

Apropriações jornalísticas do Twitter: a criação de *mashups*¹

Gabriela Zago*

Resumo

O objetivo com este trabalho é discutir uma das possibilidades de apropriação da ferramenta Twitter para o jornalismo: a criação de mashups. Para tanto, parte-se das noções de mashups, Web 2.0 e produção colaborativa de conteúdo, e, em seguida, esses aspectos são relacionados com as especificidades do jornalismo em microblogs. Por fim, são apresentados alguns dos mashups com conteúdos jornalísticos criados com base no cruzamento de dados provenientes do Twitter com dados de outras fontes identificados em uma pesquisa exploratória realizada entre maio e setembro de 2008.

Palavras-chave: *Jornalismo. Microblogs. Mashups. Twitter.*

¹ Este texto é uma versão reformulada de um trabalho apresentado no *II Seminário Nacional da ABCiber*, realizado em novembro de 2008 na PUC-SP, em São Paulo-SP.

*Mestranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS);
Graduada em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas
(UCPel).

Introdução

A todo o momento surgem novas aplicações e ferramentas na web. Esses novos dispositivos passam por processos diversos e sucessivos de apropriação por seus usuários, os quais encontram alternativas no uso criativo que dão a esses sistemas.

Uma dessas ferramentas recentes na web é o *Twitter*. Em linhas gerais, o Twitter é uma ferramenta de *microblog* na qual seus usuários são convidados a responder à pergunta “O que você está fazendo?” em até 140 caracteres. Entretanto, desde o seu surgimento, diversas apropriações da ferramenta vêm despontando, inclusive para fins jornalísticos, o que faz com que se possa ir bem além do que propunha o sistema inicialmente. Além disso, dada a arquitetura aberta do Twitter, essas informações disponibilizadas na ferramenta podem ser reaproveitadas em outros ambientes, mediante a criação de *mashups*.

Com base nesse cenário, o objetivo com este trabalho é discutir uma apropriação específica do Twitter para o jornalismo: a criação de *mashups*. Para tanto, inicialmente, foram traçadas algumas considerações gerais sobre o gênero *mashup*, situado em um contexto maior de cibercultura e de Web 2.0. Logo em seguida, são apresentadas a definição e as características do Twitter, bem como a relação da ferramenta com o jornalismo em *microblogs*. Por fim, trata-se das características e funcionamento de alguns dos *mashups* jornalísticos criados por meio de dados produzidos no âmbito do Twitter e, também, é discute-se sua relação com os aspectos e conceitos abordados ao longo do trabalho.

Mashups, Web 2.0 e produção colaborativa de conteúdo

A origem do termo *mashup* remonta ao ambiente de músicas eletrônicas. O termo é tomado emprestado do cenário de música pop, “onde um mashup é uma nova música que é mixada a partir das vozes e do instrumental de duas músicas-fonte (geralmente pertencentes a dois gêneros distintos)” (MERRILL, 2006, online, tradução nossa).

Como aplicativos na web, *mashup* corresponde à mistura de dados provenientes de mais de uma fonte. Nas palavras de Tapscott e Williams (2007, p. 233), há um *mashup* quando “um programador mixa pelo menos dois serviços ou aplicativos de diferentes sites para criar algo novo e que, muitas vezes, é melhor do que a soma das suas partes”.

Para Merrill (2006), os *mashups* podem ser das seguintes espécies: 1. *mashups de mapas*, produzidos de APIs de mapas como o Google Maps; 2. *mashups de vídeo e de foto*, criados, por exemplo, de *tags* ou metadados

de imagens; 3. mashups *de busca e compra*, que funcionam como agregadores de produtos para comparação de preço; e 4. mashups *de notícias*, produzidos mediante a recombinação de informações de diversas fontes, de modo que se possa montar jornais personalizados de *feeds*.

Para se criar um *mashup* são usadas algumas tecnologias, como a arquitetura de informação da API de um fornecedor combinada com o site do *mashup*; o uso do Ajax como modelo de construção do site; a utilização de protocolos web (como SOAP e REST) para comunicação com serviços remotos; além do uso de técnicas de captura de dados (para quando não há API) como *screen scraping* (uso de ferramentas para puxar determinados conteúdo de sites), ou o emprego de *feeds* em RDF, RSS e Atom (MERRILL, 2006).

