

O USO DO TWITTER PELOS PORTAIS DE NOTÍCIA UOL, TERRA E G1

Tais Marina Tèllaroli *

Resumo

Como os portais de notícia G1, Portal Terra e UOL notícias usam o Twitter na publicação de notícias? Este é o ponto de partida desta pesquisa empírica envolvendo Twitter e jornalismo. Com a popularização do microblog Twitter no Brasil, procura-se compreender a maneira como os grandes portais de notícia brasileiros estão buscando a atenção do público na Internet, suas estratégias e formas de publicação de conteúdo jornalístico on-line. Para esta pesquisa foi criado um perfil no Twitter e adicionado aos seguidos os três maiores portais de notícia do Brasil: Portal Terra, UOL notícias e G1, em seguida foram coletadas 24 horas de publicações seguidas de notícias no Twitter e analisadas com o método de pesquisa Análise de Conteúdo. Para a análise foram formuladas três perguntas: Como os portais utilizam o Twitter na publicação de notícias? Qual a frequência de participação dos portais no Twitter? Quais assuntos os portais publicam no Twitter?

Palavras-chave

Twitter; Notícia; Redes Sociais.

As Redes Sociais são hoje um fenômeno na Internet e agregam cada vez mais internautas interessados na troca e difusão de informações, tais redes representam relacionamentos, tanto profissionais como afetivos entre as pessoas que se reúnem em torno de interesses comuns.

Segundo Raquel Recuero (2009, p. 102), sites de Redes Sociais “são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet”, softwares que reúnem atores, ou seja, pessoas envolvidas na rede que estabelecem conexões formadas a partir das interações sociais. A autora explica que os sites sociais são sistemas que permitem a construção de uma “persona” através do perfil, troca de mensagens e a exposição pública de quem participa. De acordo com

Abstract

How the G1 news portal, news portal Terra and UOL use Twitter in the publication of news? This is the starting point of this empirical research involving Twitter and journalism. With the popularization of the microblog Twitter in Brazil, seeks to understand how the major Brazilians news portals are seeking the public's attention on the Internet, its strategies and ways of publishing news content online. For this research it was created a profile on Twitter and followed added to the three major news portals in Brazil: Portal Terra, UOL news and G1, were then collected 24 hours of publications followed the news on Twitter and analyzed with the research method Content Analysis. For the analysis were formulated three questions: How do portals are using Twitter in the publication of news? What is the frequency of participation of the portals on Twitter? What matters the portals publish on Twitter?

Keywords

Twitter, News, Social Networks.

Jussara Mangini (2009), em reportagem publicada no site da Fapesp, Orkut¹, Facebook² e MySpace³ estão entre os mais de 170 sistemas de redes sociais existentes on-line e registram crescimento de 25% a cada ano.

O site Alexa⁴ publica um ranking com os 500 sites mais populares na rede com atualizações de cinco em cinco minutos. No dia primeiro de outubro de 2009, os 13 primeiros registrados foram:

Em 43° aparece a Rede Social de

1 – Google
2 – Facebook
3 – Yahoo!
4 – YouTube
5 – Windows Live
6 – Wikipedia
7 – Blogger.com

8 – MSN
9 – Baidu.com
10 – Yahoo! (Japão)
11 – MySpace
12 – Google Índia
13 – Twitter

maior uso no Brasil, o Orkut.com.br, onde 51,40% dos usuários são brasileiros, segundo dados⁵ estatísticos do próprio Orkut.

No Brasil, os portais noticiosos, jornalistas e blogueiros que trabalham com a publicação de notícias descobriram a potencialidade das redes sociais e passaram a usar esses canais como extensões da mídia convencional para replicar informações e fazer publicidade de seus blogs e sites. Primo explica que:

O uso do Twitter e blogs pode tanto conferir maior força às instituições midiáticas (aumentando vendas de seus jornais, audiência de seus telejornais, tráfego em seus portais), como também servir de resistência e espaço para reflexão crítica sobre as notícias distribuídas massivamente (Primo, 2008).

