



MICROBLOGS - A NOVA FERRAMENTA INTERATIVA DA GERAÇÃO "Y":

Um Estudo de caso do pijamão listrado do “tio” Bonner¹

Maíra de Cássia Evangelista de Sousa²

Timóteo Ricardo da Silva Lopes³

Universidade Federal do Pará - UFPA

Resumo

As novas plataformas sociais na internet estão reorganizando as relações da sociedade. O artigo a seguir tem o objetivo de discutir a evolução das ferramentas de interação social na web 2.0, a partir do surgimento dos microblogs, como o Twitter. A febre mundial se tornou a nova mídia da geração "Y", através do conteúdo colaborativo e participativo on-line. Para comprovarmos esta tendência, vamos fazer um estudo de caso do twitter do "tio" Bonner, um dos jornalistas e formadores de opinião mais respeitados e influentes do Brasil que aderiu à tecnologia e a nova "moda digital".

Palavras-chave: Internet; web 2.0; twitter; microblogs; "tio" Bonner.

Introdução

As relações sociais estão se modificando com a emergência da internet e das plataformas sociais. O artigo a seguir tem o objetivo de discutir a evolução das ferramentas de interação social na web 2.0, com o surgimento dos microblogs, como o Twitter. Uma ferramenta que com um conteúdo colaborativo e participativo tornou-se febre mundial, principalmente, pela geração "Y". Para comprovarmos esta tendência, vamos fazer um estudo de caso do twitter do "tio" Bonner, um dos jornalistas e formadores de opinião mais respeitados e influentes do Brasil que aderiu à esta tecnologia e a nova "moda digital".

Para a realização deste artigo, foi realizada uma pesquisa netnográfica. O artigo dividido em quatro capítulos. No primeiro, foi feita uma contextualização sobre o surgimento da Internet e das redes sociais. Em seguida, fala-se sobre o aperfeiçoamento da web, e principalmente do surgimento das novas ferramentas que ela disponibiliza, como por exemplo, os microblogs. Na terceira parte deste artigo, é feita uma

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

²Graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pela Universidade Federal do Pará - UFPA. É produtora e repórter da TV Cultura-PA. E-mail: jornalista.maira@gmail.com

³Graduado em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pela Universidade Federal do Pará - UFPA. É produtor e editor da TV Cultura-PA. E-mail: timoteo.ricardo@gmail.com



apresentação do microblog Twitter, explicando como ele funciona, de que forma é usado e principalmente mostrando como esse conteúdo colaborativo e participativo passa a ser utilizado pela geração “Y”. Por fim, é feita uma análise do twitter do jornalista e apresentador de um dos maiores telejornais brasileiros: Willian Bonner.

2 O boom da Internet e o surgimento das redes sociais

A internet originou-se em 1969, quando a Advanced Research and Projects Agency (ARPA) uma organização norte americana focada na pesquisa de informações para o serviço militar criou a Arpanet, uma rede de computadores com uma tecnologia revolucionária de transmissão de telecomunicações, a comutação por pacotes. Assim, havia uma conexão entre as bases militares de forma descentralizada, ou seja, cada computador detinha uma parte da informação. No caso de um ataque ao sistema, não seriam perdidas todas as informações.

Com o fim da Guerra fria, os militares concederam o uso dessa rede às comunidades científicas e posteriormente às universidades norte-americanas. Em pouco tempo, outras universidades espalhadas pelo mundo já estavam usando a Arpanet. Até o fim da década de 1970, a Arpanet se expandiu de tal forma, que o seu protocolo de comutação por pacotes, o Network Control Protocol (NCP) tornara-se ineficiente por possuir um número limitado de máquinas que poderiam estar conectadas.

Em 1986, a NSF (Fundação Nacional de Ciência) desenvolveu uma rede, chamada de NSFNET, conectando os pesquisadores dos EUA por meio de grandes centros de informática e computadores.

Nos anos 1990, a maioria dos computadores do Estados Unidos já tinham capacidade de se conectar à rede. Pois anos antes, ainda na década de 1980, o Departamento de defesa decidiu comercializar a tecnologia da Internet, financiando a fabricação de computadores com a tecnologia TCP/IP. Isso lançou os alicerces para a difusão da interconexão em redes. Em 1995, a NSFNET foi extinta, abrindo caminhos para a operação privada da Internet. (Castells, 2003, p.15).

