

APROPRIAÇÕES JORNALÍSTICAS DO TWITTER: A Criação de Mashups

Gabriela da Silva Zago¹
(UCPel/UFPel)

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo 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, após, esses aspectos são relacionados com as especificidades do jornalismo em microblogs. Por fim, são apresentados alguns dos *mashups* com conteúdos jornalísticos criados a partir do cruzamento de dados provenientes do Twitter com dados de outras fontes identificados a partir de uma pesquisa exploratória realizada ao longo dos meses de maio e setembro de 2008.

Palavras-chave: jornalismo; microblogs; mashups; Twitter

Introdução

A todo 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 a partir dos usos criativos 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 precisam responder à pergunta “O que você está fazendo?” em um limite rígido de 140 caracteres. Entretanto, desde o seu surgimento, diversas apropriações da ferramenta vêm surgindo, inclusive para fins jornalísticos, o que faz com que se possa ir bem além do que inicialmente propunha o sistema.

Além disso, devido à arquitetura aberta do Twitter, essas informações disponibilizadas na ferramenta podem ser reaproveitadas em outros ambientes, a partir da criação de *mashups*.

Com base nesse cenário, o presente trabalho tem por objetivo discutir uma apropriação específica do Twitter para o jornalismo: a criação de *mashups*. Para tanto, em um primeiro momento, são traçadas algumas considerações gerais acerca do gênero *mashup*, situado em um contexto maior de cibercultura e Web 2.0. Logo após, são apresentadas definição e características do Twitter, bem como procura-se relacionar a ferramenta com o jornalismo em microblogs. Por fim, são apresentadas características e funcionamento de alguns dos *mashups* jornalísticos criados a partir de dados produzidos no âmbito do Twitter, e discutida sua relação com os aspectos e conceitos abordados ao longo do trabalho.

¹ Jornalista; Graduada em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel); Graduanda em Direito na Universidade Federal de Pelotas (UFPel).
gabrielaz@gmail.com

Mashups, Web 2.0 e produção colaborativa de conteúdo

A origem do termo *mashup* remonta ao ambiente de músicas eletrônicas². 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*)³.

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 a partir de APIs de mapas como o Google Maps; (2) *mashups de vídeo e de foto*, criados, por exemplo, a partir de tags ou metadados de imagens; (3) *mashups de busca e compra*, que funcionam como agregadores de produtos, para comparação de preço (no Brasil, um exemplo é a ferramenta Buscapé⁴); e (4) *mashups de notícias*, produzidos a partir da recombinação de informações de diversas fontes, de modo que se possa montar jornais personalizados a partir de RSS feeds. Interessam particularmente para este trabalho os *mashups de notícias*, mais especificamente aqueles criados a partir da manipulação da API ou do feed do Twitter.

Para criar um *mashup*, são usadas algumas tecnologias, como a arquitetura de informação a partir 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 se comunicar 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 determinado 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 através de uma Interface de Programação de Aplicativo (API). Essa API permite que os dados produzidos no contexto de um determinado site possam ser utilizados em outros contextos. Por intermédio do acesso a esses dados, podem ser criados *mashups*. O exemplo mais tradicional são os *mashups* criados a partir do cruzamento de dados entre um mapa criado no Google Maps com informações obtidas em outro site, como no caso do ChicacoCrime.org, página que esteve no ar de 2005 a 2008, e que mostrava informações sobre crimes obtidas junto ao departamento de polícia de Chicago posicionadas sobre um mapa da cidade.

Os *mashups* também podem ser criados de forma colaborativa, na medida em 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 dentro de um contexto de Web 2.0 e participação.

² Sobre mashups na música, ver FRERE-JONES, Sasha. **1 + 1 + 1 = 1: The new math of mashups**. The New Yorker, 10 jan. 2005. Disponível em <http://www.newyorker.com/archive/2005/01/10/050110crmu_music>. Acesso em 23 ago. 2008.

³ Tradução da autora para “where a mashup is a new song that is mixed from the vocal and instrumental tracks from two different source songs (usually belonging to different genres)” (MERRILL, 2006, *online*).

