

---

## O USO DO TWITTER NO JORNALISMO TOCANTINENSE: ANÁLISE DE @ROBERTA TUM

ALAN MONTEIRO DA SILVA <sup>1</sup>, JOCYELMA S. DOS SANTOS MARTINS DE OLIVEIRA <sup>2</sup>

CEULP/ULBRA

**Resumo:** Buscou-se por meio desse estudo, identificar como o Twitter está sendo adotado por um site de notícias do Tocantins. Na análise são adotados autores como Costa Bisneto (2008), que discutem as mudanças ocorridas no jornalismo com o desenvolvimento tecnológico. A pesquisa analisa as postagens identificando qual a relação entre o site e os seguidores do Twitter. A priori é visível que as constantes transformações tecnológicas influenciam o jornalismo, porém criam possibilidades para o ressurgimento da imprensa opinativa.

**Palavras-chave:** Twitter, webjornalismo, @robertatum.

**Abstract:** We seek, through this study to identify how Twitter is being adopted by a news site of the State of Tocantins. The analysis is adopted as authors Bisneto Costa (2008), discussing the changes in journalism and technology development. The research analyzes the posts identifying the relation between the site and Twitter followers. A priori it is apparent that the constant technological changes influencing journalism, but create opportunities for the resurgence of opinionated media.

**Keywords:** Twitter, web journalism, @robertatum.

---

<sup>1</sup> 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](mailto:alanms.contato@gmail.com).

<sup>2</sup> Professora Orientadora, Mestre em Educação Brasileira e Professora do Curso Comunicação Social - Jornalismo do CEULP/ULBRA, [jocyelmasantana@gmail.com](mailto:jocyelmasantana@gmail.com).



## 1. Introdução

A comunicação social esta cada vez mais vinculada às inovações tecnológicas e a todo instante surgem novidades no mundo digital, assim os veículos de comunicação são obrigados a acompanhar essa constante evolução da tecnologia para levar a informação até o leitor, de forma rápida e em boa qualidade.

Entre os vários meios que a internet proporciona para a interatividade entre as pessoas, o Twitter é uma ferramenta que vem se destacando entre os internautas, sobretudo no meio jornalístico. Seu uso tem se tornado comum pelos veículos de informação, empresas e instituições, entre outros, e no estado do Tocantins há um expressivo destaque nos portais de notícias. Buscou-se por meio desse estudo, “O uso do Twitter no jornalismo tocantinense: análise de @robertatum”, identificar como este novo microblog está sendo adotada por um site de notícia do Tocantins, para isso se faz necessário entender o que é o Twitter, webjornalismo e como se constrói o processo de comunicação por meio deles.

Este estudo se divide em cinco etapas de estudos entre o mês de março de 2010 e fevereiro de 2011, sendo revisões bibliográficas, diário de pesquisa do perfil - @robertatum (endereço no Twitter) em dois períodos (entre maio/junho e outubro/novembro) além de dados da página na internet da jornalista Roberta Tum – [www.robertatum.com.br](http://www.robertatum.com.br) (endereço no portal), entrevista com responsável do objeto em estudo, sistematização de dados, por fim, apresentação de resultados.

O objetivo da pesquisa é identificar qual a relação entre o portal e os seguidores do Twitter, observando as usabilidades propostas pela ferramenta e as formas adequadas de se fazer jornalismo, segundo estudos teóricos.

## 2. O Jornalismo

Para se ter um claro entendimento como a produção jornalística tem se aplicado por meio do Twitter<sup>3</sup>, primeiro entenderemos como ocorreu o desenvolvimento do jornalismo. Adotou-se como base de estudo o pensamento do doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, Mauro Wilton de Sousa (ECA/USP). Em uma palestra para estudantes de jornalismo no Espaço Cultural CPFL em São Paulo (2006)<sup>4</sup>, ele descreve sobre as quatro fases da imprensa, o papel do jornalismo e da esfera pública<sup>5</sup>. Referindo-se aos estudos de Habermas, Baudrillard, Adorno, Horkheimer, entre outros, Sousa (2006) fala “como uma imprensa que nasceu opinativa, fomentadora da esfera pública, acabou se modificando e ‘mantendo’ essa esfera pública”.