Em 1990, Tim Berners Lee propôs o World Wide Web (WWW), um sistema hipertexto para documentação de projetos. Porém, foi Ted Nelson, que em 1963, pensou em um hipertexto de informação. Em 1993, foi criado o browser Mosaic, o primeiro navegador com interface gráfica.



Embora a internet tivesse começado na mente dos cientistas da computação no início da década de 1960, uma rede de comunicações por computador tivesse sido formada em 1969, e comunidades dispersas de computação reunindo cientistas e hackers tivesse brotado desde o final da década de 1970, para a maioria das pessoas, para os empresários e para a sociedade em geral, foi em 1995 que ela nasceu. (Castells, 2003, p.19).

No Brasil, a Internet surgiu nas universidades em 1991 com a RNP (Rede Nacional de Pesquisa). Em 1994, a Embratel iniciou o serviço comercial de acesso à Internet. No ano 2000 surgiram provedores de acesso gratuitos, como o IG. Em 2001, chegou a conexão Banda Larga, via-satélite. Em 2004, a conexão sem fio à Internet (wireless) torna-se mais comum.

Segundo dados, da Nielsen//NetRatings, da ITU, e de outras fontes, publicados no site www.internetworldstats.com⁴, de 2000 à 2008 o número de usuários de Internet no Brasil cresceu 900% .

Até praticamente a década de 1990, a Internet era usada apenas no meio acadêmico. Com a difusão comercial da Internet, ela passa a conectar pessoas de todos os lugares do mundo, e se transforma em uma nova forma interativa para troca de informações. E com essa rede sem fronteiras, globalizada e instantânea surgem as Redes Sociais:

Da mesma forma que uma rede de computadores é um conjunto de máquinas conectadas por cabos... Uma rede social é um conjunto de pessoas (ou organizações, ou entidades sociais) conectadas por relações sociais, como amizades, trabalho conjunto ou intercâmbio de informações (GARTON et al., 1997 apud MEDEIROS⁵)

As redes sociais são formadas a partir da interação entre seus membros, que criam comunidades de atividade ou interesse que não podem ser entendidos ou estudados a partir somente de sua estrutura. Pois o uso dessas métricas nem sempre consideram todos os aspectos sociais (cultura, discurso, ideologias) de uma determinada rede.

Nós só poderemos entender o impacto social do desenvolvimento das novas redes de comunicação e do fluxo de informação, se pusermos de lado a idéia intuitivamente plausível de que os meios de comunicação servem para transmitir informação e conteúdo simbólico a indivíduos cujas relações com os outros permanecem fundamentalmente inalteradas. (...) O uso dos meios de comunicação implica a criação de

⁴ Latin American Internet Usage Statistics. INTERNET WORLD STATS, Usage and Population Statistics. Disponível em <<http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>>. Acesso em 16 out. 2008.

⁵ MEDEIROS, Luciano F. Tendências em Tecnologias de Comunicação: Aula 2. Ano: 2010. Disponível na plataforma AVA UNINTER.



novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com os outros e consigo mesmo. Quando os indivíduos usam os meios de comunicação, eles entram em formas de interação que diferem dos tipos de interação face a face que caracterizam a maioria dos nossos encontros quotidianos. Eles são capazes de agir em favor de outros fisicamente ausentes, ou responder a outros situados em locais distantes. De um modo fundamental, o uso dos meios de comunicação transforma a organização espacial e temporal da vida social, criando novas formas de ação e interação, e novas maneiras de exercer o poder, que não está mais ligado ao compartilhamento local comum.” (THOMPSON, 1998, p.14)

Com a criação da web 2.0 e da web semântica, no início do século XXI, a comunicação em rede está cada vez mais interativa, proporcionando um maior compartilhamento de informações entre os usuários.

Segundo uma pesquisa⁶ da Nielsen divulgada em março deste ano, as Redes Sociais com maior número de usuários no mundo são: Facebook, MySpace.com, Twitter.com, LinkedIn e Classmates Online. Só o Facebook, possui 400 milhões de usuários no mundo inteiro. Ainda segundo a pesquisa, o Brasil ficou na sexta posição quanto ao tempo médio gasto por cada pessoa com as redes sociais. A pesquisa verificou também um crescimento de 30% do público das Redes Sociais no último um ano⁷ (ver Figura 1):

⁶ Itália e Facebook dominam redes sociais, segundo Nielsen. **Meio Bit**. Disponível em: <<http://meiobit.com/39261/italia-e-facebook-dominam-redes-sociais-segundo-nielsen>> Acesso em 26 mai. 2010.