⁴ <http://www.buscape.com.br>

No âmbito da cibercultura, as apropriações constituem uma maneira de se adaptar os usos do sistema aos interesses de seus usuários. Para Lemos (2002), a apropriação está na essência da cibercultura, na medida em que o próprio surgimento desta está relacionado à apropriação tecnológica pelo homem. Ainda segundo o autor, a apropriação tem uma dimensão técnica, e outra simbólica (caracterizada pelo desvio). Lemos (2002) vê o uso criativo das máquinas como uma forma de apropriação social.

Essa apropriação pode se dar para fins de se distribuir informações, tanto por parte de organizações jornalísticas, quanto por parte de pessoas comuns não jornalistas.

O jornalismo pode ser entendido, a partir de Melo (1994, p. 14-15), como

um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoria/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos).

Entretanto, neste trabalho o conceito é ampliado de modo a incluir também práticas colaborativas de produção de conteúdo, que não necessariamente dependem de organizações formais para a transmissão de informações, mas se baseiam na produção de conteúdo com *caráter jornalístico*, na medida em que envolvem a produção e difusão de informação de interesse público.

Nesse sentido, para Gillmor (2004), na Internet, qualquer um pode se apropriar de uma ferramenta e usá-la para produzir conteúdos de caráter jornalístico. A participação dos usuários pode se dar na produção de conteúdo propriamente dito (BRUNS, 2005; BOWMAN; WILLIS, 2003) – 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 um determinado tema, provenientes de diversas fontes, atuando como um *gatewatcher* (BRUNS, 2005) da informação, ainda que não necessariamente produza o conteúdo a ser veiculado, embora o filtre e selecione. É nesse contexto que surge o chamado jornalismo cidadão (GILLMOR, 2004) ou webjornalismo participativo (TRÄSEL, 2007), através do qual, por intermédio das ferramentas de produção disponibilizadas na Internet, os leitores passam a desempenhar um papel ativo, participativo, na produção de notícias. Essa produção participativa, entretanto, possui caráter complementar em relação às práticas tradicionais de produção de notícias (BRUNS, 2005; BOWMAN; WILLIS, 2003; GILLMOR, 2004; TRÄSEL, 2007).

Essa possibilidade de criação e participação na produção de informações é um processo típico da Web 2.0. A Web 2.0 corresponde ao entendimento da web como uma plataforma. O'Reilly (2006, *online*) define a Web 2.0 como

a mudança para a Internet como uma plataforma, e um entendimento das regras para atingir o sucesso nessa nova plataforma. A primeira dessas regras é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para que se tornem melhores quanto mais forem usados pelas pessoas.⁵

Desse modo, a Web 2.0 pode ser considerada como uma arquitetura de

⁵ Tradução da autora para: “Web 2.0 is the move to the internet as platform, and an understanding of the rules for success on that new platform. First among those rules is building applications that harness network effects to get better the more that people use them” (O'Reilly, 2006, *online*).

construção de sites que privilegia a participação do usuário. O termo ganhou popularidade numa conferência sobre Internet realizada em outubro de 2004 nos Estados Unidos, organizada por Tim O'Reilly. Na ocasião, percebeu-se que as mudanças pelas quais as páginas da Internet estavam passando estariam configurando uma nova maneira de se produzir sites, visto que as características das páginas da Web que surgiram mais ou menos a partir do ano 2000 eram bastante diferentes da maneira como as páginas eram produzidas anteriormente. Assim, surgiu a idéia de nomear esse novo modo de organizar a informação como Web 2.0, em oposição à Internet tradicional, que seria a "Web 1.0". Como exemplos das transformações provocadas pela Web 2.0, O'Reilly (2005) cita a mudança de padrão de sites pessoais (de conteúdo estático, atualizados por uma única pessoa sem uma frequência preestabelecida) para os blogs (mais dinâmicos, e que permitem a participação do leitor através dos comentários), a mudança de um sistema de publicação para um sistema de participação, e a substituição do sistema de classificação por diretórios (taxonomia) pelo sistema das tags ("*folksonomia*").

A criação de *mashups*, em especial aqueles que são produzidos de forma colaborativa, se insere no contexto de Web 2.0, na medida em que envolve o entendimento da web como uma plataforma, bem como pode envolver a produção colaborativa de conteúdo.