A primeira fase é nomeada como a “Imprensa de opinião”. Esta fase sintetiza a principal motivação do jornalismo, que é a disseminação da informação e criação de ambiente propício para esfera pública. Segundo Sousa (2006) a imprensa não possuía interesses econômicos e agia de forma independente e o grande acontecimento da época foi o surgimento da prensa gráfica no início do século XIX, pouco depois da Revolução Francesa. Ainda segundo o autor, a segunda fase se caracteriza pelos interesses econômicos da imprensa, fazendo com que o jornalismo perca a sua identidade, que era imprensa de opinião, passando a vender ideia e não mais propagá-la. A busca por lucros foi a porta de entrada da propaganda no mundo do jornalismo. Tais mudanças traçam as primícias do fim da esfera pública.

Devido aos desenvolvimentos tecnológicos, a terceira fase do jornalismo se inicia juntamente com surgimento das novas mídias Sousa (2006), tais incrementos proporcionam mei-

---

<sup>3</sup> Twitter é um serviço de microblog gratuito com um limite para cada “tuite” (postagem, publicação) de 140 caracteres, onde o “tuiteiro” (ator social) pode ser identificado pelo pseudônimo cadastrado, pelo seu avatar (foto escolhida para o perfil) e pela descrição, (FERREIRA, 2010, p.13). O mesmo é conhecido como rede social.

<sup>4</sup> Palestra em DVD “Jornalismo Sitiado”; Módulo: “Dos meios de comunicação de massa às gerações públicas generalizadas”, apresentado por Mauro Wilton de Sousa.

<sup>5</sup> Segundo Costa Bisneto (2008), denomina-se “Esfera Pública” como espaço no qual os assuntos públicos são discutidos pelos atores públicos e privados.

os para o jornalismo buscar a grande massa, e assim deixa de ser veículo de informação somente local. Complementa o autor, a imprensa passa a trabalhar num conceito de ideologização das massas sob o interesse comercial de difundir e expandir a indústria cultural, ou seja, as novas mídias, passando a ser guiada pelos interesses do marketing e o capital da publicidade. A esfera pública deixa de existir.

O marco da quarta e última fase do jornalismo se inicia com a entrada das diversas instituições no mundo midiático: Estado, empresas, organizações, igrejas, etc., passam a se interessar em ter espaço no mundo das novas mídias (imprensa, rádio e TV), buscando se colocar generalizadamente na sociedade, por meio de suas idéias e defesas de interesses. Sousa (2006) acrescenta que a imprensa passa a ser uma pluralidade de interesses, a argumentação fica dispersa dentro desse pluralismo. Algo que também afeta é a globalização, o capital da imprensa agora é globalizado:

O papel da imprensa hoje, onde esta está inserida dentro de um contexto de uma sociedade pós-moderna capitalista e economicamente globalizada, dentro de um mercado que não é apenas local ou nacional, é mundial. A imprensa hoje é o espaço do conflito, que reflete os conflitos típicos de uma sociedade globalizada, os conflitos raciais, étnicos, sociais e econômicos. (COSTA BISNETO, 2006, p.61).

A imprensa que já deixara de ser um espaço de argumentação, passa a ser o espaço da visibilidade da informação, só se veicula algo em busca de interesses, e não mais somente a reprodução de fatos, a liberdade torna-se limitada. Com toda essa transformação, a esfera pública passa a ser ofuscada, já que a mesma era identificada na imprensa opinativa, informativa e livre das disputas comerciais.

