



Twitter, Celulares e Jornalismo: Mídias Móveis no Processo Informativo¹

Laíza Felix de Aguiar²
Cláudio Cardoso de Paiva³

Universidade Federal da Paraíba

Resumo

A evolução tecnológica da telefonia e da informática possibilitou a conquista da mobilidade e de recursos multimídia em aparelhos portáteis. Os celulares – que hoje possuem capacidades avançadas, como câmera fotográfica e acesso à internet – são os protagonistas de uma tendência mundial da informação, capitaneada pelo uso dos microblogs como o Twitter. Ao acessar e enviar informações em textos, fotos e vídeos, os usuários do Twitter têm vivenciado a construção de um jornalismo colaborativo, cuja repercussão chamou atenção da mídia tradicional. Este artigo pretende comentar o uso jornalístico do Twitter tomando como exemplo a utilização do site na cobertura das eleições presidenciais no Irã, em junho de 2009, feita em sua maior parte pelos próprios cidadãos daquele país.

Palavras-chave

Twitter; mobilidade; jornalismo colaborativo; Irã.

Introdução

A busca pelo melhoramento da performance e o aumento da portabilidade tem norteado o desenvolvimento da informática desde o seu surgimento. Das grandes máquinas calculadoras que ocupavam salas inteiras, nos anos 1940, aos minúsculos *palmtops*, funcionais computadores de bolso dos anos 2000, a evolução foi espantosa.

Concomitante às inovações na área computacional, as telecomunicações também incrementaram seus produtos e serviços. A telefonia desenvolveu tecnologias em parceria com a informática, resultando em aparelhos móveis munidos de recursos multimídia – como câmera fotográfica, gravadores de áudio e vídeo –, acesso à Internet banda larga e troca de mensagens nos formatos SMS⁴ e MMS⁵, o que transformou os

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: laizafelix@gmail.com. Integra o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), pelo projeto “Modernização Tecnológica e Desenvolvimento Social. Um estudo das mídias digitais”, coordenado pelo Professor Dr. Cláudio Cardoso de Paiva.

³ Orientador da pesquisa PIBIC/UFPB/CNPq, Professor Associado I do Departamento de Comunicação e do PPGCOM/UFPB. Pesquisador em Mídias Digitais com o projeto “Modernização Tecnológica e Desenvolvimento Social. Um estudo das mídias digitais” e em Cinema e Televisão. Email: claudiopaiva@yahoo.com.br

⁴ *Short Messaging Service* ou Serviço de Mensagens Curtas, mensagens de texto – também conhecidas como torpedos de celular – cujo espaço permite o envio de até 140 caracteres por mensagem.

⁵ *Multimedia Messaging Service* ou Serviço de Mensagens Multimídia, mensagens sem a limitação de caracteres das SMS e com a possibilidade de anexar arquivos de mídia – imagens, áudio, vídeos, etc.



celulares em terminais computacionais miniaturizados. Assim, além de realizar chamadas telefônicas, os dispositivos móveis atuais permitem a produção de textos, fotos e vídeos, o compartilhamento desses arquivos com outras plataformas móveis e o acesso à web – tudo isso ao alcance da mão, em pequenos aparelhos portáteis que uma ampla parcela da população mundial carrega consigo para todos os lugares. Dessa forma, segundo Katz e Aakus (apud SANTAELLA, p.233), “o celular se insinuou nas capilares da vida cotidiana, alterando nossas formas de viver ao propiciar possibilidades de comunicação antes inexistentes”.

As práticas que antes eram unicamente ligadas aos computadores de mesa foram transportadas para esses aparelhos multimídia e possibilitaram a continuidade das relações antes estabelecidas apenas no ciberespaço⁶.

“Se olharmos para a direção certa, será possível detectar os primeiros sinais de comunidades virtuais que se distanciam dos *desktops* (...). É a chegada das comunidades sem-fio. A essência desses novos grupos tem um nome: mobilidade. (...) O essencial é poder estar ‘sempre ligado’ em qualquer lugar.” (COSTA, 2008, p.74).

A distinção entre *on line* e *off line* já não existe mais, pois a partir do momento em que a web está ao alcance da mão, disponível a qualquer momento e sob qualquer pretexto – informação, comunicação, entretenimento – não faz mais sentido falar em “entrar na internet” (SANTAELLA, 2007). Ao interagir remotamente com a web através de seus celulares, *palmtops* e *smartphones*⁷, as pessoas publicam textos, fotos e vídeos que são rapidamente acessados, (re)distribuídos, modificados e logo seqüenciados por outras informações igualmente aceleradas.