Esses espaços, como afirma Primo (2008), são opções a mais para que o leitor faça comentários, críticas e adicione informações ao conteúdo veiculado, pois nos portais não há espaço após a publicação da notícia para comentários do leitor. Como espaço para replicar informações e comentar assuntos que estão em voga, surge o Twitter, um sistema de microblog que ganhou grande visibilidade no Brasil em 2009 e a cada mês aumenta seu número de usuários.

TWITTER

O Twitter é um serviço de mensagens instantâneas que está revolucionando a forma como as pessoas trocam informações na rede. Em sua página inicial, o Twitter⁶ apresenta seu propósito: “Compartilhar e descobrir o que está acontecendo agora, em qualquer lugar do mundo”, a partir daí, as pessoas podem criar um perfil e postar informações com apenas 140 caracteres via celular, web, e-mail, pelo perfil do Facebook, entre outros.

A ideia do Twitter nasceu em 1992, quando Jack Dorsey se inspirou no trabalho dos taxistas, pois se era possível, através da tecnologia, que os taxistas dissessem onde estavam, por que não

daria para as pessoas fazerem o mesmo? De acordo com reportagem publicada no jornal O Estado de São Paulo (2009, p.L12), Dorsey convenceu, em 2006, “o criador do Blogger, Evan Willians, a apostar na ideia dele”. Para Dorsey, “com um limite de tamanho, as pessoas são mais espontâneas e instantâneas. A ideia é minimizar os pensamentos” (2009, p. L12).

No Twitter, a dinâmica é diferente das redes sociais em que os usuários se relacionam apenas com amigos e passam por um critério de aprovação para acompanhar suas páginas pessoais, é possível adicionar qualquer pessoa e ver o que ela escreve. São chamados de seguidores aqueles que acompanham os posts de outra pessoa.

Segundo Juliano Spyer et al (2009, p. 8), é difícil explicar o significado do Twitter, pois não existem serviços similares na Internet, mas fora da rede existem lugares parecidos:

Bares, padarias, botecos e cafés são lugares onde pessoas se encontram para trocar informação, opinar sobre as notícias do dia, pedir ajuda, dar risada, criar vínculos, cultivar relacionamentos, falar entre si ou apenas acompanhar as conversas dos outros. Ter essas oportunidades de sociabilização é ao mesmo tempo prazeroso e útil, relaxante e necessário para uma espécie que há milênios sobrevive coletivamente. O Twitter é como o seu bar favorito funcionando dia e noite: a hora que você aparecer encontrará alguns frequentadores habituais e mais outras pessoas relacionadas a eles. Você poderá ficar para um dedo de prosa durante um intervalo no trabalho ou passar horas interagindo e trocando ideias. (Spyer et al., 2009, p. 8)

O Twitter vem sendo usado por celebridades, políticos, empresas e pessoas comuns para publicidade, troca de informações, etc. Em reportagem publicada em setembro de 2009, na Revista INFO, Juliano Spyer explica que o Twitter reúne três coisas que as pessoas gostam de fazer na Internet: “conversar, relacionar-se com os outros e acessar informações.

Todas elas exigem deslocamento para determinadas ferramentas, mas no Twitter você pode fazer tudo junto, numa hora vaga” (INFO37, 2009, p. 33).

No Brasil, o Twitter registra crescimento. De acordo com o Ibope Nielsen Online, em julho de 2009, foram 8,3 milhões de brasileiros que acessaram o site, ou seja, 23% dos internautas do país. O Twitter já é a segunda rede social mais acessada no Brasil, perdendo apenas para o Orkut (INFO37, 2009, p.33). A expectativa do microblog é de crescimento, Evan Willians, ao receber proposta do Facebook para vender o site, não aceitou a oferta e foi enfático: “Isto aqui, está apenas começando. Ainda vai ser muito maior do que os blogs” (Doria, 2008, p. L2).

Assim como empresas, celebridades, blogueiros, os portais de notícias já estão no Twitter, assumindo uma nova forma de se fazer jornalismo na rede, transmitindo conteúdo rápido e fragmentado.

Pensando na transição da imprensa escrita para a digital: o site veio como uma forma de transmitir notícias mais rapidamente do que o jornal, mas com menor profundidade; o blog, para notícias mais rápidas que o site, mas com menos detalhes; e agora o Twitter é uma forma mais instantânea e muito mais sucinta que o blog (O Estado de São Paulo, 09 mar. 2009, p.L5).