⁷ Global Audience Spends Two Hours More a Month on Social Networks than Last Year. **NielsenWire**. Disponível em: <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/global-audience-spends-two-hours-more-a-month-on-social-networks-than-last-year/>> Acesso em 28. mai 2010

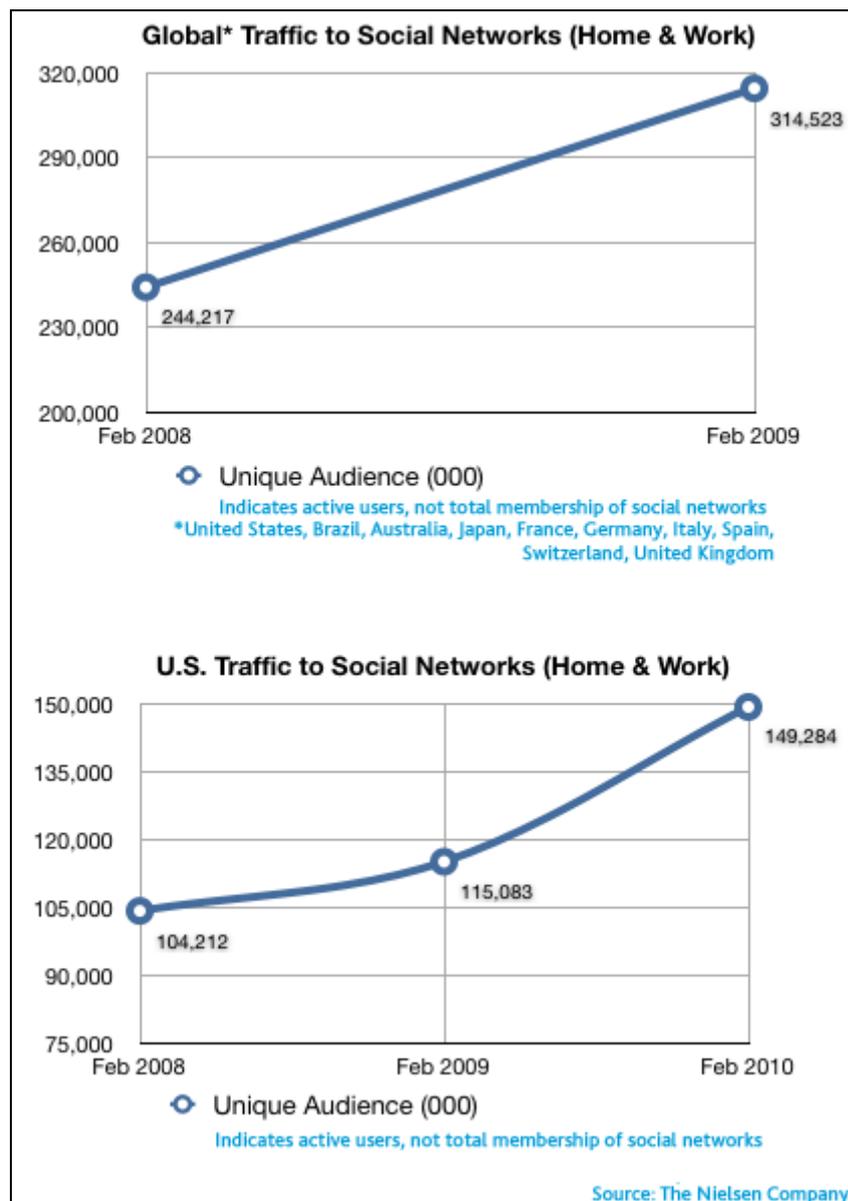


Figura 1: Crescimento do número de usuários de Redes Sociais

3 Web 2.0 e a evolução dos Microblogs

A web 2.0 facilitou o acesso à produção e à distribuição de conteúdos na Internet, além de criar uma nova lógica de consumo no ambiente hipermídia, através da colaboração em massa (todos-todos), na qual a reputação do indivíduo dentro das diversas plataformas sociais de entretenimento disponíveis na web proporciona prestígio e status “social”, de acordo com a credibilidade que cada um dispõe dentro do meio.