Ferreira (2010) ressalta que no final do século XX, exatamente na década de 60, surge uma esperança para a esfera pública, com o desenvolvimento da internet (World, Wide, Web), também conhecida por Web ou ciberespaço. Acreditou-se que era possível a interação no âmbito jornalístico, possibilitando o resgate da imprensa de opinião. A Web proporciona

vários meios para comunicação entre as pessoas, tais como os blogs, MSN, e-mail, entre outros, que são ferramentas disponíveis na rede para o processo de comunicação. Por ainda ser um espaço livre de qualquer tipo de coação, ou seja, livre acesso para todos, o blog<sup>6</sup> pode proporcionar o ressurgimento da esfera pública, “primeiramente usado por Jorn Barger, em 1997, para referir-se a um conjunto de sites que colecionavam e divulgavam links interessantes na Web.” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.28). Naquela época, 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 Blogger<sup>7</sup> lançado pelo norte americano Evan Williams da empresa Pyra.

Esses sistemas proporcionaram uma maior facilidade na publicação e manutenção dos sites, que não mais exigiam o conhecimento da linguagem HTML e, por isso, passaram a ser rapidamente adotados para os mais diversos usos. (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.28).

Além disso, a posterior agregação da ferramenta de comentários nos blogs também foi fundamental para a popularização do sistema. Vale lembrar como o jornalismo ganhou espaço no mundo Web, observando o posicionamento da imprensa na produção do jornal on-line (webjornalismo): “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 esse raciocínio de Monteiro, a pesquisadora em jornalismo on-line, Luciana Moherdauí destaca quando e quais as mídias brasileiras 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,

---

<sup>6</sup> 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).

<sup>7</sup> Software semelhante à ferramenta da empresa Pitas, que se transformaria no ícone de um conceito que revolucionaria a criação e postagem de páginas pessoais na Internet, (*Idem, ibidem*).



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).

Podemos cogitar no webjornalismo como a quinta fase do jornalismo, sendo conhecida como a era da digitalização da informação. O surgimento do jornalismo por meio dos weblogs, também conhecido como blogosfera, ele vem ao encontro da imprensa opinativa, pois o mesmo demonstra ser um canal de interação social sem restrições e de livre acesso a todos, pelo qual, todos os internautas podem expor suas idéias e debater assuntos com pessoas do mundo inteiro, principalmente na interação com os jornalistas na produção da notícia.

A aproximação do jornalismo com as redes de blogs 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). Sendo o jornalismo uma forma de esfera pública, passa a ser desenvolvido não apenas por profissionais da área, mas também por aqueles que transitam na rede. Quem expõe esse fato é a comunicóloga Beth Saad, que relaciona o papel do usuário com o valor da informação jornalística por meio da Internet. Saad (2003) menciona que o leitor (internauta), agora equipado com arsenal de informática e telecomunicações, tem o poder de selecionar conteúdos, informações, serviços, notícias que lhe interessam. Podendo distribuir ou não o conteúdo colhido. Os internautas passaram a ganhar espaço no mundo da interação digital, junto com jornalistas que também entram nesta nova era.

Alguns questionamentos surgem em torno dessa nova forma de repassar a informação aos leitores, como por exemplo, o problema do analfabetismo que é de extrema relevância, até hoje existem pessoas que sequer têm acesso à língua portuguesa. “Se muitas pessoas não têm acesso ao texto, também não têm ao hipertexto<sup>8</sup>, portanto ficam de fora da esfera pública conectada” (COSTA BISNETO, 2008, p. 196). Isso é algo que não só afeta o acesso à Internet,

---

<sup>8</sup> 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 20.01.2011.

mas todas as mídias que têm como base o texto. Porém mesmo com a exclusão digital (nem todos tem acesso ao hipertexto), ainda sim, pode-se dizer que a internet é uma mídia democrática, pois ela permite a comunicação de todos para com todos, ou seja, um caminho de duas vias.

### 3. Twitter e o Jornalismo

Twitter é um serviço de microblog criado para interatividade dos internautas, “A criação do Twitter tinha o objetivo inicial de integrar pessoas próximas – amigos, familiares, colegas de trabalho – num serviço que possibilitasse a comunicação e a conexão entre elas por meio da troca de mensagens rápidas” (AGUIAR, 2009, p. 3). No entanto, o Twitter acabou se tornando uma rede social. Desde seu surgimento, esta ferramenta passou por alguns aprimoramentos até o seu estado atual, se tornando um site<sup>9</sup>. Este canal de comunicação manteve a ideia inicial proposta pelos seus criadores, que é manter pessoas informadas sobre os acontecimentos de qualquer lugar do mundo em tempo real, já antecipa o tema adotado pelo site “Compartilhe o que está acontecendo neste momento, em qualquer lugar do mundo”<sup>10</sup>.