Grandes portais jornalísticos como o Portal Terra, UOL notícias e G1 criaram um perfil no Twitter e participam do microblog postando notícias. Mas como esses portais participam do microblog? Que assuntos publicam? Criaram uma nova linguagem para atrair os tuiteiros⁷? Estas questões foram o ponto de partida do estudo, que utilizou a metodologia da Análise de Conteúdo para avaliar o uso que os portais fazem do Twitter para replicar notícias.

METODOLOGIA

Este trabalho utiliza como metodologia de pesquisa a Análise de Conteúdo clássica

com o objetivo de verificar o uso do Twitter pelos portais de notícia Portal Terra, UOL notícias e G1. A análise de conteúdo visa à descrição sistemática, objetiva e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação (Bauer, 2000, p.189-217). É utilizada em comparações que revelam diferenças observadas na cobertura do conteúdo de diferentes jornais e também na construção de índices, como por exemplo, os apresentados neste estudo sobre o uso do microblog pelos portais citados.

Foram formuladas três questões norteadoras para a pesquisa sobre o uso do Twitter pelos portais e criadas categorias de análise:

- 1- Como os portais utilizam o Twitter na publicação de notícias?
- 2- Qual a frequência de participação dos portais no Twitter?
- 3- Quais assuntos os portais publicam no Twitter?

Grandes portais jornalísticos como o Portal Terra, UOL notícias e G1 criaram um perfil no Twitter e participam do microblog postando notícias. Mas como esses portais participam do microblog? Que assuntos publicam? Criaram uma nova linguagem para atrair os tuiteiros ?

A escolha dos três sites se justifica por serem portais de grande volume de publicação de notícias nacionais e participarem com perfis no Twitter. Para a coleta de dados foi criada uma conta no Twitter e adicionado, aos seguidores desta conta, o perfil dos portais Portal Terra, G1 e UOL notícias, para monitoramento das publicações de cada um e análise comparativa entre eles e deles com os

próprios portais. Foram coletados posts seguidos, das 15h de 15 out. 2009 às 15h de 16 de out. 2009, dos três portais, totalizando 581 notícias, sendo 154 do G1, 210 do UOL notícias e 217 do Portal Terra. Para a análise dos assuntos publicados pelos portais no Twitter, foram criadas categorias de assuntos. São elas: celebridades e TV, esportes, polícia, internacional, tempo e trânsito, economia, serviço, empresas e tecnologia, regional e geral.

- Celebridades e TV: posts sobre artistas, sinopses e programas de televisão.
- Esportes: posts sobre qualquer tipo de esporte e assuntos ligados aos times esportivos.
- Polícia: posts sobre assaltos, ação de policiais, entre outros.
- Tempo e trânsito: movimento em ruas e estradas, congestionamento, previsão do tempo, chuva, etc.
- Economia: números econômicos, dados, índices, dólar, etc.
- Serviço: assuntos que informavam algo aos leitores, como por exemplo, abertura de vagas de trabalho, local de prova de vestibular.
- Empresas e tecnologia: ações e decisões de empresas, lançamento de produtos, ações de empresas virtuais, facebook, Google.
- Regional: assuntos sobre cidades fora do eixo Rio-São Paulo.
- Geral: assuntos que não se encaixam nas editorias relacionadas e que tratavam de amenidades, exposições, governo, ações do presidente Lula, etc.

É importante ressaltar que os dados analisados nesta pesquisa são fluidos,

informações que se transformam rapidamente na rede, números que evoluem com o passar dos dias. A pretensão, portanto, é a de que os dados analisados sejam um registro temporal do início da participação dos portais em redes sociais e que, com o tempo, seja possível se fazer outro estudo comparativo com foco na evolução e mudança na forma como estes portais se comportam na rede.

ANÁLISE DOS DADOS: G1, PORTAL TERRA E UOL NOTÍCIAS NO TWITTER

Os três portais são considerados, no Brasil, grandes agregadores de conteúdo e participam da popular rede social de microblog mundial, o Twitter.