Percebendo o potencial de colaboração da Web 2.0, algumas empresas permitem acesso parcial ou total a seus bancos de dados por meio de uma Interface de Programação de Aplicativo (API). Essa API permite que os dados produzidos no contexto de determinado site possam ser utilizados em outros contextos. Por intermédio do acesso a esses dados, podem ser criados *mashups*.

Os *mashups* podem, também, ser criados de forma colaborativa, uma vez que cada um pode contribuir fornecendo uma parcela da informação a ser cruzada. Nessas situações, a criação de *mashups*, além de representar uma forma de apropriação social típica da cibercultura, pode ser inserida dêem um contexto de Web 2.0 e de participação.

No âmbito da cibercultura, as apropriações constituem uma maneira de adaptar os usos do sistema aos interesses de seus usuários. Para Lemos (2002), a apropriação está na essência da cibercultura, uma vez que o próprio surgimento desta está relacionado à apropriação tecnológica pelo homem. Lemos (2002) vê o uso criativo das máquinas como uma forma de apropriação social.

Nesse sentido, para Gillmor (2004), na internet, qualquer um pode apropriar-se de uma ferramenta e usá-la para produzir conteúdos de caráter jornalístico. A participação dos usuários pode ocorrer na produção de conteúdo propriamente dito (BOWMAN; WILLIS, 2003; BRUNS, 2005) – a audiência possui ferramentas para criar e disseminar notícias e informações (BOWMAN; WILLIS, 2003) –, mas não se limita a isso. É possível, por exemplo, que alguém crie uma conta no Twitter para colocar as notícias que considera interessantes sobre determinado tema, provenientes de diversas fontes, atuando como um *gatewatcher* da informação (BRUNS, 2005), ainda que não necessariamente produza o conteúdo a ser veiculado, embora o filtre e o selecione. É nesse contexto que surge o chamado webjornalismo participativo (TRÄSEL, 2007),

por meio do qual os leitores passam a desempenhar papel ativo, participativo, na produção de notícias por intermédio das ferramentas de produção disponibilizadas na internet. A produção participativa, entretanto, possui caráter complementar em relação às práticas tradicionais de produção de notícias (BRUNS, 2005; TRÄSEL, 2007).

Essa possibilidade de criação e participação na produção de informações é um processo típico da Web 2.0, que corresponde ao entendimento da web como uma plataforma como uma arquitetura de construção de sites que privilegia a participação do usuário. A criação de *mashups*, em especial aqueles que são produzidos de forma colaborativa, insere-se no contexto de Web 2.0, tendo em vista que envolve o entendimento da web como uma plataforma, bem como a produção colaborativa de conteúdo.

Como visto, é possível criar *mashups* de diversas formas com base em dados provenientes de fontes diversas. Neste trabalho, discute-se especificamente a criação de *mashups* de caráter jornalístico com dados do Twitter, razão pela qual se faz necessário traçar algumas considerações sobre a natureza do formato *microblog* e da ferramenta Twitter.

Twitter, *microblogs* e jornalismo

O Twitter é uma ferramenta de *microblog* com caráter híbrido entre *blog*, rede social e mensageiro instantâneo (ORIHUELA, 2007). *Microblogs*, como formato típico da web, podem ser considerados como uma espécie de “*blog* simplificado”, e como tal podem ser adaptados para utilização com dispositivos móveis – por isso, geralmente, as ferramentas de *microblog* trazem uma limitação de tamanho para as atualizações. No Twitter, por exemplo, não podem ultrapassados 140 caracteres a cada atualização. Dada a versatilidade do formato, é possível atualizar e receber atualizações por meio de dispositivos diversos, como celular (SMS, web móvel, aplicativos derivados criados com a API), mensageiros instantâneos (IM) ou web convencional.

A proposta do Twitter é que esses 140 caracteres sejam usados para responder à pergunta “O que você está fazendo?” (*What are you doing?*). Embora boa parte das atualizações efetivamente responda a essa pergunta (MISCHAUD, 2007), ao longo do tempo, outros usos foram surgindo para o Twitter, e a ferramenta foi apropriada para as mais diversas finalidades (JAVA et al., 2007; MISCHAUD, 2007) – inclusive para o jornalismo. Coberturas minuto a minuto, difusão de últimas notícias, informações sobre bastidores da publicação jornalística, envio de atualizações diretamente do local do acontecimento via dispositivos móveis, dentre outros, seriam algumas possibilidades de utilização do Twitter, que já vêm sendo postas em prática por organizações jornalísticas de todo o mundo.