Diante de telas e teclados pequenos – manuseados entre uma atividade e outra, ou durante o deslocamento dos usuários pelos espaços – as interfaces tiveram que adaptar-se. Assim, o advento de sites de microblog⁸ contemplou a necessidade de acesso e produção de conteúdo a partir de dispositivos móveis.

O Twitter⁹ desponta como uma das interfaces mais populares desse tipo, permitindo a postagem através de mensagens enviadas pelo celular para o site com

⁶ Ciberespaço é um termo usado por William Gibson em seu livro “*Neuromancer*” (1984) apud LÉVY (1996, p.104) aponta que “o *ciberespaço* designa ali o universo das redes digitais como lugar de encontros e aventuras, terreno de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural”.

⁷ Em tradução literal, os “telefones inteligentes” são celulares com funcionalidades avançadas.

⁸ Microblog é uma versão simplificada do já conhecido blog, adaptada para o uso a partir de dispositivos móveis com acesso à internet.

⁹ www.twitter.com



textos, fotos, vídeos, músicas e links para outras páginas. A mobilidade dos aparelhos aliada às possibilidades que o serviço de microblog oferece tem fomentado o jornalismo colaborativo em tempo real, visto que muitos fatos têm sido reportados no momento em que acontecem via Twitter por pessoas comuns. É o caso, por exemplo, das eleições presidenciais no Irã, que mobilizaram não apenas os cidadãos daquele país, mas os usuários do Twitter ao redor do mundo todo, ao denunciar a repressão, as perseguições e as irregularidades do processo através não só do microblog, mas também de outros sites como o Youtube¹⁰ e o Flickr¹¹.

Este artigo pretende comentar o uso do Twitter como uma ferramenta a serviço do jornalismo contemporâneo ao aproveitar a mobilidade e a rapidez da veiculação das informações no site – que teve um aumento de 700% no número de acessos em apenas um ano¹² – tanto através do seu uso pela imprensa tradicional como pelos cidadãos comuns, dando margem ao jornalismo colaborativo e participativo.

Estrutura e funcionamento do Twitter

O Twitter é um site que contempla ferramentas de rede social e microblog criado em março de 2006 como um serviço interno da empresa Obvious, de Evan Williams, mesmo criador do Blogger, ferramenta que popularizou os blogs nos anos 2000. Foi lançado para o grande público em outubro do mesmo ano. Em abril de 2007, tornou-se empresa separada da Obvious sob o nome Twitter, Inc.

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 através da troca de mensagens rápidas que respondessem a uma simples pergunta: O que você está fazendo?¹³. De fato, já foi comprovado que a maioria das pessoas não responde a essa indagação. No estudo “Twitter: Expressions of the Whole Self, an investigation into user appropriation of a web-based communications

¹⁰ www.youtube.com, site de hospedagem gratuita de vídeos.

¹¹ www.flickr.com, site de hospedagem gratuita de fotos.

¹² Dados da comScore Inc., empresa que pesquisa dados relativos à internet, observados entre os meses de fevereiro de 2008 e de 2009. <http://www.comscore.com/blog/2009/04/twitter_traffic_explodes.html> Acessado em 08/04/2009.

¹³ Texto da página inicial do site Twitter: “Twitter is a service for friends, family, and co-workers to communicate and stay connected through the exchange of quick, frequent answers to one simple question: What are you doing?”



platform”¹⁴, Edward Mischaud comprovou que apenas 35% dos entrevistados responderam à pergunta. O restante postou conteúdos que ele classificou como:

“ ‘*Pessoal*’ (pensamentos e detalhes sobre a vida do usuário); ‘*Família/Amigos*’ (mensagens direcionadas a uma pessoa específica; sentimentos ou pontos de vista sobre outra pessoa); ‘*Informação*’ (informação e notícias); ‘*Trabalho*’ (referências ao local de trabalho, colegas, ou tarefas diárias); ‘*Conversa pequena*’ (compressão dos sub-temas ‘Comida’, ‘Cultura Popular’, e ‘Tempo’); ‘*Tecnologia*’; e ‘*Atividade*’ (eventos que acontecem ou tarefas completadas) e ‘*Miscelânea*’, formado por postagens inclassificáveis”. (MISCHAUD, 2007, p.21).

Isto acontece por que, como afirma Castells, “uma parte considerável das comunicações que acontecem em rede é, em geral, espontânea não-organizada e diversificada em finalidade e adesão” (CASTELLS, p.439). Ou seja, apesar de o Twitter ter sido criado com um objetivo específico, esse uso inicial foi “desvirtuado” para se adaptar às necessidades dos usuários.