Com espaço para 140 caracteres, o “tuiteiro”<sup>11</sup> (ator social) pode ser identificado pelo pseudônimo cadastrado, ou seja, seu avatar<sup>12</sup> e pela descrição em sua “Bio” (biografia ou perfil do usuário). Este tuiteiro tem a possibilidade de comentar e saber o que está acontecendo no mundo inteiro de forma instantânea, por meio da função Tweet<sup>13</sup> que integra o tuiteiro com seus contatos - seguidos (following) e seguidores (followers), formando assim sua rede social.

---

<sup>9</sup> Portal do Twitter, [www.twitter.com](http://www.twitter.com).

<sup>10</sup> 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”, Tas et al. (2009).

<sup>11</sup> O uso da terminologia anglo-saxônica advém do fato de o site ainda não ter uma versão própria em língua portuguesa. Mas os usuários brasileiros já têm aportuguesado termos como *tuiteiro* e *tuitar*, que significam, respectivamente, usuário do Twitter e ação de postar no Twitter.

<sup>12</sup> Imagem pessoal ou criada, juntamente com perfil, representa a identidade de cada membro da rede social.

<sup>13</sup> Postagem conhecido popularmente como “post”, no Twitter é chamado de Tweet, dito popular “tuitar”.

Quando agregado no Twitter as ferramentas e site suportes criados de forma independente, por usuários ou empresas, surgem inúmeras funções e possibilidades de seu uso:

Existem aproximadamente 11 mil aplicativos [A cada dia surgem novos aplicativos para o Twitter] criados a partir das possibilidades lançadas pela ferramenta original e pela crescente massa de usuários. Eles servem para fazer coisas que você não imagina que sejam possíveis, desde programas para acompanhar o Twitter nos diversos sistemas operacionais, em PCs [Abreviação para *Private Computers*, computadores particulares] e celulares, até soluções para vendas, condicionamento físico, diversão, notícias, compartilhamento de arquivos, produtividade, mapeamento de tendências, viagens, entre muitas outras alternativas. (SPYER, 2009, apud FERREIRA, 2010, p. 16).

Além desta várias possibilidades, o Twitter também pode ser reconhecido como *microblogging*, devido o parentesco de funcionalidades com os blogs “além dos blogs, surgiram os micro-blogs, [...], A principal ferramenta do gênero é o Twitter”. (ROSA; ISLAS, 2009, p.171).

Este artigo apresenta um estudo realizado sobre o uso do Twitter para fim jornalístico, ou seja, o uso do microblog como uma ferramenta a serviço do jornalismo contemporâneo, procurando mostrar como ela vem sendo adotado pelos veículos de comunicação como uma importante via de propagação da notícia. Grande parte da imprensa brasileiras 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 Onli-ne<sup>14</sup>, são exemplos de grandes imprensas brasileiras no mundo do Twitter. No Tocantins, portais de notícias como Cleber Toledo, Conexão Tocantins, O Girassol<sup>15</sup> também aderiram a esta nova forma de abordagem ao leitor, além desses, acrescenta-se o

---

<sup>14</sup> 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>.

<sup>15</sup> Respectivamente, Portal: <http://www.portalct.com.br>, endereço no Twitter: <http://twitter.com/portalCT>; Conexão Tocantins: <http://conexaoto.com.br>, endereço no Twitter: <http://twitter.com/conexaoto>; Portal: <http://www.ogirassol.com.br>; endereço no Twitter: <http://twitter.com/OGIRASSOL>.

---

“@robertatum”<sup>16</sup> que surgiu a partir do site de notícias da jornalista Roberta Tum<sup>17</sup> e que foi adotado como objeto de estudo deste trabalho apresentado.