Criado em 2006 como um serviço interno para os funcionários da Odeo, uma empresa de *podcast*, o Twitter era inicialmente uma ferramenta voltada para compartilhar com amigos, em mensagens por SMS, o que se estava fazendo em determinado momento.² Em julho de 2006, o serviço foi disponibilizado ao público. Em abril de 2007, tornou-se uma companhia autônoma. Desde então, o Twitter passou a ser constantemente apropriado e adaptado por seus usuários, os quais levaram ao surgimento de convenções e recursos hoje próprios do sistema, como *replies*, *retweets*, dentre outros. No Brasil, a popularização da ferramenta foi se dar em especial a partir do primeiro semestre de 2009, quando o Twitter passou, sistematicamente, a ocupar espaço na mídia de massa, como ao ser capa de revistas ou matéria de destaque nos principais teledjornais. Desde seu surgimento, a ferramenta foi marcada pela ideia de apropriação pelos usuários.

Além do Twitter, existem outras ferramentas de *microblog*, como o Jaiku, o Plurk, o Identi.ca, e até derivações brasileiras, como o Telog e o Gozub.³ Muitas dessas ferramentas de *microblog* possuem o acesso liberado a partes de sua API. A manipulação dos dados da API permite que se criem recombinações do conteúdo disponibilizado pelos usuários no *microblog*: “Permitindo que desenvolvedores externos tenham acesso parcial ao API, o Twitter deixa que eles criem programas que incorporem os serviços do Twitter” (STRICKLAND, 2008).

Assim, da mesma forma que se podem criar *mashups* do Google Maps, o fato de a API dos *microblogs* ser parcialmente liberada permite que se criem ferramentas derivadas de parcelas do conteúdo gerado por esses sites. Como exemplo da intersecção entre esses dois tipos de fontes de dados para criação de *mashups* há o Twitvision e o Jaikuvision,⁴ *mashups* com as atualizações mais recentes do Twitter e do Jaiku colocadas sobre o Google Maps, conforme a localização de quem fez a atualização.

Neste trabalho, discute-se um tipo específico de utilização da API do Twitter: o emprego da API, ou de dados de contas em específico, para a criação de *mashups* de caráter jornalístico.

Mashups jornalísticos do Twitter

Desde sua criação, o Twitter tem sido apropriado para as mais diversas finalidades. Dentre outras possibilidades, também é possível criar *mashups* jornalísticos de dados do Twitter. A fim de melhor explorar as características dessa apropriação jornalística do Twitter, inicialmente foram reunidos exemplos de utilização jornalística do Twitter que se

2 Um resumo da história do Twitter pode ser encontrado na entrada “Twitter”, na Wikipedia (2009).

3 Disponível em: <http://jaiku.com>; <http://plurk.com>; <http://identi.ca>; <http://www.telog.com.br>; <http://www.gozub.com.br>. Acesso em: 24 maio 2008.

4 Disponível em: <http://twitvision.com>; <http://jaikuvision.net>. Acesso em: 24 maio 2008.

aproximassem do conceito de *mashup*. A busca foi feita por meio de ferramentas diversas disponibilizadas na web. Essa etapa foi realizada entre os meses de maio e setembro de 2008. Concomitantemente à coleta de dados, procedeu-se a um esboço de categorização dos *mashups* encontrados, conforme as semelhanças e as diferenças percebidas entre os exemplos identificados. Desse modo, os *mashups* jornalísticos identificados foram separados em três grupos principais: os *mashups* de visualização externa, os *mashups* colaborativos e os *mashups* mistos.

Mashups de visualização externa

Os *mashups de visualização externa* são aqueles que utilizam o conteúdo produzido em uma ou mais contas do Twitter, especificamente com a finalidade de ser exibido em outro espaço virtual fora do Twitter. Nesse caso, mistura-se o conteúdo do Twitter com um suporte para visualização diferenciada, como ao incluir as últimas atualizações do Twitter em uma seção de um portal ou em uma notícia. Nesse primeiro grupo foram incluídas as ferramentas criadas por organizações jornalísticas para exibir o conteúdo produzido em uma ou mais contas do Twitter controladas pela própria organização jornalística ou por seus jornalistas, em alternativas de visualização desses conteúdos em páginas da web.