Antes de prosseguir com este artigo, é preciso esclarecer que 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. É interessante pensar a criação desse vocabulário numa perspectiva histórica recente: há dez anos, os termos *blogueiro* e *blogar* pareciam difíceis de assimilar; hoje – com a consolidação do *blog* enquanto mídia digital – são palavras corriqueiras e compreensíveis.

Dito isto, também é importante prosseguir mediante a observação de que o Twitter é um site de rede social e não um tipo próprio de rede social. Assim como os demais sites que propiciam relacionamentos – como Orkut¹⁵, Facebook¹⁶, etc – o Twitter é mais um instrumento por meio do qual as pessoas reafirmam laços já existentes e também criam novas conexões, antes impossíveis em função da distância geográfica e outros complicadores. Entretanto, a rede social não é fruto da internet e do ciberespaço; é um fenômeno já existente que foi potencializado pelas possibilidades comunicativas que a tecnologia ofereceu. (CASTELLS, 2006).

¹⁴ “Twitter: Expressões do ‘Eu’ Completo. Uma investigação sobre a apropriação do usuário de uma plataforma comunicacional baseada na web”.

¹⁵ www.orkut.com

¹⁶ www.facebook.com



A princípio, o serviço de rede social no Twitter é construído através do mecanismo *follow* (seguir). Ao escolher um perfil para seguir e assim receber suas postagens, o usuário do site passa a dispor de ferramentas de interação: o *reply* (resposta pública a uma postagem, como um comentário de blog), a *direct message* (mensagem direta e particular) e o *retweet* (republicação de uma postagem).

Dentre os três recursos de interação do Twitter, o *retweet* é o mecanismo responsável pela disseminação de links e mensagens ao permitir a ponte entre redes diferentes. *Retuitar* significa receber uma postagem e republicá-la em sua própria rede, cujos contatos pertencem, simultaneamente, a outras redes e também podem *retuitar* a postagem recebida. Em seu blog, Alex Primo (2009) expõe algumas implicações desta ação: “Logo, um simples *retweet* pode não apenas ampliar o alcance de uma informação, mas também criar novas conexões, motivar debates a partir de uma perspectiva diferente, e até mesmo gerar uma ação coletiva em rede.”.

Essa mobilização que o Twitter pode gerar já é sentida, pois sua utilização a partir de aparelhos portáteis encaixa-se numa cultura global cuja integração com o celular é completa, como afirma Santaella:

“Eles (os celulares) são tão leves, uns verdadeiros mimos, vão para onde vamos, pequenos objetos de estimação, nos bolsos, nas bolsas, colam-se ao nosso rosto, e, por meio de protocolos simples de uma interface amigável, seus infinitos fios invisíveis nos põem potencialmente em contato com pessoas em quaisquer partes do mundo.” (SANTAELLA, p.232)

Aproveitando essa conexão mundial através dos celulares, o Twitter possibilita que, onde quer que esteja, qualquer pessoa possa informar sua rede sobre um acontecimento e essa nota, foto ou vídeo ser repassada para outras redes, alcançando repercussões não previstas e sendo capaz de se antecipar à própria imprensa, assumindo um papel informativo significativo. Mais do que nunca, a web se mostra como um celeiro de oportunidades para o jornalismo participativo – principalmente com as possibilidades que as mídias móveis como o Twitter oferecem.

O Twitter como ferramenta jornalística

A estrutura própria para a veiculação de mensagens multimídia curtas a partir de dispositivos móveis que o Twitter permite tem sido aproveitada largamente em vários



campos: da comunicação interpessoal e do compartilhamento de links à publicação de mensagens informativas sobre o clima, o trânsito e fatos noticiáveis como manifestações, prisões, acidentes e fenômenos naturais. Em seu trabalho “Apropriações Jornalísticas do Twitter”, Gabriela Zago especifica:

“Coberturas minuto a minuto, difusão de últimas notícias, informações sobre bastidores da publicação jornalística, envio de atualizações direto do local do acontecimento a partir de dispositivos móveis, entre outras, seriam algumas possibilidades de utilização do Twitter, que já vêm sendo postas em prática por organizações jornalísticas de todo o mundo.” (ZAGO, pag.5)

Fernando Firmino enfatiza o uso do microblog pelo jornalismo como uma forma de o veículo conseguir noticiar antes dos demais:

“Portanto, percebe-se que essa modalidade de blog, pelas características apresentadas, enquadra-se num perfil adequado para o uso jornalístico, que exige, mais que qualquer outra prática, o caráter do imediatismo e da atualização contínua em situações de cobertura de um evento (crises, acidentes, conflitos) em que está em jogo a competição pelo tempo real entre diversas mídias.” (FIRMINO, 2009, p.258).

