



Uma Análise do *Twitter* como ferramenta informativa no jornalismo móvel.¹

Ana Maria de Sousa PEREIRA²

Jitana Sara da Cunha CARDINS³

Antônio Roberto Faustino da COSTA⁴

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

Resumo

O avanço das novas tecnologias gera na sociedade alternativas para se obter e divulgar informações de maneira instantânea. Com, isso é fundamental discutir a contribuição que a internet traz em relação a comunicação, através das mais diversas ferramentas, dando destaque ao *Twitter* (*microblog*), alvo da nossa pesquisa. Pretendemos mostrar a contribuição dessa revolucionária rede social, que abre um grande leque de opções de suportes tecnológicos para o jornalismo móvel e propicia uma maior interação entre o público e o meio de comunicação.

Palavras-Chave: *Cibercultura; Ciberespaço; Blogosfera; Microblog; Twitter.*

Introdução

A atual sociedade em que vivemos é marcada por um tempo de novas tecnologias, em que a busca e transmissão de informações se tornou uma necessidade do ser humano. Os avanços tecnológicos contribuem, de forma notória, na democratização da informação e no gerenciamento de diversos assuntos.

Por meio do *ciberespaço*, a internet, que contem um universo de informações, se torna responsável por promover a interação entre os indivíduos, além de permitir a divulgação de informações e debate de opiniões através de meios como a blogosfera e o *Twitter*, ajudando na disseminação de dados jornalísticos.

Com a pretensão de analisar o avanço das revoluções tecnológicas, este trabalho tem o objetivo de discutir de que forma o *Twitter* contribui na disseminação da informação no jornalismo móvel.

Para estudarmos essa ferramenta, é necessário utilizarmos como fundamentação teórica autores como Lévy, Meireles, Castells, Hewitt, Carmo, Monthiel, entre outros,

¹ Trabalho apresentado no Intercom Junior no DT 1 – Jornalismo do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de Graduação do 3º ano do curso de Jornalismo da UEPB, e mail: anasousajornalista@hotmail.com

³ Estudante de Graduação do 3º ano do curso de Jornalismo da UEPB, e mail: jitana_cardins@hotmail.com

⁴ Orientador do Trabalho. Doutor em Educação. Professor do departamento de Comunicação Social da UEPB, e mail: robertofcosta@uol.com.br



que tratam da temática e nos permitem entender através da relação público – meio de comunicação, a interação permitida na internet e os contribuintes desta, na área jornalística.

Pelo fato de utilizarmos a pesquisa documental, esta nos favorece a estabelecer o assunto segundo uma base teórica e com discussões a respeito do tema. Diante disso, pretende-se inicialmente, contextualizar de forma histórica, os avanços tecnológicos tendo como base a democratização da informação na *cibercultura* e no *ciberespaço*.

No segundo momento, buscamos analisar as novas tecnologias como ferramenta ativa no jornalismo, através da blogosfera, responsável por contribuir na propagação de informação na sociedade.

Em seguida, pretendemos mostrar o surgimento do Twitter como fator primordial no processo de democratização da informação, como se dá o uso desta ferramenta no atual jornalismo móvel, e suas contribuições para este, o caracterizando como um novo fazer jornalístico, que engloba diversos públicos.

1. A Democratização da Informação na Cibercultura e no Ciberespaço

Entre as décadas de 1960 e 1990 aconteceu o surgimento, a evolução e a disseminação da Internet no mundo inteiro. Primeiro os únicos que tinham acesso eram os militares, à época da Guerra Fria, nos Estados Unidos. Depois a comunidade acadêmica começou a receber tal privilégio. A partir daí, foram feitas as primeiras ligações internacionais, na década de 1970. Em seguida, no final dos anos 80, início dos anos 90, começaram a surgir serviços como a World Wide Web (WWW) que viabilizaram a transmissão de imagens, som e vídeos pela rede.

A partir de então os computadores, a internet, as novas tecnologias e as facilidades de todo esse conjunto foram se infiltrando e se tornando indispensáveis no cotidiano das sociedades. O que antes só podia ser feito presencialmente, como pagar uma conta, comprar um objeto, ou até mesmo conversar com alguém, passou a ser feito dentro de casa, sem locomoção alguma, simplesmente com um clique.

As pessoas se acostumaram com a comodidade de que essa nova cultura dispõe. O fato de não precisar mais se deslocar e perder o precioso e cada vez mais escasso tempo é a grande vantagem dessa nova cultura, definida como *Cibercultura*.