#### 4. Portal Roberta Tum por meio do Twitter

De acordo com Tum (2010)<sup>18</sup>, o site Roberta Tum (RT) é um portal de notícias criado pela jornalista Roberta Tum em março de 2009, nascido de um blog ([www.blogdatum.com.br](http://www.blogdatum.com.br)) criado em 2008 para comentar as eleições municipais. Com sede na região norte da capital Palmas no estado do Tocantins, na época da pesquisa o site conta com oito integrantes na equipe de jornalismo.

No final de 2009 a fundadora do portal adotou um novo meio de chegar ao leitor, publicar as notícias do site por meio do Twitter. Tum (2010) conta que pelo fato de só trabalhar com notícias via web, se faz necessário o uso de todos os meios disponíveis na rede, assim se vê na obrigação de acompanhar o desenvolvimento de novas tecnologias. “Quem trabalha com a comunicação deve estar inserido nas novidades que surgem a todo instante” (TUM, 2010). A mestranda em Comunicação complementa, “Com o surgimento das novas tecnologias, surgem novas maneiras de se fazer jornalismo. Ambientes e ferramentas diversas podem vir a auxiliar no trabalho do jornalista” (ZAGO, 2009, p. 2).

Em um primeiro instante de nossa pesquisa, busca apontar como a rede social Twitter vem a ser usado pelo perfil “@robertatum”, observando as formas de construção de conteúdo adotado pelo mesmo. Mediante as possibilidades oferecidas por essa rede social, deve-se observar se esse meio é aproveitado para disseminação da informação ou apenas usado para aumento da audiência no site, ou seja, do veículo estudado.

---

<sup>16</sup> Endereço do site RobertaTum no Twitter, [www.twitter.com/robertatum](http://www.twitter.com/robertatum).

<sup>17</sup> Endereço do Site: [www.robertatum.com.br](http://www.robertatum.com.br).

<sup>18</sup> Entrevista cedida pela Roberta Tum no dia 17/12/2010 - Informação verbal.

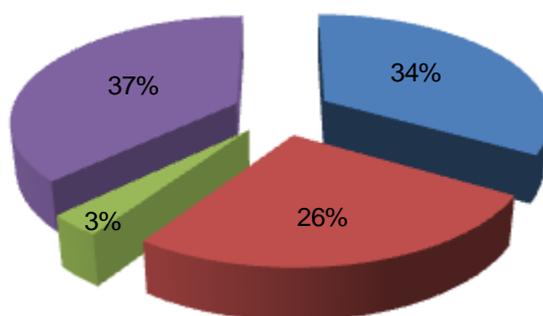
Na prática, adotou-se como base de estudo dados coletados na página do site e no perfil pesquisado, dividindo a coleta em dois períodos para comparação de valores. Nosso foco é estudar o perfil a partir de suas postagens. Em um apanhado geral tivemos os seguintes resultados que serão abordados no decorrer do trabalho:

Resumo dos dados coletados	Período de Coleta	
	1º	2º
<b>Tweets sobre Política</b>	128	99
<b>Tweets sobre Estado</b>	80	118
<b>Tweets sobre Município</b>	17	1
<b>Tweets em forma de comentário</b>	118	160
<b>(Following) novos seguidos</b>	4	5
<b>(Followers) novos seguidores</b>	162	190
<b>Máximo de tweet em um dia</b>	24	28
<b>Total Tweet</b>	343	378

*Tabela 1: Resultado de pesquisa do diário de campo*

No site, os conteúdos abordados se dividem em política, estado, cultura, entretenimento, entre outros. Segundo a Roberta Tum tudo o que está no site vai para o Twitter, a seguir a figura 1 apresenta a quantidade média dos temas presentes nos tweets nos dois períodos de pesquisa:

■ Política ■ Estado ■ Município ■ Comentário



*Figura 1: Média geral dos temas abordados no Tweets*

Em entrevista, Tum (2010) conta que o site aborda 70% do tema Política e as demais editorias (30%) trata de diversos assuntos relacionados ao Estado (concurso, saúde, economia, etc.) e Agenda Cultural. Já no Twitter esses percentuais não seguem a linha do site, como apresentado na figura 1 os comentários pessoais lideram a quantidade de tweets, isso ocorreu mediante ao aumento da comunicação entre a autora e os seguidores da primeira para segunda etapa da pesquisa, composto por diversos assuntos, Replies<sup>19</sup> e Retweets<sup>20</sup>, em um total de 118 e 160 comentários na primeira e segunda etapa de pesquisa respectivamente.