Porém, não apenas a imprensa tradicional tem se apropriado das possibilidades comunicativas do Twitter. Cidadãos comuns têm utilizado o serviço para esses mesmos fins informativos, de maneira espontânea, oferecendo aos milhões de usuários em rede a notícia no momento em que ela acontece. Essas testemunhas oculares dos acontecimentos publicam voluntariamente seus depoimentos, fotos e vídeos, construindo um painel diverso e expressivo dos eventos reportados.

A rede de contatos estabelecida através do site – juntamente com o longo alcance que as mensagens podem atingir através do *retweet* – consegue chamar a atenção da opinião pública para alguns fatos. Por exemplo, em Fortaleza – CE, um grupo de blogueiros liderou uma campanha para mapear os buracos nas ruas da cidade¹⁷. A iniciativa contribuiu para o atendimento da demanda junto à prefeitura da cidade e, mais ainda, fomentou a continuidade da ação, prosseguindo com o registro dos buracos em foto e vídeo, além de localizá-los no Google Maps.

¹⁷ <<http://liberdade.blogueisso.com/2009/04/29/colaboracao-blogueiros-mapeiam-trechos-com-buracos-em-fortaleza/>> Acessado em 27/06/2009.



Em outros casos, como no Irã, o Twitter se mostra como uma alternativa à censura ditatorial do governo. Após a oposição contestar os resultados da eleição presidencial naquele país, a imprensa tradicional passou a sofrer restrições e jornalistas estrangeiros ficaram impedidos de fazer a cobertura dos protestos. O presidente reeleito Mahmoud Ahmadinejad foi acusado de fraudar a votação e alcançar o posto de forma ilegítima, o que levou o povo iraniano a se manifestar nas ruas e entrar em conflito com a polícia.

Fotos, vídeos e notícias desses eventos foram reportados via Twitter, Youtube, Flickr, Facebook e outros sites que, mesmo quando bloqueados pelo governo, continuam reportando os acontecimentos em Teerã. Nos Trending Topics¹⁸, a palavra #IranElections foi uma das mais utilizadas para sinalizar as mensagens relacionadas ao assunto. Milhões de usuários coloriram suas imagens de exibição com um filtro verde, demonstrando apoio à resistência do Irã. Até o próprio gerenciamento do microblog mudou o horário da manutenção do site para que os iranianos não ficassem impedidos de usar o serviço, já que o mesmo é uma “importante ferramenta de comunicação no Irã” nesse momento de tensão política¹⁹.

No texto “The API Revolution”²⁰, o jornalista norte americano Jeff Jarvis falou sobre a relação entre o Irã e o Twitter lembrando que o uso de novas mídias em situações de agitação política não é novidade. Como exemplos, ele cita o caso dos protestos articulados contra o presidente das Filipinas Joseph Estrada através de SMS e dos colombianos que utilizaram o Facebook na organização contra as FARC. Para Jarvis, “o Irã é apenas outro exemplo de pessoas se auto-organizando *online* por uma causa ou revolução. As pessoas vão se beneficiar da mais proveitosa tecnologia para servir às suas necessidades e causas”.

Essa observação não descarta a importância do microblog, apenas explica a ascensão do Twitter no cenário midiático atual. Juntamente com outros blogs e microblogs, sites de relacionamento e de hospedagem de fotos e vídeos, os blogueiros tem contribuído para que o mundo esteja informado sobre o que acontece no Irã, através dos próprios iranianos, já que a imprensa local e estrangeira está impedida de atuar formalmente.

¹⁸ Tópicos Tendência, seção da página do usuário do Twitter constantemente atualizada com os últimos 10 assuntos mais comentados nas mensagens, localizados através de palavras chaves precedidas do símbolo (#), as *hashtags*.

¹⁹ <<http://blog.twitter.com/2009/06/down-time-rescheduled.html>> Acessado em 28/06/2009.

²⁰ <<http://www.buzzmachine.com/2009/06/17/the-api-revolution/>> Acessado em 28/06/2009.



Mas isso não significa que o Twitter substituiu o jornalismo “completo” – aqui entendido como aquele não limitado a 140 caracteres e realizado (também) por jornalistas. “O Twitter não é uma fonte final de notícias em si mesmo tanto quanto a Wikipédia não é a única fonte de conhecimento. Mas é um tipo de serviço para jornalistas que então precisam fazer seu trabalho e reportar”, explica Jarvis.