De acordo com Pierre Lévy, o termo *Cibercultura* é um neologismo e é definido por ele como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos, de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o *ciberespaço*” (LÉVY, 1999, p.17). “*Cibercultura*” nasceu depois do surgimento do termo *ciberespaço*, criado em 1984 pelo escritor William Gibson para descrever, no romance *Neuromancer*, o mundo futurista em que se desenvolvia sua história. Para Lévy *ciberespaço* é “não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LÉVY, 1999, p.17).

A internet é um meio tecnológico que facilita a cada dia a vida das pessoas, onde apenas através de meios como o *modem* de conexão USB e um laptop podemos fazer uma conexão de qualquer lugar, seja em casa, escritório ou trabalho. Isso é o que chamamos de internet móvel. Com a ajuda desse dispositivo, o fazer jornalístico tomou outra configuração. No início a comunicação era feita de forma unilateral, na qual o receptor não tinha como opinar, rebater e até mesmo contribuir com a notícia. Com a evolução desse espaço, com a intensidade com que a sociedade se interessa e colabora, a comunicação se tornou uma via de mão dupla, onde o emissor e receptor tem contato e interação.

A possibilidade de obter registros de fatos jornalísticos por pessoas comuns incentiva as empresas de comunicação a criarem formas de aproveitar este material. Já que os dispositivos móveis podem ser usados por qualquer um para captar imagens de acontecimentos noticiosos. (CARMO, 2008, p.10)

Já aconteceram situações de pessoas que não são profissionais cobrirem um fato e serem a única fonte da imprensa, como no caso do “Ônibus 174”, acontecimento que ficou conhecido e recebeu um grande enfoque na época para o fato de ter sido gravado por pessoas que estavam presentes na hora do acontecido e que não eram jornalistas.

A influência das novas tecnologias é visível no cotidiano da sociedade, pois a qualquer momento alguém pode estar presenciando um momento histórico e tem a possibilidade de fazer parte dessa história. Grande parte da população tem consciência disso, por isso, não vivem mais sem seus acessórios tecnológicos, estando, mesmo que sem querer, sempre preparados para um eventual furo de reportagem.

2. As Novas Tecnologias como Suporte no Jornalismo Móvel



Com as novas tecnologias, as informações estão cada vez mais instantâneas. Partindo do princípio de que tudo aquilo que é atual hoje, se torna ultrapassado amanhã, fazemos parte de uma sociedade efêmera, na qual tudo é renovado com velocidade altíssima. Inclusive as informações. A partir desse pressuposto podemos notar que há um esforço de todas as partes em fazer essas informações chegarem à população de maneira rápida e com credibilidade.

Diante disso, os usos da linguagem através de novas técnicas vêm causando na sociedade alterações na forma de conhecer o mundo, de se relacionar com os outros, e contribui para representar o conhecimento através da interação, isso é o que se refere as novas tecnologias onde, com tantas informações veiculadas, principalmente pela internet, o conhecimento e a aprendizagem se tornaram realmente mais acessíveis. A velocidade e o baixo custo só contribuíram mais para que a internet se popularizasse.

Segundo Manuel Castells, vivemos uma verdadeira revolução tecnológica. Para ele, a história da vida pode ser tomada como “uma série de situações estáveis, pontuadas em intervalos raros por eventos importantes que ocorrem com grande rapidez e ajudam a estabelecer a próxima era estável” (CASTELLS, 2003, p.67). Ou seja, esse intervalo é a transformação de nossa “cultura material” por mecanismos de novos meios da tecnologia da informação, na qual surge uma nova era caracterizada como sociedade da informação, posteriormente como sociedade do conhecimento e atualmente como sociedade da aprendizagem.

Com o advento das novas tecnologias, as novas maneiras de repassar as informações surgiram e o jornalismo se apossou delas com muita propriedade. A internet muito contribui para isso, tendo em vista que, a partir do momento que alguém tem o equipamento necessário, torna-se possível o acesso à rede mundial de computadores, em virtude da criação da internet móvel, que pode ser acessada, por exemplo, do telefone celular.

Diferente de como era com a televisão, o sujeito deixa de ser um telespectador e passa a ser um usuário. Isso porque com a televisão a pessoa simplesmente assiste uma programação previamente estabelecida e depois faz um processamento das informações recebidas. Na internet o usuário tem a oportunidade de interagir com as informações, e pode chegar a mudá-las, interferindo no conteúdo ou na forma de dada mensagem.