Houve um crescimento em torno de 450% na interatividade entre o @robertatum e o internauta, do primeiro para o segundo período de pesquisa, isso em comparação ao uso do Reply, onde na primeira etapa tiveram apenas 12 enquanto na segunda um total de 56, sendo 11 Reply em apenas um dia (22 de Outubro), essa interatividade ocorreu por meio de comentários e conversas pessoais da jornalista, fato que confunde os novos seguidores do perfil, já que o mesmo representa o site e foi usado para interação pessoal. Como contribuição para usabilidade do Twitter, em Julho de 2010 a jornalista adotou o iPhone<sup>21</sup>, podendo tuitar de

<sup>19</sup> Resposta pública a uma postagem, como um comentário de blog.

<sup>20</sup> Republicação de uma postagem.

<sup>21</sup> O iPhone é um *smartphone* desenvolvido pela Apple com funções de iPod, câmera digital, internet, mensa-

qualquer lugar, em qualquer instante. No segundo período do diário de campo o uso do iPhone representou nove comentários, cinco Retweets e sete Reply. Enquanto aos Retweets realizados por seus seguidores tiveram queda aproximando de 34% da primeira para segunda etapa, sendo 35 Retweets no primeiro período e apenas 12 no segundo, representando o aumento da interatividade.

Com relação à hora de “tuitar”<sup>22</sup> a idealizadora do portal conta que todas as notícias que estão no site são postadas no Twitter, ressalva que a todo instante surgem novas notícias, por isso não tem hora definida para as postagens. Segundo a pesquisa realizada sobre as postagens no Twitter, percebe-se que os tweets ocorrem de forma variada, não tendo um horário de pico, geralmente iniciando entre 8h e 9h da manhã e terminando por voltas das 18h e 19h, salvo algumas situações, como a seguir:

Tweets from @robertatum



@robertatum  
Roberta Tum

Depois do programa eleitoral desta noite fiquei c a impressão q foram dois debates na Band: Um q a Dilma venceu, outro q foi o Serra..

11 Out via Mobile Web ☆ Favorite ↻ Retweet ↩ Reply

*Figura 2: Tweet realizado 11 de outubro*

Tweet realizado na noite do dia 11 de outubro de 2010 às 22h06, um comentário sobre um debate político ocorrido na televisão, “Tudo que está no site vai para o Twitter, mas todo instante surgem novidades. Não tem hora para acabar, a qualquer instante podemos postar notícias depende das novidades” (TUM, 2010). A quantidade máxima de tweets em um dia

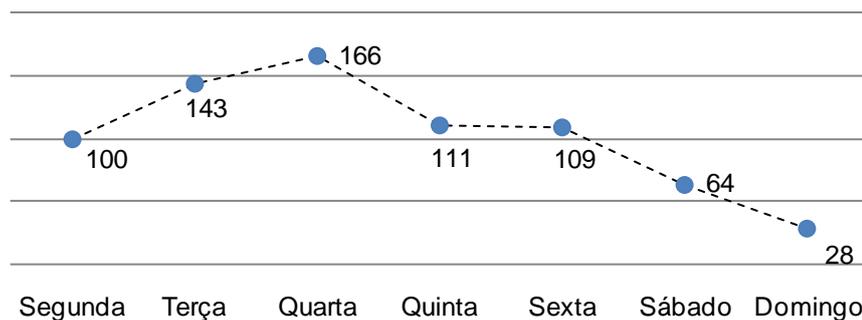
gens de texto (SMS), entre outros. Fonte: <http://www.apple.com/br/iphone/>.