Com as novas ferramentas da web, cada vez mais os usuários são produtores de conteúdo e formadores de opinião. Um dos principais causadores disso são os blogs e os microblogs:

A chegada dos blogs contraria os que viam na web apenas um foco de proliferação de identidades simuladas (...) Eles são uma nova forma de publicação on-line, propõem ao contrário uma autêntica representação de seus autores. Assim, o que não era possível na correria dos chats e na confusão dos fóruns (porque esses sempre exigiram uma luta contínua para desatar o emaranhado de comentários...), agora é possível com os blogs, onde alguém pode construir seu espaço diária e cumulativamente, e conversar a partir de certo ponto de vista, de sua zona iluminada. (DA COSTA, 2003, pag. 78-79)

O termo blog surgiu em 1999, como uma abreviação de weblog. Segundo Zago (2008), “o blog mais antigo ainda na ativa é o Scripting News, de Dave Winer – no ar desde abril de 1997”. Com a popularização da ferramenta eles passaram a ser usados como um diário virtual. Os microblogs foram criados a partir dos blogs, eles seguem a mesma lógica, no entanto, as mensagens são menores, e a ferramenta mais dinâmica:

Um microblog parte da idéia de um blog (atualizações em ordem cronológica inversa, possibilidade de comentários e trackbacks, blogroll), mas apresenta como singularidade o fato de que é adaptado para postagens de tamanho reduzido. A idéia é que haja uma maior facilidade de integração com outras ferramentas digitais, como celular e outros dispositivos móveis. (ZAGO, 2008).

Uma das plataformas que ganha cada vez mais destaque na indústria do entretenimento on-line é o Twitter⁸, um microblog onde é possível “seguir” ou “ser seguido” por outros usuários:

4 O Twitter: a nova moda.

“What’s happening?
(O que você está fazendo?)”
(Twitter, 2010)

Uma simples pergunta para números que impressionam. O Twitter já é utilizado por mais de 120 milhões de usuários em todo o planeta, o que representa, em termos

⁸ O Twitter surgiu em 2006 e foi criado pela empresa Obvious. A ideia inicial era criar uma ferramenta on-line em que se pudesse enviar e armazenar breves atualizações do que os profissionais da empresa estavam fazendo, através de SMS, por isso o limite no número de caracteres. Mas, o Twitter só ficou mundialmente conhecido em 2007, após ganhar o South by SouthWest (www.sxsw.com), um dos mais importantes eventos relacionados a interatividade no mundo.



comparativos, a uma taxa média de crescimento populacional, algo em torno de 6 milhões. Por dia são postados 50 milhões de tweets (mensagens instantâneas); por segundo são 600. Baboseiras, opiniões, opiniões, conversas, divulgação de serviços, spams e notícias. Tudo é postado no twitter. O microblog permite ao usuário postar e/ou trocar mensagens de no máximo 140 caracteres, do mesmo tamanho de uma mensagem SMS pelo celular. Os brasileiros, já estão no 2º do ranking dos twitteiros (8,8%), perdendo apenas para os americanos (50,9%).

No Brasil, assim como em todo o mundo, empresas, marcas e celebridades passaram a utilizar a ferramenta para divulgação e interação com os usuários, gerando uma economia da colaboração, haja vista que como na web todos se comunicam com todos há uma troca constante de conhecimento possibilitando que o valor da informação aumente a partir da interação social. Mas, o que há de tão complexo nisso?

Segundo Bauman (2008) podemos entender que nessas novas redes de ninchos, o sujeito passa a ser visto como uma mercadoria, na qual o valor do “produto” está diretamente relacionado à reputação do próprio indivíduo/marca, afinal na atual “sociedade do consumo” em que vivemos, as necessidades de visibilidade e notoriedade são cada vez maiores. O que convém, pois então, é tornar-se vendável e visível:

A subjetividade do sujeito, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se em um esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável. (BAUMAN: 2008, p.20)

Para Bauman (2008), esse processo trata-se, na verdade, de um “fetichismo da subjetividade”, em que consumir significa existir e submeter-se as lógicas do mercado, ou seja, consumir e ser consumido:

Ninguém pode se converter em sujeito sem antes se converter em produto, e ninguém pode (...) preservar seu caráter de sujeito, sem ressuscitar, reviver e realimentar sempre, em si mesmo, as qualidades e habilidades exigidas de todo produto de consumo. (BAUMAN: 2008, p.25-26)

Dessa forma, as novas mídias sociais passam a ser utilizadas como ferramentas estratégicas de visibilidade e “poder” no ciberespaço, através de redes de ninchos, isto é, de grupos de relacionamento que têm interesses em comum, no mundo virtual, uma vez



que “a reputação on-line é fruto de trabalho e tempo dedicado ao grupo, bem como a qualidade e confiabilidade desse trabalho”. (JENKINS: 2006, p.34).