Portanto podemos perceber que a internet é um meio que muito pode contribuir para a evolução da informação em meio às novas tecnologias. Com isso, Lévy explica

A principal tendência neste domínio é a digitalização, que atinge todas as técnicas de comunicação e de processamento de informações. Ao progredir, a digitalização conecta no centro de um mesmo tecido eletrônico o cinema, a radiotelevisão, o jornalismo, a edição, a música, as telecomunicações e a informática (LÉVY, 1997, p.102)

Além de ser um meio que disponibiliza inúmeras informações, o surgimento da internet fez com que meios de informação já existentes adquirissem novas características. Então, surge o que chamamos de jornalismo *online* ou jornalismo móvel, um novo fazer jornalístico.

O jornalismo *online* tem como objetivo divulgar as principais notícias aos internautas, e traz vantagens como a possibilidade de rever matérias, vídeos, e mais detalhes que tratem do assunto.

O jornalismo na atualidade está fazendo um uso intenso da mobilidade que muitas novas tecnologias oferecem. De onde o jornalista estiver ele pode entrar em contato com a sua redação e fazer o envio instantâneo de suas matérias através dos dispositivos móveis. Esse é um ponto que muito contribui para o desenvolvimento do jornalismo, pois traz mais dinamicidade, praticidade e, principalmente instantaneidade. Com essa facilidade o repórter consegue, em tempo recorde, fazer ir ao ar um fato que acabou de acontecer, os chamados furos de reportagem.

O ambiente móvel de produção é a estrutura que é transportada para os lugares onde os repórteres estão. De onde eles noticiam tudo fazendo uso de conexões sem fio e equipamentos tecnológicos, dentre eles celulares, *smartphones*, *pendrives*, *notebooks*, câmeras, gravadores digitais e modems móveis.

Com o desenvolvimento do jornalismo móvel e das tecnologias móveis, muitas pessoas que não são da área jornalística estão fazendo uso desses dispositivos e em alguns momentos auxiliam as empresas vendendo aquilo que coletam através de imagens, gravações ou fotos feitas por seus celulares, câmeras digitais, etc. Os próprios jornais *online* estão se aproveitando desse recurso e abrindo espaço para que o internauta publique seu material.

A sociedade tem ansiedade de divulgar seus pensamentos, opiniões, fatos do cotidiano e busca por meio da internet, uma maneira de se fazer ouvir e ver. Além das oportunidades existentes nos jornais *online*, os internautas também usam outros meios



informativos como *blogs* e *websites*, que tem o objetivo de divulgar idéias e adquirir informações.

3. A Blogosfera na Revolução da Informação

A partir da necessidade de transmitir e buscar informações, os avanços tecnológicos, principalmente na área da comunicação, contribuíram para a propagação da informação na sociedade. A internet é um meio que propicia uma revolução na comunicação, através de um universo de informações como a blogosfera, nome dado a toda comunidade de *blogs* presentes nesse meio e que são responsáveis por divulgar e transmitir ideias.

Ao analisarmos, um breve contexto histórico, podemos verificar que a expressão ‘*weblog*’ foi criada no dia 17 de dezembro de 1997, por Jorn Barger. A abreviação ‘*blog*’ teria surgido apenas em maio de 1999, quando Peter Merholz decidiu passar a pronunciar *weblog* como ‘*wee-blog*’, ou apenas ‘*blog*’.

O termo *blog* é uma versão reduzida da palavra “*weblog*”, correspondente a tradução das palavras “*Web*”, que vem de *World Wide Web* (rede de alcance mundial), e “*log*” (diário de bordo). Juntas indicam um espaço, onde é possível registrar informações sobre diversos temas, sejam eles, pessoais, políticos, religiosos, entre outros. Diante disso, Hugh Hewitt, apresenta o seguinte conceito

Blog é a contração da expressão inglesa *weblog*. *Log* significa diário, como o diário de um capitão de navio. *Weblog*, portanto, é uma espécie de diário mantido na internet por um ou mais regulares. Normalmente apenas um, algumas vezes dois ou três, raramente mais de três (HEWITT, 2007,p.9)

Com isso, os *blogs* são ferramentas simples e de fácil compreensão que permitem a atualização rápida de textos ou artigos chamados de “*post*” (postagem), a que se referem à publicação de diversos assuntos.