Como foi visto, é possível criar *mashups* de diversas formas, a partir de dados provenientes de fontes diversas. Neste trabalho, pretende-se discutir especificamente a criação de *mashups* de caráter jornalístico, a partir de 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). Criada em 2006 pela Obvious, é atualmente bastante popular em diversas partes do mundo, contando com cerca de 3 milhões de usuários no mundo todo⁶.

Microblog é um formato de publicação típico da web, que pode ser considerado como uma espécie de "blog simplificado", na medida em que possui os recursos inerentes ao formato blog – como publicação de conteúdo em ordem cronológica inversa, interatividade, pessoalidade, e demais características dos blogs (RECUERO, 2003) –, mas de forma simplificada. Essa simplificação permite que o formato possa ser adaptado para utilização a partir de dispositivos móveis (como PDAs, laptops e celulares) – por isso, geralmente, as ferramentas de microblog trazem uma limitação de tamanho para as atualizações. No Twitter, por exemplo, não se pode ultrapassar 140 caracteres a cada atualização, o que coincide com o limite máximo permitido para o envio de mensagens por celular (SMS). Dada a versatilidade do formato, é possível atualizar e receber atualizações a partir 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 se use esses 140 caracteres para responder à pergunta "O que você está fazendo?" ("What are you doing?"). Embora boa parte das atualizações efetivamente respondam a essa pergunta (MISCHAUD, 2007), ao longo do tempo, muitos outros usos foram surgindo para o Twitter.

⁶ Segundo estimativas do <http://twitdir.com>, o Twitter teria 3.166.987 usuários em 8 out. 2008.

Assim, do mesmo modo que acontece os blogs e outras ferramentas online, os microblogs também podem ser apropriados para as mais diversas finalidades (JAVA et al., 2007; MISCHAUD, 2007) – inclusive para o jornalismo. Em um trabalho anterior (ZAGO, 2008), buscou-se identificar as diferentes apropriações do Twitter para o jornalismo. Os usos identificados foram: alerta, bastidores, feeds, notícias curtas, mensagens pessoais, programação, cobertura, e outros usos – na ocasião, mencionou-se a possibilidade de criação de *mashups* de caráter jornalístico. Coberturas minuto a minuto, difusão de últimas notícias, informações sobre bastidores da publicação jornalística, envio de atualizações direto do local do acontecimento a partir de dispositivos móveis, entre outras, seriam algumas possibilidades de utilização do Twitter, que já vêm sendo postas em prática por organizações jornalísticas de todo o mundo.

Assim, embora não prevista inicialmente, a utilização dos microblogs como ferramenta para o jornalismo tem aos poucos se consolidado, em decorrência da versatilidade do sistema de publicação do Twitter, em parte decorrente de sua limitação de tamanho a cada atualização e do caráter de rede social da ferramenta.

Além disso, pelo fato de que é possível enviar e receber atualizações por dispositivos móveis, tem-se a possibilidade de que essa troca de mensagens se dê ao mesmo tempo em que os fatos acontecem, configurando algo próximo às práticas de jornalismo em ambientes móveis (SILVA, 2007). Já as derivações possibilitadas a partir da manipulação da API permitem que se possa produzir jornalismo em formatos diferenciados, como no caso da criação de *mashups* jornalísticos.

Além do Twitter, existem outras ferramentas de microblog, como o Jaiku, o Pownce, o Plurk, o Identi.ca, e até derivações brasileiras, como o Telog e o Gozub⁷. Dentre essas, a que possui a maior quantidade de usuários e usos derivados é o Twitter. Muitas dessas ferramentas de microblog possuem o acesso liberado a partes da API, ou então seus usuários criaram versões não oficiais de sua API (como é o caso do Plurk). A manipulação dos dados da API permite que se criem recombinações a partir 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* a partir do Google Maps, o fato de a API dos microblogs também ser parcialmente liberada permite que se criem ferramentas derivadas, a partir de parcelas do conteúdo gerado por esses sites. Como exemplo, tem-se o Twitvision e o Jaikuvision⁸, *mashups* com as atualizações mais recentes do Twitter e do Jaiku, respectivamente, colocadas sobre o Google Maps, conforme a localização de quem fez a atualização.