Em cada época houve uma ferramenta que facilitou a articulação de movimentos e noticiou o que parecia impubescível. O Twitter, junto com outros sites de escoamento de conteúdo midiático, cumpre esse papel no Irã hoje. E mesmo com o bloqueio do acesso a essas ferramentas de comunicação pelo governo do país, os iranianos tem aproveitado os atalhos que a internet oferece – como os aplicativos e os links alternativos que levam ao Twitter, Facebook, Youtube e outros sites sem passar pelo endereço oficial – para continuar publicando seu material.

Nesse contexto, o uso do celular certamente foi o maior facilitador no dribble à censura, tanto que até os aparelhos viraram alvo de apreensão nas ruas de Teerã. O resultado das eleições favoreceu a situação, que venceu a disputa num contexto turbulento e pouco claro. Mas os blogueiros, tuiteiros e internautas – mais do que nunca – estão em plena atividade defendendo o direito à liberdade de expressão e comunicação. As eleições presidenciais no Irã em 2009 já são um marco na utilização do Twitter como uma ferramenta de jornalismo colaborativo e de resistência política tanto ao noticiar quanto ao articular as ações da oposição contra o governo do país.

Considerações Finais

A incorporação do celular ao dia a dia de uma parcela crescente da população mundial fez sua utilização se expandir do relacionamento interpessoal ao jornalismo colaborativo em potencial, devido às funções multimídias cada vez mais avançadas dos aparelhos – e, principalmente, do acesso à internet. Este último fomentou o desenvolvimento de interfaces adaptadas ao uso em formato mínimo, os microblogs, sendo o Twitter um dos mais populares.

O que as pessoas estão fazendo de posse dessas ferramentas está repercutindo no mundo todo, a exemplo das eleições presidenciais iranianas, onde o Twitter tem uma participação importantíssima. As informações sobre os acontecimentos naquele país têm chegado ao restante do mundo prioritariamente através desse site e de outros, como o Youtube, o Flickr e o Facebook. Acessados pelo celular e enviando através dele textos,



imagens e vídeos, cidadãos comuns têm reportado o que os jornalistas foram impedidos de mostrar.

Com a internet e as mídias móveis, os próprios internautas conseguem espalhar a notícia de forma eficiente através de suas redes em face da enorme popularidade e capilaridade desses meios. Em matéria para o Observatório da Imprensa²¹, Carlos Castilho diz que “o repórter não pode mais ignorar a participação dos informantes e amadores na coleta de informações, na mesma medida em que os consumidores de informações precisam do jornalista profissional para checar dados e confirmar rumores”. Assim, é importante pensar a colaboração do público e a função do jornalista no processo informativo, visto que esses dois papéis estarão cada vez mais presentes no processo da produção de notícias, o qual está sendo visivelmente transformado pela introdução de ferramentas como o Twitter em sua rotina.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura; vl.1. São Paulo: ED. Paz e Terra, 2006.

COSTA, Rogério da. **A cultura digital**. São Paulo: Publifolha, 2008.

FIRMINO, Fernando. “Moblogs e microblogs: jornalismo e mobilidade” in **Blogs.Com**: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999; ____ **O que é virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

MISCHAUD, Edward. **Twitter: Expressions of the Whole Self**. An investigation into user appropriation of a web-based communications platform.
<http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/mediaWorkingPapers/MScDissertationSeries/Mischaud_Final.pdf> Acessado em 08/04/2009

PRIMO, A. **Dossiê Alex Primo** (blog)
<http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2009/04/06/o_poder_do_retweet_em_redes_sociais/> Acessado em 08/04/2009.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

²¹ <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=2&id={9EBAD99E-BBF4-40BB-8DC8-05A05D665D63}> Acessado em 28/06/2009.



RECUERO, R. “Discutindo redes sociais e jornalismo na Internet.” In: site Jornalistas da Web .
<<http://www.jornalistasdawebsite.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=3801>> Acessado em 08/04/2009.

TAS, Marcelo. **O Twitter já revolucionou a informação** (Entrevista a Ana Freitas). In: LINK
– Blog do Jornal O Estado de S. Paulo, 05.07.09.
<http://blog.estadao.com.br/blog/link/?title=entrevista_com_tas&more=1&c=1&tb=1&pb=1>
Acessado em: 08.07.2009

ZAGO, Gabriela. **Apropriações Jornalísticas do Twitter: A Criação de Mashups.**
<<http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Gabriela%20da%20Silva%20Zago.pdf>>