<sup>22</sup> Usuários brasileiros adotam esse aportuguesamento *tuitar* - ação de postar no Twitter, devido o site ainda não ter uma versão própria em língua portuguesa.

foram 24 postagens no primeiro período de pesquisa e 28 no segundo, respectivamente nos dias 26 de Maio e 22 de Outubro.

Com relação aos dias da semana em que ela mais tuita, a pesquisa aponta que o dia de quarta-feira tem maior incidência de tweets, a maior audiência nesse dia de semana ocorreu especificamente em três datas 26 de Maio, 2 e 9 de Junho, tratando respectivamente do processo de cassação movido pelo partido Democratas (DEM) no Tribunal Regional Eleitoral do Tocantins, contra o deputado Paulo Roberto, por ter se desfilado do partido para filiar-se no Partido da República (PR), já nos dois dias do mês de Junho a grande quantidade de tweets repercutia o julgamento do Supremo Tribunal Federal contra os cargos de comissão contratado pelo governo do Tocantins, onde a ministra Carmém Lúcia conclui seu relatório pelo julgamento da inconstitucionalidade da lei tocaninense, para cargos comissionados.

A pesquisa ainda aponta que nos dias de domingo, a quantidade de tweets se reduz consideravelmente, chegando à zero em algumas datas.



*Figura 3: Quantidade de tweets em cada dia da semana, somando os períodos de pesquisa.*

Em entendimento ao resultado apresentado acima, questionou se é fixado um dia específico da semana para uma quantidade maior ou menor de postagem: “No sábado trabalhamos



---

normalmente, plantão no final de semana só para matérias excepcionais. Numa redação pequena, sacrifica muito a equipe manter alguém trabalhando no domingo.” (TUM, 2010).

Sobre a forma de postagem a jornalista diz, “Eu faço a maior parte dos comentários pessoais. Mas para não perder tempo, o pessoal posta às chamadas de matérias com os links.” (TUM, 2010). Enquanto aos internautas que seguem o Twitter do site, foi perguntado se existem estratégias para conseguir novos adeptos, “Não fazemos campanha para conseguir novos seguidores, Apenas alimentamos a rede, os novos seguidores vão surgindo naturalmente [...]” (TUM, 2010), nos dois períodos de pesquisa o perfil @robertatum teve um crescimento de 352 novos seguidores, sendo 162 na primeira etapa e 190 na segunda.

Já sobre o site, Tum (2010) conta que entre maio e novembro de 2010, principalmente no período eleitoral ele teve mais de 3 milhões de acessos, já comparando a média de acesso antes do mês de maio com a quantidade do mês de dezembro, onde houve 1 milhão e 700 mil acessos, o número de leitores dobrou, ou seja, entre maio e novembro o número de leitores aumentou consideravelmente, principalmente pela cobertura política. Quando questionada se o Twitter é o principal canal para esses novos leitores do site, a entrevistada responde que, “Hoje ele é uma das principais portas de entrada para o site, não é a única, mas é a principal, até porque tem gente que fica conectado no site o dia inteiro.” (TUM, 2010). O que fica evidente na pesquisa é que para obter mais audiência no site, levam-se os seguidores do Twitter ao portal por meio dos links colocados nos tweets, modifica-se ou não o título da notícia que é usada na hora de tuitar para chamar atenção do leitor, assim ocorre no @robertatum, “Quem muda as manchetes na hora de postar sou eu. Altero por que gosto de fazer comentários sobre o tema, quando é matéria polêmica. Acho que estimula a leitura.” (TUM, 2010). Nos dois períodos de pesquisa se obtiveram os seguintes resultados:

Títulos acompanhados de Link	Período de pesquisa	
	1º	2º
Título da notícia do site igual ao postado no Twitter	132	127
Título da notícia do site diferente ao postado no Twitter	75	58
<b>Total</b>	207	185

*Tabela 2: Tweets acompanhado de Links do .*

Os títulos das notícias seguidos de links que foram postados no @robertatum tiveram uma variação do primeiro para o segundo período de coleta de dados. No primeiro instante foram postados 207 tweets, já no segundo foram 185 postagens usando links que levariam o internauta ao site. Vale destacar a segunda etapa, sobre os links precedidos de tweets diferentes dos títulos das notícias do site. Além de a interatividade estar ganhando espaço, o fator ambiental proporcionou as mudanças ocorridas, nesse caso os comentários feitos pela jornalista em decorrência as eleições de 2010.