O G1 é o portal de notícias da Rede Globo e até o dia 30 de outubro de 2009 publicou 50.879 posts no Twitter. O perfil do G1 é acompanhado por 88.158 pessoas e na sua página consta que o G1 segue 15⁸ perfis no microblog, todos ligados a editorias do G1 ou à programação da Rede Globo.

O G1 participa do Twitter apenas postando links de notícias disponíveis no portal, não participando ativamente de discussões ou respostas a seguidores. Sua participação é diária e frequente, durante todo o dia são postadas notícias.

O Portal Terra já postou, até o dia 30 de outubro de 2009, 41.122 mil twits, são 14.049 seguidores que acompanham as notícias disponibilizadas pelo portal no Twitter. O Terra segue 57⁹ perfis variados, desde perfis ligados ao próprio portal até outros jornais como a Folha de São Paulo, UOL notícias, G1, CNN, Jornal O Dia.

Foram 41.570 posts até o dia 30 de

Twitter	G1	Portal Terra	UOL notícias
Posts	50.879	41.122	41.570
Seguidores	88.158	14.049	11.820
Seguidos	15	57	50

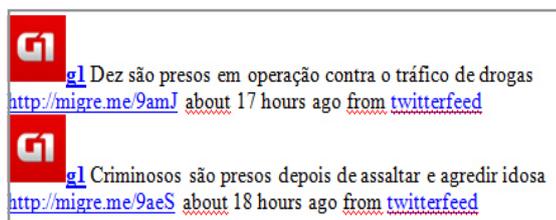
Tabela 1: Números de posts, seguidores e seguidos pelos portais Terra, UOL notícias e G1

outubro de 2009 feitos pelo UOL notícias no Twitter. 11.820 pessoas acompanham as informações disponibilizadas pelo portal na rede social de microblog.

O UOL notícias acompanha 50 perfis no Twitter, a maioria deles ligado a grandes grupos de comunicação e informação como CNN, Folha on-line, The New York Times, Observatório da Imprensa, jornal O Dia, Reuters, entre outros.

De 15 de outubro de 2009, das 15h às 15h de 16 de outubro de 2009, foram analisados 154 posts feitos pelo G1 no Twitter. Foram 12 posts sobre celebridades e TV, 3 sobre esporte, 35 com temas policiais, 8 internacionais, 12 relacionados a Tempo e trânsito, 16 com temas econômicos, 14 sobre serviço, 18 sobre empresas e tecnologia, 17 regionais e 19 geral.

O portal teve como

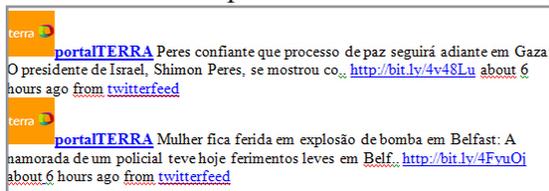


foco posts sobre Polícia, como por exemplo, as notícias citadas abaixo:

Já o Portal Terra participou do Twitter com 217 posts na data definida. Foram 29

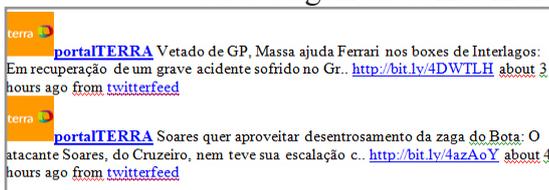
sobre celebridades e TV, 50 com o tema esportes, 12 sobre polícia, 68 internacional, tempo e trânsito contabilizou 7 posts, foram 8 sobre economia, 3 de serviço, 4 empresas e tecnologia, 4 regional e 32 sobre tema geral.

Os 68 posts internacionais estavam relacionados a países como Austrália,



Peru, Afeganistão, Paquistão, Estados Unidos, entre outros, como por exemplo:

Já o segundo tema mais



postado no Twitter pelo Portal Terra foi o esporte com 50 posts. Os assuntos variavam sobre futebol, fórmula 1 e tênis.