Neste trabalho, pretende-se discutir 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

⁷ <http://jaiku.com>; <http://pownce.com>; <http://plurk.com>; <http://identi.ca>; <http://www.telog.com.br>; <http://www.gozub.com.br>

⁸ <http://twitvision.com>; <http://jaikuvision.net>

finalidades. Dentre outras possibilidades, também é possível criar *mashups* jornalísticos a partir de dados do Twitter. A fim de melhor explorar as características dessa apropriação jornalística do Twitter, em um primeiro momento, foram reunidos exemplos de utilizações jornalísticas do Twitter que se aproximassem do conceito de *mashup*. A busca foi feita a partir 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 identificadas entre os exemplos encontrados.

Desse modo, os *mashups* jornalísticos identificados foram separados em três grupos principais: os *mashups* de visualização externa, os *mashups* colaborativos e os *mashups* mistos.

Os *mashups de visualização externa* são aqueles que se utilizam do conteúdo produzido no âmbito de uma ou mais contas do Twitter, especificamente com a finalidade de serem exibidos 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 junto a uma seção de um portal ou a uma notícia. Nesse primeiro grupo foram incluídas as ferramentas criadas por organizações jornalísticas para exibir o conteúdo produzido no âmbito de 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 na utilização de widgets e badges.

Já 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, muitas vezes até mesmo de forma involuntária, desde que usem o Twitter. Nessa categoria entram também *mashups* que não necessariamente foram criados para jornalismo, mas cujo conteúdo produzido possui caráter jornalístico, na medida em que envolve a produção de informação com atualidade, periodicidade, universalidade e difusão, conforme as características do jornalismo segundo Melo (1994). 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, a partir de várias contas), através 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 a partir de colaboração espontânea.

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 através de tags, cujo resultado é exibido na página de um webjornal.

Mashups de visualização externa

Como foi visto, os *mashups* de visualização externa são aqueles que se utilizam do conteúdo produzido no âmbito de uma ou mais contas do Twitter, especificamente com a finalidade de serem exibidos 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 junto a uma seção de um portal ou a uma notícia.

Como exemplo, o jornal Kansas.com (vinculado à publicação impressa The Wichita Eagle), colocou um repórter para cobrir o julgamento do caso Chelsea Brooks⁹. Ele enviava mensagens a partir do celular, e essas mensagens apareciam em sua conta no Twitter, e também na página do jornal dedicada ao caso, configurando um *mashup* simplificado. 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.

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 2008¹⁰. 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.

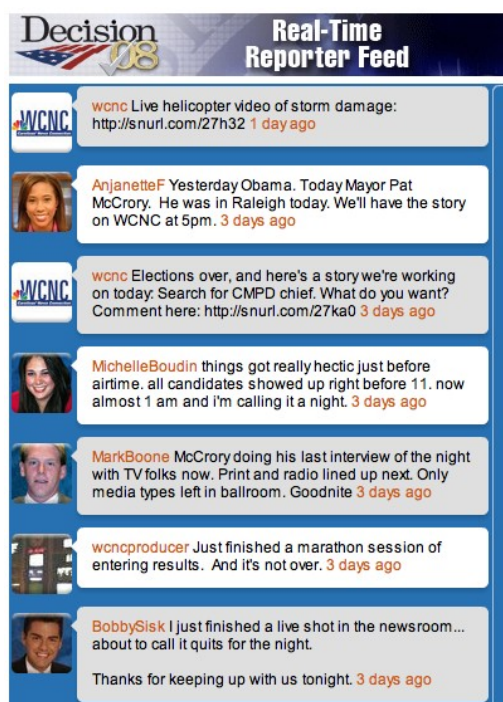
Também é possível criar *mashups* de visualização externa relacionados a outros usos jornalísticos do Twitter, que não necessariamente a cobertura de fatos ou eventos. Como exemplo, todos os integrantes da equipe da emissora NBC 4, de Columbus, Ohio, EUA, possuem contas no Twitter. A última atualização de cada um dos integrantes da equipe é exibida na página “NBC 4 Now”¹¹. 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, ao invés de usá-lo para realizar a cobertura em si. Essa forma de uso permite que o leitor possa de certa forma fiscalizar, acompanhar o que o reporter está fazendo, e até mesmo ter a possibilidade de saber antes o que poderá ser notícia logo mais.