Como exemplo, o jornal *Kansas.com* (vinculado à publicação impressa *The Wichita Eagle*) colocou um repórter para cobrir o julgamento do caso *Chelsea Brooks*.⁵ Ele enviava mensagens do celular, as quais apareciam em sua conta no Twitter e também na página do jornal dedicada ao caso, configurando um *mashup* simplificado.⁶

Outra situação parecida é o que fez o site *IndyStar.com* para a cobertura das 500 milhas de Indianápolis, da Fórmula Indy, em maio de 2008.⁷ Em uma página especial, eram disponibilizadas fotos, a posição dos pilotos e as últimas atualizações de uma conta criada especificamente para fazer a cobertura pelo Twitter.

Os jornalistas da WCNC, emissora de televisão de Charlotte, EUA, fizeram a cobertura das prévias das eleições norte-americanas pelo Twitter (em 7 de maio de 2008), e o que cada um disse podia ser visto pelo *Real-Time Reporter Feed*, um *mashup*⁸ disponibilizado no website da rádio. Dentre outras coisas, recomendava-se que os leitores acompanhassem as

5 O julgamento se refere ao assassinato da menina Chelsea Brooks, ocorrido em 2006, que na época tinha 14 anos e estava grávida de 9 meses. O caso teve grande repercussão em Wichita, Kansas, EUA, onde ocorreu. A página do caso está disponível em: <<http://www.kansas.com/chelseabrooks/>>. Acesso em: 24 maio 2008.

6 Um aspecto interessante é que a página era dividida entre “Twitter Updates” e “Traditional Updates”, ressaltando o aspecto de que a cobertura pelo Twitter é algo não usual/tradicional.

7 Disponível em: <<http://www.indystar.com/apps/pbcs.dll/article?AID=/99999999/SPORTS0101/80502075>>. Acesso em: 24 maio 2008.

8 Esse *mashup* e os outros três apresentados acima foram criados de *widgets* fornecidos pelo próprio Twitter.com (disponíveis em http://twitter.com/badges/which_badge).

atualizações pelo celular ou, então, pelo site, e não apenas pelo próprio Twitter.

Também é possível criar *mashups* de visualização externa relacionados a outros usos jornalísticos do Twitter, que não necessariamente a cobertura de fatos ou eventos. Como exemplo, todos os integrantes da equipe da emissora NBC 4, de Columbus, Ohio, EUA, possuem contas no Twitter, exibidas na página "NBC 4 Now".⁹ Essa página permite acompanhar o que cada integrante da equipe está fazendo no momento, em uma espécie de uso do Twitter para "bastidores" da cobertura jornalística.

Assim, nos *mashups* de visualização externa, há a mera transposição do conteúdo jornalístico produzido ou reproduzido em uma ou mais contas do *microblog* para um suporte de visualização diferenciada. Mesmo assim, montagens originais de disponibilização de conteúdo podem ser observar, que só se tornam possíveis mediante manipulação da API e da combinação de dados provenientes de contas diversas do Twitter.

Mashups colaborativos

Os *mashups colaborativos* foram identificados como aqueles que dependem da atuação de várias pessoas para que se produza conteúdo e para os quais qualquer um pode contribuir, desde que use o Twitter. Nessa categoria entram, também, *mashups* que não necessariamente foram criados para jornalismo, mas cujo conteúdo produzido possui caráter jornalístico. Desse modo, *mashups* colaborativos correspondem a iniciativas, vinculadas a organizações jornalísticas ou não, que envolvem a produção de conteúdo de caráter jornalístico por um grupo de pessoas de forma descentralizada (ou seja, de várias contas), por meio do Twitter. Esse tipo de *mashup* se vale da manipulação da API do Twitter para a criação de combinações originais de conteúdos que existem apenas reunidos no âmbito do *mashup*. A coleta de conteúdo pode se dar de forma automática, com participação involuntária, ou mediante colaboração espontânea.

Como exemplo, o *mashup* Twennis,¹⁰ criado por ocasião da edição 2008 do *Aberto da França*, exibia atualizações de usuários variados com assunto relacionado ao esporte tênis no Twitter. A captura dos dados se dava por meio de palavras-chave, como *French Open, tennis*, ou do nome dos jogadores que participavam do torneio.