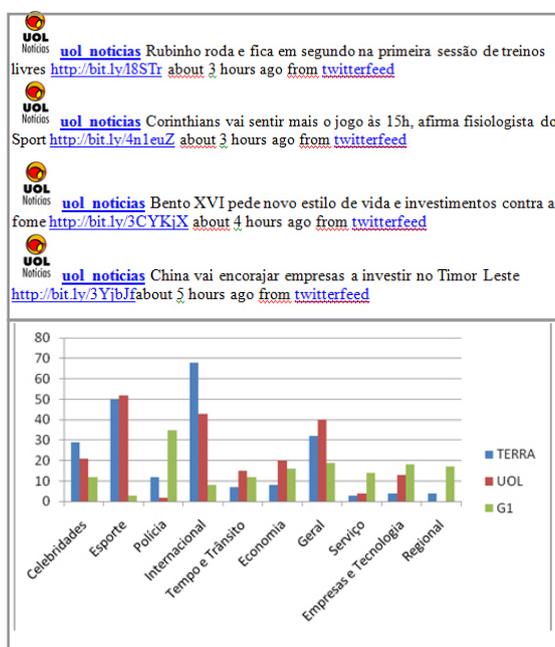
O UOL notícias publicou 210 posts no Twitter. Foram 21 sobre celebridades e TV, 52 sobre esporte, 2 policiais, 43 internacional, 15 sobre tempo e trânsito, 20 posts sobre economia, 4 sobre serviços, empresas e tecnologia registrou-se 13 notícias,

Tabela 2: Publicação de assuntos (celebridades e TV, esporte, polícia, internacional, tempo e trânsito, economia, geral, serviço, empresas e tecnologia, regional) nos Twitters dos portais Terra, UOL notícias e G1:

Portais	G1	Portal Terra	UOL notícias
Celebridades e TV	12	29	21
Esporte	3	50	52
Polícia	35	12	2
Internacional	8	68	43
Tempo e Trânsito	12	7	15
Economia	16	8	20
Serviço	14	3	4
Empresas e tecnologia	18	4	13
Regional	17	4	0
Geral	19	32	40
Total	154	217	210

nenhuma sobre regional e 40 geral. Abaixo seguem dois posts com o tema esporte e duas relacionadas a assuntos internacionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Com a popularização da Internet, Castells (1999, p. 57) afirma que “o mundo se integrou em redes globais de instrumentalidade” e que a comunicação mediada por computador propiciou a proliferação de comunidades virtuais. As Redes Sociais trouxeram à rede ruptura na maneira de se publicar conteúdo devido à pulverização do pólo emissor, agora todos podem publicar informações independente de serem jornalistas ou ligados a algum grupo de comunicação. Saad e Coutinho afirmam que:

[...] o mundo 2.0 apresenta, portanto, uma inversão de papéis inusitada: os usuários – tidos sempre como clientes – assumem a posição de concorrentes. Isso exige de qualquer empresa, de qualquer indústria, uma redefinição de sua estrutura de operações e fontes de receita para manter-se no mercado (Saad; Coutinho, 2009, p. 4).

Devido à distribuição de conteúdo, por todas as pessoas inseridas em Redes Sociais, em tempo real – por redes como o

Twitter –, os portais despertaram atenção para este fenômeno comunicacional e, para não ficarem de fora, criaram perfis e disponibilizam conteúdo. Porém, estar presente no Twitter, não significa participação. O Twitter conta com alto grau de troca de mensagens e interação entre os atores, entretanto, os portais UOL notícias, Portal Terra e G1, analisados nesta pesquisa, apenas estão presentes na Rede Social postando a todo o momento conteúdo, mas não interagindo com os integrantes da rede.

Os portais pesquisados contam com grande número de seguidores, o G1

[...] estar presente no Twitter, não significa participação. O Twitter conta com alto grau de troca de mensagens e interação entre os atores, entretanto, os portais UOL notícias, Portal Terra e G1, analisados nesta pesquisa, apenas estão presentes na Rede Social postando a todo o momento conteúdo, mas não interagindo com os integrantes da rede

possui a maior audiência, são mais de 88 mil pessoas que acompanham seus posts. Mas Recuero (2009, p.110) afirma que ter muitos seguidores não significa popularidade ou boa reputação na rede, o importante é saber o que os atores dizem ou pensam sobre determinado perfil. Dos três portais, o Portal Terra é o que mais acompanha outros perfis no Twitter, um total de 57, indicando assim, que se interessam pelo que as pessoas comentam e repercutem na rede. Apenas o G1 se limita a saber o que o próprio grupo de comunicação repercute e não outros perfis no Twitter.