A partir dessa característica, o *blog* foi conquistando os internautas que passavam a fazer uso do site. Através disso, as empresas passam a lançar *softwares* desenvolvidos para automatizar a publicação em *blogs*, a exemplo do blogger, ferramenta atraente que apresentava facilidade na publicação do conteúdo.

Com a prioridade no conteúdo informacional, os *blogs* passaram a chamar a atenção das agências jornalísticas que começaram a publicar informações nesse veículo,



de forma que, prevaleciam as notícias com credibilidade, as quais eram postadas no momento do acontecimento. E assim, temos um novo modo de apresentar o jornalismo.

No intuito de transformar o perfil dos *blogs*, além de contribuir na divulgação de diferentes pontos de vista e encontrar textos através de mecanismos de buscas, o Blogger introduziu, no ano de 2000, o *permalink*, conhecido em português como ligação ou apontador permanente.

Os *permalinks* permitiam a cada publicação num *blog* uma localização fixa, uma URL⁵, que garantia que os blogueiros pudessem referenciar publicações específicas em qualquer *blog*, e através de *links* fazer ligações com outras fontes informacionais.

Além disso, o *blog* ganhou um aplicativo que permitiu qualquer internauta realizar comentários sobre as postagens, e dessa forma, tornou-se possível demonstrar sua opinião em relação à leitura. Esse processo promoveu a democratização da publicação, de forma que passou a existir uma maior interação entre os leitores e escritores.

Popularmente conhecidos, os *blogs* transformaram-se em *microbloggs*, com novas ferramentas que potencializaram a disseminação da informação. A primeira vez que se ouviu falar em *microblogging* foi em 17 de junho de 2002, quando a americana Natalie Solent postou em seu *blog* que faria apenas uma curta postagem (*microblogging*), devido às tarefas que ela teria que desempenhar naquele dia, e por isso estava tão apressada. Com isso, surge o chamado *Twitter*, considerada a mais nova revolução tecnológica na comunicação.

4. As Ferramentas do *Twitter*

O *Twitter* é uma plataforma de *microblogging* que permite que seus usuários recebam e enviem mensagens de até 140 caracteres (*tweet*). Cada pessoa recebe os *tweets* em sua página inicial (*home*) em tempo real, somente dos usuários que segue. A ferramenta ganhou forte popularidade em todo o mundo, pelo fato de ser, não apenas uma forma de entretenimento, mas também por ser um veículo de discussões que promove debates, divulgação sobre as mais diversas temáticas e atualmente vem contribuindo na rapidez da veiculação de informações jornalísticas.

⁵ Endereços virtuais ou links **Universal Resource Locator*, em português Localizador Universal de Recursos



Criado em março do ano de 2006, pelo desenvolvedor de *software* americano Jack Dorsey, em parceria com Evan Willians e Biz Stone, o Twitter dispõe de várias funções que auxiliam no seu uso. Ao responder a pergunta/slogan “*What’s happening?*” (“O que está acontecendo?”) o usuário compartilha opiniões, acontecimentos e até mesmo fatos do seu cotidiano com seus seguidores. Se um *tweet* lhe chamar a atenção, trazer identificação ou somente concordância, ele pode encaminhar (*retwittar* ou “dar RT”) para os seus seguidores, fazendo assim uma divulgação maior daquele fato, garantindo os créditos ao autor do *post*. Além disso, pode-se também responder postagens (*reply*), mencionar nomes de pessoas (*mention*) ou mandar uma *direct message* (mensagem direta ou DM) para se comunicar com alguém, ressaltando-se que apenas a última destas funções é dotada de privacidade e não é vista pelos outros seguidores.

Outro recurso disponível no *Twitter* é o *Trending Topics* ou TTs. É uma lista que reúne as palavras mais citadas do momento, em listas que se restringem por países e por algumas cidades, incluindo São Paulo, a única brasileira. Entram nessa lista os *tweets* que vêm acompanhados das *hashtags* (representadas pelo símbolo #). As *hashtags* determinam qual é o assunto da postagem. Quanto mais *tweets* forem publicados com aquela palavra, maior a possibilidade de ela ir para os *Trending Topics*, posição almejada por todos os usuários do *Twitter*. Portanto, é lá que são encontrados os temas mais comentados, revelando tendências e os assuntos que estarão em evidência na mídia naquele dia, ou até mesmo naquela semana.