Recurso similar foi empregado pelo Politweets,¹¹ que colocava as atualizações do Twitter que continham nomes dos pré-candidatos à presidência norte-americana em ordem ascendente, conforme a frequência de

9 Disponível em: <<http://www.nbc4i.com/midwest/cmh/news/nbc4now.html>>. Acesso em: 24 maio 2008.

10 Disponível em: <<http://twennis.com>>. Acesso em: 31 maio 2008.

11 Disponível em: <<http://politweets.com>>. Acesso em: 31 maio 2008.

menções a cada nome. Com nome igual e funcionamento semelhante, há uma versão do Politweets¹² no Brasil, no qual é possível acompanhar as últimas atualizações de políticos brasileiros que possuem perfil no Twitter.

O próprio *Twitter.com* já se envolveu na criação de dois *mashups* oficiais, ambos relacionados às eleições norte-americanas, como em fevereiro de 2008, na *Super Terça*, ou em setembro do mesmo ano, na página especial para o acompanhamento das eleições 2008 nos Estados Unidos¹³. Nessa página, a pergunta a qual os usuários do Twitter deveriam responder é “O que você pensa?” (*What do you think?*), em vez de “O que você está fazendo?” Em ambos os casos, e embora os *mashups* não tenham sido criados por organizações jornalísticas propriamente ditas, e, sim, pelo próprio Twitter, mediante atualizações de usuários diversos, as informações reunidas eram de interesse coletivo.

Há ainda *mashups* como o *Atmosfera* e o *Commuter Feed*, os quais dependem da participação específica dos usuários do Twitter para a produção e agregação da informação. No caso do *Atmosfera*,¹⁴ o usuário do Twitter precisa enviar a atualização, por *reply* ou mensagem direta, para contas criadas no Twitter para cada cidade coberta pelo *mashup*.¹⁵

O *Commuter Feed*,¹⁶ por sua vez, requer que o usuário envie uma mensagem para @commuter cujo conteúdo comece com o código do aeroporto mais próximo da região sobre a qual se deseja falar sobre a situação do trânsito. A atualização é, então, exibida na página do *Commuter Feed* dedicada às atualizações das proximidades do aeroporto escolhido.¹⁷ Tanto o *Atmosfera* e o *Commuter Feed* possibilitam a construção de alertas de forma colaborativa.

Outro exemplo é o *Spoonch*,¹⁸ uma espécie de programação televisiva coletiva construída socialmente.¹⁹ Outra ferramenta semelhante é a *WhatZapping*,²⁰ criada por brasileiros, com o diferencial de que propõe que se coloque o canal em que está sendo transmitido o programa, na forma de uma *tag*,²¹ ao final da mensagem.

12 Disponível em: <<http://www.politweets.com.br>>. Acesso em: 29 out. 2009.

13 Disponível em: <<http://election.twitter.com>>. Acesso em: 29 set. 2008.

14 Disponível em: <<http://www.verbeat.org/atmosfera>>. Acesso em: 31 maio 2008.

15 Por exemplo, uma mensagem enviada para “@atm_poa frio de madrugada, sensação de -2C” exibe a mensagem “frio de madrugada, sensação de -2C” na página relativa a Porto Alegre no site do *mashup*.

16 Disponível em <<http://commuterfeed.com>>. Acesso em: 31 maio 2008.

17 A mensagem “@commuter DTW visibilidade baixa no metrô” vai para a página relativa à cidade de Detroit no *Commuter Feed*.

18 O site estava disponível em: <<http://www.spoonch.tv/index.php>>. Acesso em: 31 maio 2008.

19 Durante o período de realização da pesquisa (de maio a setembro de 2008), o site sofreu alterações, e atualmente, no mesmo endereço, é possível encontrar um site com propósito diferente.

20 Disponível em: <<http://www.whatzapping.com/>>. Acesso em: 29 set. 2008.

21 No Twitter, o emprego de *tags* precedidas do símbolo *hash* (as #hashtags) é uma prática bastante comum que permite organizar as informações. O conteúdo reunido pelas *tags* pode ser recuperado pelo sistema de busca do Twitter.