Outro dado levantado pela pesquisa foram os assuntos abordados pelos portais. Das 10 categorias criadas (celebridades e

TV, esporte, polícia, internacional, tempo e trânsito, economia, geral, serviço, empresas e tecnologia, regional), o Portal Terra destacou notícias internacionais, já o UOL publicou mais assuntos relacionados a esporte e o G1 sobre assuntos policiais. A publicação de assuntos internacionais pode-se justificar porque o Twitter é uma rede que reúne pessoas de todas as partes do mundo e tenta dar visibilidade a questões amplas e de debate mundial. Já o UOL, por enfatizar questões esportivas e o G1 assuntos policiais, buscam nos posts o enfoque em assuntos polêmicos e que despertam a atenção da sociedade.

Os modelos consolidados e tradicionais de distribuição de informação on-line brasileiros – como o UOL, Portal Terra e G1 – aos poucos se modelam às inovações e novidades tecnológicas, procurando, de certa forma, atender às expectativas dos leitores. Com a proliferação das Redes Sociais com propostas inovadoras de comunicação, os portais precisam estar atentos para não serem ultrapassados pelas novas plataformas e perder audiência e receita. Estar no Twitter já é o primeiro passo, mas agora falta uma política de interação mais atuante e que envolva produtores de conteúdo dos portais e usuários comuns, propiciando assim, verdadeira interatividade e mudança no modelo unidirecional e massivo de publicação de notícias um-todos para todos-todos.

NOTAS

* Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: taistella@hotmail.com

¹ www.orkut.com

² www.facebook.com

³ www.myspace.com

⁴ <http://www.alexa.com/topsites> Alexa - The web information company.

⁵ Acesso em: 01 out. 2009.

⁶ www.twitter.com

⁷ Nominção dada àqueles que participam ativamente do Twitter como meio de comunicação.

⁸ G1 – Vestibular, G1 - Ciência e Saúde, G1 – Rio, G1 - São Paulo, G1 – Política, G1 – Carros, G1 - Pop e Arte, G1 – Brasil, G1 - Planeta Bizarro, G1 – Concursos, G1 – Mundo, G1 - Tecnologia | São Paulo/SP, globoesporte.com | Brasil, VC no G1, Programação TV Globo | Brasil.

⁹ Terra Follower, Terra Chat | Brasil, Terra Networks, Bob Fernandes | Brasil, Divulga Fácil Terra | Brasil, Terra Argentina, Terra (terraempequim), Terra México | México, Planeta_Terra, Futebol Terra | Brasil, O Fuxico | Brasil, Terra - A Fazenda | Itu – SP, EntreteñónTerra.cl | Chile, SUPERMUNDO | Editora Abril, Blog Parabólica - JP | Brasil, ABR Telecom | Brasil, Superinteressante, Clube de Criação SP | São Paulo, Brasil, AdNews | Brasil, Toda Mídia | Brasil, Consultor Jurídico | Brasil, Portal do Consumidor | Brasília - DF, Brasil, Fundação PROCON - SP | São Paulo – Brasil, PRO TESTE | Rio de Janeiro – Brasil, Idec | São Paulo – Brasil, SBT | Anhangüera, São Paulo, Brasil, Rev. Mundo Estranho | Brasil, G1, Último Segundo | Brasil, CNN International | Everywhere, BBCBrasil.com | Bush House, London, UK, CNN, CNN Breaking News | Everywhere, Twitter | San Francisco, CA, New York, NY 10019, The New York Times | New York, NY, TIME.com, ELPAIS.com | Madrid, Meio & Mensagem | Brasil, Jornal O Dia | Rio de Janeiro, Brasil, Revista Época SP | Brasil, GM do Brasil | São Caetano do Sul – SP, Volkswagen | Brasil, Coluna Ooops! | Brasil, Coluna Zapping | Brasil, Folha de S.Paulo (obama), Folha de S.Paulo | Brasil (ilustrada), Folha de S.Paulo | Brasil (info), Observatório da Impr | Brazil, O Estado de S.Paulo | Brasil, Reuters Brasil | Brasil, UOL Televisão | Brasil, UOL Cinema | Brasil, UOL Notícias | Brasil, UOL - Home Page | Brasil, Folha de S.Paulo | Brasil, Gregori Pavan | São Paulo, Brasil.