A economia da colaboração na web é responsável pela construção de um capital social dentro das redes e plataformas virtuais e está baseada na teoria econômica da “cauda longa”, proposta em 2004, pelo físico Chris Anderson, que afirma que em função da popularização da internet há uma migração do comportamento cultural e econômicos dos hits para os ninchos. Para Anderson (2006), o surgimento desses novos mercados é possível pela democratização dos meios de produção, democratização dos meios de distribuição e ligação entre oferta e demanda, sendo assim qualquer pessoa pode vender sua “marca” ou seu “produto” na internet. No twitter observamos um comportamento similar, onde a reputação é um fator decisivo para se conseguir seguidores:

As pessoas confiam em pessoas iguais a elas, ou os pares confiam nos pares. As mensagens de cima para baixo estão perdendo a força, ao passo que as conversas de baixo para cima estão ganhando poder. Pessoas comuns são os novos formadores de preferência. (ANDERSON: 2006, p.97)

Visibilidade, reputação, popularidade e autoridade são características que influenciam na construção do capital social na atual economia da colaboração, através do tradicional marketing tradicional, boca-a-boca. No twitter essa comunicação é feita por meio de reply, listed, ou DM (Direct Messages):

A capacidade de explorar a inteligência dispersa de milhões de consumidores para que as pessoas encontrem o que lhes é mais adequado está determinando o surgimento de todos os tipos de novas recomendações e de métodos de marketing, atuando basicamente como os novos formadores de preferências. (...) a propaganda boca-a-boca amplifica a manifestação da terceira fora da cauda longa: explorar o sentimento dos consumidores para ligar oferta a demanda. (ANDERSON: 2006, p.55; p.105)

O Retweet (RT), por exemplo, é uma ferramenta do twitter utilizada para a republicação de mensagens postadas por outro (s) usuário (s), que confere as características acima citadas ao “twitteiro”, afinal:

A primeira motivação para se retuitar, é retransmitir uma informação que você considera relevante para o seu grupo de seguidores. Com pouco esforço – na verdade, quase nada – você pode prestar um serviço importante para eles. Por cortesia, aquele que repassa a mensagem,



credita o usuário que a enviou incluindo o nome dele ao texto. (SPYER: 2009, p.28)

O twitter adquiriu um caráter informacional. Assim, é importante observarmos que a exposição pública no microblog pode possibilitar a construção de um capital social on-line para qualquer tipo de público: desde pessoas comuns, marcas, empresas, políticos, cantores, atletas, celebridades e formadores de opinião, entre outros, com fins específicos para cada um desses grupos.

Uma pesquisa⁹, realizada em 2009, no Estados Unidos, pela empresa Cision e a Universidade George Washington revelou que nove em cada 10 jornalistas utilizam diariamente weblogs e páginas de redes sociais na internet antes de iniciar uma reportagem, entrevista ou artigo. O levantamento tomou como base uma amostra de 400 jornalistas profissionais da grande imprensa americana. Cerca de 43% dos entrevistados afirmou medir a repercussão do seu trabalho pela quantidade de seguidores no twitter.

No Brasil, o uso do microblog também tem se tornado uma nova ferramenta para a maioria dos profissionais da comunicação. Mas, não somente para a publicação de notícias. É o caso do jornalista William Bonner, editor-chefe e apresentador de um dos telejornais de maior audiência do país: o Jornal Nacional, da Tv Globo.

5 Estudo de caso: O pijamão listrado do “tio” Bonner

BOA NOITE!
11:58 PM Feb 28th via Echofon

No twitter, para uma “tropa” de mais de 540 mil seguidores, ele ficou conhecido como o “tio” Bonner. Depois de ouvir há mais de 10 anos o “boa noite” grave e em tom sério no Jornal Nacional, saber que um dos apresentadores de maior credibilidade e respeito do telejornalismo brasileiro usa um “pijamão listrado” pra dormir pode parecer um pouco estranho. Mas, nem tanto. Mais estranho talvez seja ver o próprio “pijamão listrado” no background (plano de fundo da página do twitter) do @realwbonner.