Outro exemplo de *mashup* colaborativo, mas cuja produção de conteúdo se dá de forma automática, sem depender de uma participação específica, é o TweetWire,²² que se apresenta como um “neojornal que capta os links mais recentes postados no Twitter” (tradução nossa). Já o *TwitLinks*²³ apresenta um sistema análogo de funcionamento. Sua proposta é captar os links sobre tecnologia postados por um grupo de usuários bastante populares no Twitter. Tanto o *TwitLinks* quanto o *TweetWire* se aproximam da ideia de “jornais personalizados” dos *mashups de notícias* (MERRILL, 2006). No Brasil, há o BlaBlaBra.net,²⁴ um site que reúne e analisa mensagens postadas por brasileiros na ferramenta e apresenta tendências de utilização da ferramenta, com recursos como as palavras mais mencionadas nas últimas horas e estatísticas quanto ao número e a frequência de atualizações na ferramenta.

Os *mashups* colaborativos (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2006) partem da ideia de participação e colaboração na Web 2.0 (O'REILLY, 2005; BOWMAN; WILLIS, 2003; TRÄSEL, 2007; BRUNS, 2005), uma vez que dependem da participação do público para que se produza conteúdo. Esse tipo de *mashup* explora o caráter de rede social do Twitter. Embora nos *mashups* colaborativos predominem atualizações com conteúdo opinativo, com base nas impressões dos usuários sobre os assuntos tratados, sem que se tenha propriamente uma pretensão jornalística ao contribuir para esses espaços, essas atualizações podem vir interessar a outras pessoas, pela proximidade física (no caso de temperatura ou trânsito, por exemplo), ou pelo interesse comum (como na programação televisiva, nos links de tecnologia, ou nas atualizações relativas a política e eleições), razão pela qual foram considerados como espécies de *mashups* jornalísticos.

Mashups mistos

Por fim, foram classificados como *mashups mistos* aqueles que tanto representam uma forma diferenciada de visualizar dados do Twitter em outros sites (sem que com isso se tornem sites independentes) quanto envolvem a produção coletiva de conteúdo, como no caso de coberturas colaborativas realizadas por meio de *tags*, cujo resultado é exibido na página de um webjornal.

Um exemplo são as transmissões do programa *Roda Viva*, da TV Cultura. A transmissão agrega e reúne diversas ferramentas em um mesmo endereço.²⁵ Além da cobertura pelo Twitter feita por usuários da ferramenta convidados para estarem presentes no programa e por outros

22 Disponível em: <<http://tweetwire.com>>. Acesso em 31 maio 2008.

23 Disponível em: <<http://twitlinks.com/>>. Acesso em: 24 maio 2008.

24 Disponível em: <<http://blablabra.net/>>. Acesso em: 29 out. 2009.

25 Disponível em <<http://200.136.27.11/rodaviva/>>. Acesso em: 29 set. 2008.

usuários que estejam assistindo de casa, por meio da tag #rodaviva,²⁶ a página também reúne um bate-papo dos internautas com a equipe de produção do programa, a transmissão ao vivo de três câmeras diretamente do estúdio e a publicação de fotos em tempo real.

Outro exemplo de *mashup* misto é o resultante da cobertura do *Festival do Rio*, em 2008. A versão online do jornal *O Globo* trazia uma página que reunia informações da cobertura.²⁷ Dentre outros recursos, a página exibia as últimas atualizações feitas no Twitter com a tag #festrio. Como qualquer pessoa podia utilizar essa *tag* para comentar o festival, o resultado era uma espécie de cobertura colaborativa ao vivo, exibida em um suporte diferenciado (a página do jornal *O Globo*).

Esse tipo de *mashup* envolve tanto a produção por uma organização jornalística específica quanto a colaboração de outros usuários – disso decorre sua natureza mista.

Conclusão

A criação de *mashups* possibilita que as informações produzidas no Twitter possam ser re combinadas e exibidas de outras formas em outros sites da web. Pode-se não somente usar o Twitter como ferramenta para produção jornalística, como também incorporá-lo e exibir seu conteúdo no site da publicação. Todos esses esforços só se tornam possíveis porque, além da reunião do conteúdo (possibilitado pelo uso da API ou do *feed*), pode-se contar com a participação e a colaboração de pessoas de diversas partes do mundo. Desse modo, organizações jornalísticas tradicionais podem aproveitar a arquitetura aberta de *microblogs* como o Twitter para criar suportes de visualização diferenciada para atualizações de interesse público, bem como novas formas de agregar conteúdos diversos produzidos colaborativamente na ferramenta. Nesse contexto, a criação de *mashups* jornalísticos constitui uma apropriação social típica da cibercultura (LEMOS, 2002), uma vez que depende da criatividade dos usuários para resultar em produtos originais, muitas vezes bastante diferenciados dos usos previstos inicialmente para o sistema.