¹⁰ El País | Brasil (UOL), Financial Times | Brasil (UOL), Le Monde | Brasil (UOL), The New York Times | Brasil (UOL), AdNews | Brasil, ABR Telecom | Brasil, Clube de Criação SP | São Paulo, Brasil, Superinteressante, Toda Mídia | Brasil, Blog Parabólica - JP | Brasil, Guia da Folha Online | Brasil, Rev. Mundo Estranho | Brasil, Meio & Mensagem | Brasil, Consultor Jurídico | Brasil, Portal do Consumidor | Brasília - DF,

Brasil, Fundação PROCON - SP | São Paulo – Brasil, PRO TESTE | Rio de Janeiro – Brasil, Idec | São Paulo – Brasil, Volkswagen | Brasil, Observatório da Impr | Brazil, Sergio Davila | Washington, DC, Folha de S.Paulo | Brasil (info), Folha de S.Paulo | Brasil (ilustrada), CBN Rio | Brasil, ELPAIS.com | Madrid, TIME.com, The New York Times | New York, NY, New York, NY 10019, Twitter | San Francisco, CA, Folha de S.Paulo (obama), GM do Brasil | São Caetano do Sul – SP, Coluna Zapping | Brasil, Coluna Ooops! | Brasil, TERRA Notícias | Brasil, Revista Época SP | Brasil, SBT | Anhangüera, São Paulo, Brasil, Jornal O Dia | Rio de Janeiro, Brasil, Reuters Brasil | Brasil, O Estado de S.Paulo | Brasil, UOL Televisão | Brasil, UOL Televisão | Brasil, UOL Cinema | Brasil, Gregori Pavan | São Paulo, Brasil, CNN Breaking News | Everywhere, CNN, BBCBrasil.com | Bush House, London, UK, CNN International | Everywhere, Último Segundo | Brasil, G1, UOL - Home Page | Brasil, Folha de S.Paulo | Brasil.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W. Análise de Conteúdo Clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. São Paulo: Vozes, p.189-217, 2000.

DORIA, Pedro. Um homem de poucas palavras. **O Estado de São Paulo** – Link, 09 mar. 2009, p. L12.

DORIA, Pedro. O futuro terá 140 caracteres. **O Estado de São Paulo** – Link, 08 dez. 2008, p. L2.

MANGINI, Jussara. **Redes Sociais mais inclusivas**. Disponível em: <<http://www.agencia.fapesp.br/materia/10806/redes-sociais-mais-inclusivas.htm>>. Acesso em: 23 jul. 2009.

PRIMO, Alex. **A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella**: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. *Galáxia*, v. 16, 2008. No prelo.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SAAD, Beth, COUTINHO, Marcelo. Modus operandi digital1: Reflexões sobre o impacto das mídias sociais nas empresas informativas. **XVIII Encontro da Compós**, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/14603911/Reflexoes-sobre-o-impacto-das-midias-sociais-nas-empresas-informativas>>. Acesso em: 15 out. 2009.

SERRANO, Filipe, MARTINS, Rodrigo. **Site torna mobilidade e instantaneidade cruciais**. *O Estado de São Paulo* – Link, 09 mar. 2009, p.L5.

SPYER, Juliano; FERLA, Luiz; PAIVA, Moriael; AMORIM, Fabíola. **Tudo o que você precisa saber sobre Twitter**: (você já aprendeu em uma mesa de bar). Disponível em: <www.talk2.com.br>. Acesso em: 13 out. 2009.

INFO 37. **Twitter** - O que você ganha com ele. set. 2009, p. 30-37.