De um jeito “brincalhão” e informal, bem diferente do William Bonner que todos costumam ver na televisão, o “tio” Bonner utilizou o microblog nos últimos meses para mostrar mais do que notícias:

⁹ Jornalistas usam cada vez mais blogs e redes sociais como fonte informativa. **Carlos Castilho (Código Aberto)**. Disponível em <<http://carloscastilho.posterous.com/jornalistas-usam-cada-vez-m-ais-blogs-e-redes>> Acesso 28 mai 2010



@naoehamor O amor não deixa suas pernas bambas, nem sua mão úmida e fria. O nome disso é uísque “on-the-rocks”. O amor é outra coisa.
5:16 PM Mar 3rd via TwitPic

Alô? Doutor? Sou eu, desculpe a hora. É que aquela sensação voltou, sabe? Aquela, de estar sendo seguido. Por umas quatrocentas mil pessoas.
10:57 PM Mar 4th via Twitter for iPhone

Puuuuuuuutzzzz! Meia noite e meiaaaa! Boa noite! Boa noite procêis tudo! Ocêis é show!!! Mas o tio precisa drumi!
12:29 AM Mar 5th via Twitter for iPhone

Olha a patroa no SPORTV!
10:04 AM Mar 5th via web

Nada não. É que a combinação da gravata com a camisa ficou tão boa que periga ninguém prestar atenção às notícias. Modestamente. Muahahahaha
7:05 PM Mar 5th via web

Sobre minha camisa: é a versão diurna e social do pijamão que ostento orgulhosamente na “home” como background.
7:14 PM Mar 5th via web

Sobrinhos, não dá mais. Os cílios de cima estão se juntando aos de baixo. Amanhã a gente se fala. O tio vai horizontalizar o esqueleto.
12:34 AM Mar 6th via Echofon

Tropa, hoje o tio tá meio assim. Melhor horizontalizar esqueleto e idéias. Terapia do pijamão para pensar em como a gente não é nada. Nada.
11:23 PM Mar 29th via Echofon

Nos últimos “tweets”, a exposição pública, do jornalista foi notória. No twitter, os seguidores ajudaram o “tio” a escolher a gravata para apresentar o JN, ficaram sabendo sobre as travessuras dos trigêmeos, as inúmeras histórias de viagens pelo mundo, dos dias em que o “tio” ficou doente em casa e acompanharam coberturas jornalísticas importantes, como o desmoronamento do morro no Bumba, no Rio de Janeiro:

Ontem, depois do JN, esperamos na emissora até às 10 da noite para tentar voltar pra casa. Mas não foi suficiente. Tivemos que parar na Lagoa.
7:32 AM Apr 6th via Echofon

Entramos num restaurante para fazer hora. E, depois, conseguimos chegar em casa às 11:50 da noite. E ao som do despertador, hoje, descobrimos
7:33 AM Apr 6th via Echofon

Que não daria pra levar as crianças à escola.. Tudo parado na cidade. Mortes em morros. Gente que não conseguiu chegar em casa desde ontem.
7:35 AM Apr 6th via Echofon



mmorenario @realwbonner Tio! Minha irmã saiu d ks, em botafogo, ontem às 22h e ainda não conseguiu chegar na kzinha dela na Tijuca. Ela tá de carro.

7:37 AM Apr 6th via web in reply to realwbonner

Retweeted bt realbonner and 30 others

Se você mora no Rio: fique em casa. Escolas cancelaram aulas. A defesa civil precisa que as ruas estejam livres de carros.

7:38 AM Apr 6th via Echofon

audemus @realbonner Minha irmã ainda não conseguiu chegar em casa... saiu ontem a noite do trabalho... está ilhada num posto de gasolina!

7:43 AM Apr 6th via web in reply to realwbonner

Retweeted bt realbonner and 35 others

Uma edição que termina com uma criança linda, meiga, doce e assustada chamada Laura Beatriz me faz lembrar por que escolhi essa profissão.

10:01 PM Apr 8th via web

Fátima chegou de Niterói. Falei dos comentários que inundaram minha home. Disse que #Bernardes virou TT. Ela agradece. Muito. Bora pra casa.

10:14 PM Apr 8th via web

No dia 03 de março de 2010¹⁰, uma surpresa para o “tio”. Bonner e a cantora Ivete Sangalo foram dois dos vencedores do Shorty Awards, prêmio que “homenageia os melhores produtores de conteúdo em tempo real no Twitter”. Concorrendo na categoria Jornalista, Bonner empatou com a colega Rachel Maddow, da MSNBC:

Putz! To no aniversario do Zico e o @rodrigobocardi me diz que eu ganhei!