Com base nas novas tecnologias, as mensagens postadas no *Twitter* podem ser enviadas através do computador, conectado à internet ou de dispositivos móveis, como *smartphones* (“telefone inteligente”), aparelhos celulares com propriedades de um computador, que permitem o acesso a internet, têm editor de texto, teclado igual ao do computador, entre outros recursos.

Outro serviço para melhorar a utilização do *Twitter* são os encurtadores de URL, que servem para diminuir o tamanho dos endereços virtuais ou links, diminuindo conseqüentemente o tamanho do *tweet* que leva o endereço daquele site. O [TinyURL](#), [is.gd](#), [moourl](#) são exemplos de encurtadores de URL, mas o mais utilizado por twitteiros do Brasil é o [Migre.me](#), que traz recursos como contabilizar quantas vezes o *link* foi clicado, quais foram mais *retwittados* e *twittar* diretamente do site do Migre.me.



Há também a possibilidade de se postar vídeos e fotos através de sites vinculados ao *Twitter* como o *Twitpic*⁶ e *Twitcam*⁷.

O acesso à ferramenta é feito não somente através da *web*, pode ser feito também por meio de clientes de gerenciamento, que variam de acordo com o dispositivo móvel ou sistema operacional do computador. Eles trazem praticidade na hora de desempenhar as atividades e um melhor aproveitamento do perfil. Numa lista de 299 clientes, a *web* é a primeira opção dos usuários, sendo usado por 18,51% dos *twitteiros*. Em segundo lugar, e primeiro entre os clientes, vem o *TeetDeck*, utilizado por 10,15% dos usuários, seguido do *Tweetie*, com 7,74%⁸.

5. *Twitter*: Uma Ferramenta para o Jornalismo *Online*

Com o intuito de divulgar as informações apuradas e ganhar popularidade entre seu público, muitos meios de comunicação estão fazendo uso do *Twitter*. Veículos como a Rede Globo de Televisão, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), suas afiliadas e seus respectivos jornais tem perfis na ferramenta e, além de manter o público atualizado com suas notícias, promove também enquetes e sorteios, como forma de atrair mais seguidores e mais olhares.

A veiculação e a disseminação da notícia através do *Twitter* é mais rápida do que por outros meios. Um *tweet* que contenha uma carga noticiosa é utilizado instantaneamente pelos meios de comunicação como pauta para uma nova matéria, o que dá ao *Twitter* um caráter jornalístico. A possibilidade de utilização de *links*, postagens de fotos e vídeos facilita a propagação dessas notícias.

A interação público-meio de comunicação aumentou consideravelmente com o uso do *Twitter*. Tivemos exemplos em que as primeiras notícias veiculadas sobre um fato foi através da ferramenta, como no “apagão” que aconteceu em novembro de 2009, deixando dez estados brasileiros sem energia, numa situação em que muitas pessoas estavam fora de casa e não conseguiam voltar, conectando-se à internet na rua mesmo, por meio de seus celulares. Ou, quando os veículos de comunicação não conseguiam ter acesso ao local dos desabamentos de encostas, que aconteceram no Rio de Janeiro, em

⁶ <http://www.twitpic.com/>

⁷ <http://twitcam.com/>

⁸ Dados divulgados pelo site <http://twitstat.com/twitterclientusers.html>



decorrência das chuvas, no mês março desse ano. Grande parte da cobertura jornalística foi feita por moradores que presenciavam tais cenas.

Com isso, esta ferramenta tem contribuído para transmitir a informação no momento do acontecimento, promovendo assim uma maior rapidez na informação. Além disso, é notável uma maior interação jornalística, pois os usuários também acabam publicando informações de fatos que estão acontecendo no momento, contribuindo, dessa forma, no jornalismo *online*.

O surgimento do serviço de *microblogging Twitter* ocasionou uma revolução na informação e na comunicação de forma que, assim como as redes de televisão, os blogueiros também passaram a fazer uso desta ferramenta para divulgar seus novos *posts* e *links*, o que resultou numa extensa rede de informações.

Além de ter caráter informativo, o *Twitter* tem sido alvo de diferentes públicos interessados em promover mobilizações, protestos, debater opiniões e até mesmo realizar campanhas contra alguns temas, como a luta contra a câncer de mama, o combate a fome, entre outros.