## 5. Considerações finais

A realização deste trabalho visou identificar como se faz o processo de produção de informação em ambiente digital, a construção de conteúdo no microblogs e como o jornalismo vem encarando as transformações digitais. A priori é visível que as constantes transformações tecnológicas influenciam diretamente o jornalismo, porém criam possibilidades para o ressurgimento da imprensa opinativa, ou seja, o jornalismo que se obstina apenas a disseminação da informação e criação de ambientes propício para a esfera pública, como descrita no início desse artigo.



Neste estudo realizado observa-se que no Tocantins ele é usado como via de reprodução de outro espaço midiático, além de ser uma forma de elevar a audiência do site por meio dos seguidores que clicam nos links disponíveis nos tweets. Como visto no perfil @robertatum, o Twitter é usado para divulgação das notícias que estão no site e ao mesmo tempo levar o leitor para sua página pelo meio dos links que são postados nos tweets. Essa rede social pode possibilitar a criação de diversas estratégias jornalística, desde sua produção até a interatividade do leitor para construção da notícia. Sendo assim, o uso das redes sociais para produção de notícias, possibilitam criar novos questionamentos que podem ser abordados em estudos futuro, como por exemplo, seria possível a criação de conteúdos específicos do jornalismo para o Twitter, o uso do próprio Twitter para produção de pautas, entre outros.

A discussão aqui proposta é de caráter preliminar. Novos estudos se fazem necessários para melhor compreensão do uso do Twitter para produção jornalística, ou se ele pode ser adotado como uma ferramenta que contribui para o fortalecimento do jornalismo opinativo.

### **Bibliografia**

- AGIAR, L. F. D. **Twitter, Celulares e Jornalismo: Mídias Móveis no Processo Informativo**. Curitiba: [s.n.], 2009.
- AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDOS, Sandra.; **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- COSTA BISNETO, P. L. D. O. **Internet, Jornalismo e Weblog: a Nova Mensagem Estudos contemporâneos de novas tendências**. São Paulo: Tese de Mestrado, 2008. 365 p.
- FERREIRA, R. T. **O Twitter como ferramenta de comunicação organizacional**. RP em revista, Bahia, p. 29, Fevereiro 2010. ISSN 1809-1687.
- INTERACTIVE, T. **Tudo o que você precisa saber sobre o Twitter (você já aprendeu em uma mesa de bar)**. [S.l.]: Creative Commons, 2009. 110 p.
- LANDOW, G. P. O Hipertexto. **Site da Universidade de Brasília**. Disponível em: <<http://vsites.unb.br/fac/ncint/site/parte31.htm>>. Acesso em: 22 Dezembro 2010.



Sociedade Brasileira de Estudos  
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira  
de Iniciação Científica em  
Comunicação Social*

---

MOHERDAUI, L. **Guia de Estilo Web**. 2ª. ed. São Paulo: Senac Editora, 2007. 149 p.

**O jornalismo está em pauta**. Direção: Espaço Cultural CPFL. Produção: DVD Jornalismo Sitiado.  
Intérpretes: Espaço Cultural CPFL. [S.l.]: Log On Editora Multimídia. 2006.

TUM, Roberta, **Entrevista com Roberta Tum**: depoimento. 17 de Dezembro, 2010. Palmas,  
Tocantins. Entrevista concedida ao acadêmico Alan Monteiro.

ZAGO, G. D. S. III Simpósio Nacional da ABCiber. **Informações Jornalísticas no Twitter**: redes  
sociais e filtros de informações, Rio Grande do Sul, p. 14, Novembro 2009.