10:16 PM Mar 3rd via Echofon

Poxa, gente! Obrigado! Mesmo! Que coisa maluca! Que turma Maluca

10:17 PM Mar 3rd via Echofon

Se eu disser que fiquei sem palavras (nem caracteres) vocês acreditam? Eu jurava que não venceria, por não fazer jornalismo aqui. Mas...

10:32 PM Mar 3rd via Echofon

O prêmio é de todos os sobrinhos que votaram e que curtiram ver o âncora sério brincando com o pijamão listrado e consultando o doutor..

10:36 PM Mar 3rd via Echofon

De fato, o que menos o “tio” Bonner fez no microblog foi falar sobre jornalismo. Ao comentar sobre o twitter em uma entrevista ao canal GNT, Bonner relatou que ingressou na rede de microblogs inicialmente apenas para acompanhar as notícias e

¹⁰ Desempenho no Twitter rende 'prêmio' a William Bonner e Ivete Sangalo. **IDG NOW**. Disponível em <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2010/03/04/desempenho-no-twitter-rende-premio-a-william-bonner-e-ivete-sangalo/>> Acesso 28 mai 2010



depoimentos sobre o Irã, e depois para promover o lançamento do seu livro: “Jornal Nacional – Modo de Fazer”, e percebeu a facilidade para manter contato com os telespectadores:

Para alguns seguidores é estranho ver toda aquela seriedade do JN quebrada por um homem brincalhão, humano e tão comum como qualquer outro. (William Bonner, em entrevista ao GNT, abril/ 2010)

No dia 29 de abril de 2010, após diversos relatos da rotina estressante do fechamento do JN, de problemas de saúde, das horas sem dormir durante a madrugada usando o twitter, além das cobranças médicas, o “tio” Bonner decidiu se despedir dos seguidores:

Senhoras e senhores, 140 caracteres ou mais de sua atenção para o agradecimento mais profundo e sincero do Twitter (worldwide).
6:23 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Pelas risadas e sorrisos silenciosos que me proporcionaram, pelas manifestações de carinho que aglutinaram seguidores e me revigoraram.
6:25 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Pela paciência com que aguardaram desfechos de histórias intermináveis desse tio floder assumido – e pelas amizades construídas aqui...
6:27 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Digo MUITO, MUITO OBRIGADO! De verdade e de coração.
6:29 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

E, então, me despeço: até breve, até logo, até já. Divirtam-se com juízo. Mas divirtam-se, que é pra isso que esse troço serve, afinal.
6:34 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Peraí. Voltei. Mas é rapidinho.
7:56 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

É que já pesquei pelo menos 3 teorias conspiratórias entre as mensagens. E são ridículas, como costumam ser as teorias conspiratórias.
8:06 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

O twitter é um universo absurdamente cativante. Quem não se viciou que me dismintá. E eu mergulhei nisso intensamente. Salto ornamental.
8:13 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Em 10 meses, mostrei aqui uma face que só amigos, colegas mais próximos conheciam. Expus isso em muitas entrevistas. E me expus, brincalhão.
8:16 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Quem não gostou me deu unfollow. Quem gostou me deu o prêmio de melhor do mundo e meio milhão de sobrinhos. Mais isso teve seu tempo.
8:18 AM Apr 29th via Twitter for iPhone



Experimentei o twitter num intervalo de minha vida profissional: depois de escrever um livro, antes da trabalhadeira danada de 2010.

8:20 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Agora teremos Copa e Eleições – e vocês não imaginam o quanto isso nos absorve a cada 4 anos. E hoje, quinta, estou onde? Alguém palpita?

8:22 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Estou deitado na cama, bolsa de água quente nas costas, medicado com corticóides, sem condições de sair de casa. Algum palpite porquê?

8:26 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Simplesmente não tenho cumprido o protocolo de exercícios prescrito em outubro de 2007 para me proteger de uma hérnia discal. Falta de tempo.

8:31 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Hoje, deitado nesse quarto, dores terríveis, vi que não há como protelar a retomada dos exercícios. E não há como retomá-los assim. E daí?

8:35 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

E daí que tenho que abrir mão de alguma coisa. Não será da minha família, não será do meu trabalho. Sobrou o tempo do twitter....

8:38 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Fátima se diverte comigo aqui. A Globo entendeu meu twitter como algo saudável. Trabalhamos juntos na ajuda a Niterói, por exemplo. Então?