A internet, atualmente considerada uma das maiores fontes de comunicação, promove através do *Twitter*, um novo fazer jornalístico, que tem se adaptado a cada dia ao avanço da tecnologia, e que vem possibilitar uma maior interação na sociedade. Com a ajuda dos dispositivos móveis, essa nova ferramenta contribui de forma significativa na maneira de se fazer jornalismo.

Considerações Finais

Ao analisarmos a evolução das novas tecnologias, percebemos que a sociedade evolui no mesmo ritmo, aderindo às novidades disponíveis no mercado, se inserindo cada vez mais na *cibercultura* e no *ciberesparo*. Compreendemos que há um grande conforto em estar introduzido numa cultura onde a velocidade e a comodidade imperam.

Se manter informado em meio à *cibercultura* tem se tornado cada vez mais simples e fácil para aqueles que têm acesso à internet, seja de que modo for, via computador ou celular. A informação não se restringe mais somente aos meios de comunicação, se estende para *blogs*, *websites* independentes, chegando até a ferramenta que marca a atualidade no tocante a comunicação: o *Twitter*. Não importa de que gênero



é essa informação, o que importa é que ela deve estar lá, sendo postada nos 140 caracteres, em tempo recorde, independente do lugar em que o emissor esteja.

O fazer jornalismo na internet vem sendo auxiliado por aquelas pessoas que antes eram apenas público. Sites de notícias oficiais estão abrindo espaço para seus leitores postarem fotos e vídeos de fatos extraordinários que a mídia não teve oportunidade de cobrir, e os usuários estão sempre atentos na busca desses fatos.

Além de ter essa oportunidade, cada um pode criar o seu endereço e publicar suas ideias. Em contrapartida ser dono de um *blog*, *website* ou *Twitter* que contenha caráter informativo ou debate de opiniões é uma responsabilidade forte, pois no momento em que o internauta faz uma postagem, ele está colocando em rede uma informação que pode provocar consequências na sociedade, tendo em vista que um simples *post* em um *Twitter* pode se tornar uma matéria em uma grande meio de comunicação.

As empresas de criação de *software* e novas tecnologias trabalham a todo vapor para dar vazão a toda a procura por novidades que a sociedade impõe. Todas essas criações impulsionam as pessoas para a utilização das redes sociais, do jornalismo *online* e de todas as facilidades que esse espaço disponibiliza.

Referências

CARMO, Fernando Corrêa do. **Jornalismo móvel: um estudo do noticiário produzido para celulares.** (Dissertação de Mestrado). São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo : Editora paz e terra S/A, 2003.

HEWITT, Hugh. **Blog: entenda a revolução que vai mudar seu mundo.** Rio de Janeiro : Thomas Nelson, 2007. 262 p (tradução: Alexandre Martins Moraes)

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999. 260p.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.** Rio de Janeiro: Ed.34, 1997. 208p. (Coleção TRANS)

MATTOSO, Guilherme de Queirós. **Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação.** Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.pdf>> Acesso em: 26 de Abril de 2010.



MEIRELES, Giovanni. **Twitter completa quatro anos**. Disponível em:
<<http://www.pbagora.com.br/coluna.php?id=20100321204100&cat=politica&keys=twitter-completa-quatro-anos>> Acesso em: 28 de Abril de 2010.

MONTHIEL, Cícero. **Apresentando o Migre.me**. Disponível em :
<<http://monthiel.com/2009/02/apresentando-o-migreme.html>> Acesso em 28 de Abril de 2010.

SILVA, Edileusa. Regina Pena da Silva.
Conhecimento@sociedade.com.br/ambientesmidiaticos na supervia cibernética do tratamento informacional dos blogs brasileiros. (Tese de Doutorado). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2010.

SOARES, Estêvão. **A importância dos Trending Topics**. Disponível em:
<<http://www.admit.com.br/tecnologia/a-importancia-dos-trending-topics>> Acesso em: 28 de Abril de 2010.

RIBEIRO, Luciano Andrade. **Jornalismo Empreendedor: uma reflexão inovadora acerca da construção de conhecimento na Internet**. Disponível em:
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-luciano-jornalismo-empendedor.html>> Acesso em: 26 de Abril de 2010.

TAURION, Cezar. **Twitter sentiment**. Disponível em:
<http://computerworld.uol.com.br/tecnologia/cezar_taurion/idgcoluna.2010-02-22.6844307273/> Acesso em: 28 de Abril de 2010.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>> Acesso em: 27 de Abril de 2010.