornalistas em Teresina e no Brasil, o Twitter se consolidou também como espaço de debate e discussão de pautas, seja entre jornalistas e políticos ou jornalistas entre si. A política e o Twitter estão ligados no contexto piauiense, o que é evidente ao acompanhar as redes dos jornalistas Hérlon Moraes – do portal Acesse Piauí (@herlonmoraes) –, Allisson Paixão (@allissonpaixao) e Arimatéa Carvalho (@arimeionorte), e ao estar atento aos seus posts direcionados a políticos locais, como, por exemplo, os vereadores Edson Melo (@edsonmsmelo) do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), e Rodrigo Martins (@rodrigopsb) do PSB (Partido Socialista Brasileiro).

Para o editor-chefe do Acesse Piauí, um dos jornalistas piauienses que mais acessa seu perfil no Twitter, a recém-descoberta rede social não é restrita a assuntos pessoais, mas serve, sobretudo, para discutir assuntos em voga na mídia e entrar em contato com pessoas, principalmente as que ele segue e que lhe rendem matérias.

Hoje, eu tenho feito muito mais matérias graças ao Twitter, por estar seguindo políticos, colegas jornalistas e pessoas comuns que sugerem pautas via Twitter. Então, ele é um dos principais meios da internet para elaborar pautas e fazer matérias. (ENTREVISTA COM HÉRLON MORAES)

Se, diante de um ponto de vista, o Twitter facilita os processos comunicacionais, é preciso considerar que ele afeta de maneira diferente os jornalistas teresinenses. Desde os que são viciados ou “apaixonados”, como se auto define o editor do portal Acesse, até ao uso mais desapegado, como o do editor do portal 180graus, os usuários variam muito. Uns consideram que, quanto mais inserido na rede, melhor; mas também há os que consideram que Twitter pode prejudicar o rendimento dos repórteres.

Não só o feedback dos jornalistas varia. Da mesma forma, há diferenças entre assessores e políticos que interagem com a imprensa via Twitter. Não são muitos assessores ainda na rede e os que se arriscam a atualizar os perfis de seus assessorados, por vezes, correm o risco de cair na artificialidade. A principal reclamação dos jornalistas é que não adianta ter uma ferramenta e não atualizá-la.

Existem alguns (perfis) em que está claro que é a assessoria que posta. Existem outros que fazem e não atualizam, que estão ali só pra dizer que está no Twitter, mas não têm repercussão nenhuma. Como uns têm repercussão, outros passam despercebidos. (ENTREVISTA COM HÉRLON MORAES)

A partir do ponto de vista do outro lado – o lado do político com o qual são estabelecidas as relações via Twitter –, o vereador Rodrigo Martins defende o uso pessoal de redes sociais até mesmo para a auto divulgação. Até janeiro de 2010, o político já contabilizava cerca de vinte citações em impressos locais retirados do Twitter e já havia sido convidado a fazer entrevistas através do microblog.

A partir do momento que eu delego a um assessor pra estar postando alguma coisa no Twitter e aquela minha postagem pode gerar um debate, o meu assessor vai ficar perdido. Será se eu ia responder da maneira que ele responde? A gente posta aquela notícia e vem uma outra pessoa e faz uma pergunta, lhe faz um comentário... e você, imediatamente, responde. Começa uma onda,

uma tempestade de perguntas que vai fazer com que a gente divulgue nosso trabalho e melhore nossos conhecimentos. (ENTREVISTA COM RODRIGO MARTINS)

Um caso de repercussão a nível nacional de tweets postados por jornalistas teresinenses gerou notícia no portal R7, no blog de Fabíola Reipert. A discussão foi a respeito do programa Big Brother Brasil 10, produzido pela Rede Globo de televisão, ser exibido gravado nos estados do Nordeste devido ao horário de verão. A jornalista exemplificou a notícia apresentando tweets de Hérton Moraes e de outros jornalistas que se mostraram insatisfeitos com o caso. Essa repercussão ocorre principalmente por conta dos retweets e da visibilidade que uma declaração pode alcançar em pouco tempo.

CONCLUSÃO

É possível depreender, portanto, que o Twitter é uma inovação no campo das redes sociais e tem atraído a atenção de pesquisadores e jornalistas, que enxergam nessa ferramenta midiática um mecanismo potencial de comunicação um subsídio importante para a produção jornalística. A intensa circulação de informações que permeiam o âmbito profissional e pessoal dos usuários dessa rede decorre da interação dinâmica entre os indivíduos nela interligados – não se estagnando no papel de emissor ou receptor.

A pesquisa possibilitou uma percepção aperfeiçoada acerca da relação entre jornalistas e fontes, via Twitter, e concluir que essa rede social se incorpora à própria rotina produtiva jornalística, como meio de busca de informações e de entrevistas de fontes, no caso dos profissionais de Teresina.

As informações disseminadas no Twitter geram repercussão e isso está cada vez mais presente na atividade jornalística piauiense, independentemente do suporte midiático no qual o conteúdo foi veiculado. As entrevistas foram fundamentais para perceber os pontos de vista e motivos que atraem comunicadores e políticos à plataforma Twitter e de que forma eles interagem entre si e enxergam a importância desta rede social.

Diante da Era da Informação, na qual os meios eletrônicos modificam-se com facilidade e a comunicação virtual ganha força, estudar as novas redes sociais e informacionais é imprescindível à compreensão dos laços que integram comunicadores e fontes. Qualquer modificação nesses laços implica mudanças na busca de informação e no conteúdo recebido pelos receptores. É possível observar, entre os comunicadores de Teresina, uma tendência global de aproveitamento das novas mídias no auxílio do trabalho jornalístico que reflete, mais especificamente, no conteúdo político veiculado pelos meios de comunicação da capital piauiense.

REFERÊNCIAS

- CASTELLS, M. (2004) *A galáxia da internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CHAPARRO, M. C. (Ed.) (2003). Cem anos de assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia*. São Paulo: Atlas.

- COMM, J. (2009). *Twitter Power - How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- CONRADO, R. A. (2009). *Jornalismo Online e Twitter: estudo de caso do O POVO online*. Fortaleza: FA7.
- JARVIS, J. (2006) *Networked Journalism* In: Weblog Buzzmachine of Jeff Jarvis. Disponível em <http://www.buzzmachine.com/2006/07/05/networked-journalism>. Acesso em: 28 Jan. 2010.
- LÉVY, P. (2007). *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34.
- FIGUEIREDO, P.; REFKALEFSKY, E. (2009). *Twitter: Uma Nova Forma de se Comunicar?*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1316-1.pdf>. Acesso em: 15 Jan. 2010.
- RECUERO, R. (2009). *Redes Sociais na Internet e Difusão de Informações*. In: Social Media. Disponível em http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redes_sociais_na_internet_e_difusao_de_informacoes.html. Acesso em: 15 Jan. 2010.

ANEXOS