8:43 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Esqueçam teorias conspiratórias. Divirtam-se muito. E torçam, os já saudosos, para que o tio consiga voltar depois dos desafios de 2010.

8:46 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Estão todos guardados no meu chip reservado a experiências inesquecivelmente ricas e prazerosas. Inté, tropa! Tenhamos todos BOAS NOITES.

8:48 AM Apr 29th via Twitter for iPhone

Como podemos observar, o jornalista William Bonner utilizou de forma correta o twitter na construção de um capital social on-line. Com mais de meio milhão de seguidores, o “tio” conquistou visibilidade, reputação, popularidade e autoridade no microblog.

O caso do pijamão listrado do “tio” Bonner nos leva a refletir sobre o jornalismo e o entretenimento nas plataformas sociais. Jornalismo é jornalismo; entretenimento é entretenimento? Especialistas da comunicação garantem que não necessariamente. “Limitar a idéia de informação a noticiário sugeriria que os que as pessoas aprendem dos divertimentos não tem conseqüências importantes para os significados que elas constroem e que atuam ou se baseiam em sua socialização”, avaliam Melvin DeFleur &



Sanda Ball-Rokeach (1976). Para eles, é enganoso afirmar que notícias são informações e entretenimento, não.

6 Considerações Finais

É importante levarmos em consideração que as redes sociais são também fontes jornalísticas, uma vez que, as opiniões desde as mais especializadas até as mais leigas podem sim gerar notícia. No caso, das plataformas de redes sociais, como o twitter essa discussão é mais ampla e complexa.

No caso, do “tio” Bonner, por exemplo, não há a criação de um “personagem”, mas sim a desconstrução de uma imagem meramente televisiva. A forma bem divertida e humorada, na qual o jornalista se apresenta no twitter (no caso na web, ao contrário da tv), não traz danos à sua imagem, pelo contrário ajuda no fortalecimento dela.

Referências bibliográficas

ANDERSON, Chris. **A cauda Longa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BALL-RO, Sandra & DEFLEUR, Melvin: **Teorias da Comunicação de Massa**. Editora Jorge Zahar, 1976.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

COSTA, Rogério da. **A cultura digital**. 2ª Ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

DESEMPENHO no Twitter rende 'prêmio' a William Bonner e Ivete Sangalo. **IDG NOW**. Disponível em < <http://idgnow.uol.com.br/internet/2010/03/04/desempenho-no-twitter-rende-premio-a-william-bonner-e-ivete-sangalo/> > Acesso 28 mai 2010

GLOBAL Audience Spends Two Hours More a Month on Social Networks than Last Year. **NielsenWire**. Disponível em: < <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/global-audience-spends-two-hours-more-a-month-on-social-networks-than-last-year/> > Acesso em 28. mai 2010



INTERNET Usage Statistics. **Internet World Stats: Usage and Population Statistics.** Disponível em <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>. Acesso em 16 out. 2008.

ITÁLIA e Facebook dominam redes sociais, segundo Nielsen. **Meio Bit.** Disponível em: <<http://meiobit.com/39261/it-lia-e-facebook-dominam-redes-sociais-segundo-nielsen>>. Acesso em 26 mai. 2010.

JENKINS, H. **Convergence culture, when old and new media collide.** New York: New York University Press, 2006.

JORNALISTAS usam cada vez mais blogs e redes sociais como fonte informativa. **Carlos Castilho (Código Aberto).** Disponível em <<http://carloscastilho.posterous.com/jornalistas-usam-cada-vez-m-ais-blogs-e-redes>> Acesso 28 mai 2010

LATIN American Internet Usage Statistics. **Internet World Stats, Usage and Population Statistics.** Disponível em <<http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>>. Acesso em 16 out. 2008.

MEDEIROS, Luciano F. **Tendências em Tecnologias de Comunicação: Aula 2.** Ano: 2010. Disponível na plataforma AVA UNINTER.

REALWBONNER. **Twitter.** Disponível em <<http://twitter.com/realwbonner>> Acesso 28 mai 2010.

SPYER, Juliano; FERLA, Luiz A; PAIVA, Moriael; AMORIM, Fabiola. **Tudo o que você precisa saber sobre Twitter** (você já aprendeu em uma mesa de bar) - Um guia prático para pessoas e organizações. Disponível em <www.talk2.com.br/geral/baixe-o-guia-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-twitter> Acesso 28 de mai 2010

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Ed. Vozes. 1998

ZAGO, Gabriela da Silva. **Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características.** Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>> Acesso em 28 mai 2010