O que se observa, em geral, é que as práticas colaborativas de produção de conteúdo jornalístico costumam ser mais intensas em *mashups* do tipo colaborativo ou misto, cujo conteúdo é produzido por uma coletividade de colaboradores, não apenas jornalistas, e possuem abertura à participação. Entretanto, é preciso considerar que as práticas colaborativas atuam, na verdade, como um complemento às tradicionais (BRUNS, 2005; TRÄSEL, 2007).

É pouco provável que alguém vá se basear apenas no conteúdo de *mashups* colaborativos do Twitter para tomar alguma decisão importante.

26 Sobre a cobertura do *Roda Viva* pelo Twitter, cf. TRÄSEL, 2008.

27 Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/festivaldoRio2008/_inc/outrostritters.asp>. Acesso em: 29 set. 2008.

Mas buscar informações e opiniões sobre o trânsito por um *mashup* colaborativo como o *Commuter Feed*, por exemplo, pode ser uma forma de ter acesso a informações que, por outro meio, talvez não tivessem como ser disponibilizadas em tempo real. Organizações jornalísticas e usuários podem aproveitar o potencial da ferramenta para publicação de informações em tempo real (como no caso da associação com a mobilidade) em *mashups* cujo conteúdo é construído colaborativamente por diversos usuários ou por mais de um jornalista ao mesmo tempo.

Journalistic Application of Twitter: the creation of mashups

Abstract

The aim of this paper is to discuss the possibilities of applying the Twitter tool to journalism: the creation of mashups. For this purpose, I begin with the notion of mashups, Web 2.0, and the collaborative production of content, and then these aspects are related to the specifics of journalism in microblogging. Finally, I present some journalistic mashups created with journalist content based on crossing data from Twitter with data from other sources identified in an exploratory survey conducted between May and September 2008.

Key-words: Journalism. Microblogs. Mashups. Twitter.

Referências

BOWMAN, S.; WILLIS, C. We media. *The Media Center*, 2003. Disponível em <<http://www.hypergene.net/wemedia/>>. Acesso em: 21 mar. 2008.

BRUNS, A. *Gatewatching*. New York: Peter Lang, 2005.

GILLMOR, D. *We the media*. O'Reilly Media, 2004. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>>. Acesso em: 25 set. 2006.

JAVA, A.; SONG, X.; FININ, T.; TSENG, B. Why we twitter: understanding microblogging usage and communities. In: JOINT 9th WEBKDD, 2007. *Proceedings...* Disponível em: <<http://ebiquity.umbc.edu/paper/html/id/367/Why-We-Twitter-Understanding-Microblogging-Usage-and-Communities>>. Acesso em: 21 out. 2007.

LEMOS, A. *Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MERRILL, Duane. Mashups: The new breed of Web app. In: IBM DEVELOPERWORKS, 8, ago. 2006. Disponível em: <<http://www.ibm.com/developerworks/xml/library/x-mashups.html>>. Acesso em: 23 ago. 2008.

MISCHAUD, E. *Twitter: expressions of the whole self*. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – London School of Economics, Department of Media and Communications, Londres, 2007.

O'REILLY, T. *What is Web 2.0?* O'Reilly Media, 2005. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 13 mar. 2008.

ORIHUELA, J. L. Twitter y el boom del microblogging. *Educ.ar. Educación y TIC.*, 7. Argentina, 22 nov. Disponível em: <<http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/super-sitios/twitter-y-el-boom-del-microblo.php>>. Acesso em: 22 nov. 2007.

STRICKLAND, J. *Como funciona o twitter*. API do Twitter. In: HOWSTUFFWORKS. Brasil, 11 jan. 2008. Disponível em: <<http://informatica.hsw.uol.com.br/twitter2.htm>>. Acesso em: 5 out. 2008.

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A. *Wikinomics*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

TRÄSEL, M. *A pluralização no webjornalismo participativo: uma análise das intervenções no Wikinews e no Kuro5hin*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2007.

TRÄSEL, M. O uso do microblog como ferramenta de interação da imprensa televisiva com o público. In: SBPJOR, 6. São Bernardo do Campo, SP, 2008 (CD-ROM).

WIKIPEDIA. *Twitter*. Disponível em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>>. Acesso em: 29 out. 2009.