⁹ 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 uma 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.

¹⁰ “Indy 500 Race Tracker”. Disponível em <<http://www.indystar.com/apps/pbcs.dll/article?AID=/99999999/SPORTS0101/80502075>>. Acesso em 24 maio 2008.

¹¹ Disponível em <<http://www.nbc4i.com/midwest/cmh/news/nbc4now.html>>. Acesso em 24 maio 2008.

Figura 1. Mashup de visualização externa: Real Time Reporter Feed da WCNC.



Os jornalistas da WCNC, emissora de televisão de Charlotte, EUA, fizeram a cobertura das prévias das eleições norte-americanas pelo Twitter (dia 7 de maio de 2008), e o que cada um disse podia ser visto através do Real-Time Reporter Feed, um *mashup*¹² disponibilizado no website da rádio. No site, há uma descrição do funcionamento do *mashup*. Dentre outras coisas, recomendava-se que os leitores acompanhassem as atualizações pelo celular, ou então pelo site – e não apenas pelo próprio Twitter:

Acompanhe esta página durante a noite da eleição para acompanhar as últimas atualizações de nosso time de reporteres, âncoras e produtores cobrindo as primárias a partir de todos os ângulos. Suas atualizações curtas serão disponibilizadas aqui durante toda a noite, a partir do serviço de microblogging Twitter.

Quer acompanhar as atualizações das eleições em seu celular? Envie o texto “follow wncnc” para o número 40404 para receber os resultados assim que eles surgirem. Você também pode “seguir” nossos outros reporteres de campo – veja a lista abaixo para descobrir quem está cobrindo o que.¹³

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, pode-se observar montagens originais de disponibilização de conteúdo, que só se tornam possíveis a partir da manipulação da API e da combinação de dados provenientes de contas

¹² Este mashup e os outros 3 apresentados acima foram criados a partir de widgets fornecidos pelo próprio Twitter.com (disponível em http://twitter.com/badges/which_badge).

¹³ Tradução da autora para: “Watch this page through election night for the latest updates from our team of reporters, anchors and producers covering the primary from all angles. Their brief updates will be filed here throughout the night, via micro-blogging service Twitter.

Want to get election updates on your cell phone? Text "follow wncnc" to 40404 to get the results as soon as they come in. You can also "follow" our other reporters in the field -- see the list below to find out who's covering what”.

diversas do Twitter.

Mashups colaborativos

Os *mashups* colaborativos são aqueles que dependem da atuação de várias pessoas para que se produza conteúdo, e para os quais qualquer um pode contribuir, muitas vezes até mesmo de forma involuntária. Nessa categoria entraram também *mashups* que não necessariamente foram criados para jornalismo, mas cujo conteúdo produzido possui caráter jornalístico.

O *mashup* Twennis¹⁴, 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 a partir de palavras-chave, como “French Open”, “tennis”, e o nome dos jogadores que participavam do torneio.

Recurso similar é empregado pelo Politweets¹⁵, que coloca as atualizações do Twitter que contenham nomes dos pré-candidatos à presidência norte-americana em ordem ascendente conforme a frequência de menções a cada nome.

O próprio Twitter.com já se envolveu na criação de dois *mashups* oficiais, ambos também relacionados às eleições norte-americanas. Em fevereiro de 2008, Google Maps, Twitvision e Twitter se uniram na Super Terça, para criar um *mashup* que exibia as atualizações de pessoas de várias partes do mundo no Twitter - sobre as prévias das eleições norte-americanas - em tempo real sobre um mapa. Já em setembro de 2008, o Twitter disponibilizou para todos os seus usuários uma página especial para acompanhamento das eleições 2008¹⁶, a qual reúne automaticamente atualizações relacionadas aos candidatos das eleições norte-americanas. Nessa página, a pergunta a qual os usuários do Twitter devem responder é “O que você pensa?” ao invés de “O que você está fazendo?” (“What do you think?” ao invés de “What are you doing?”). Em ambos os casos, e embora os *mashups* não tenham sido criados por organizações jornalísticas propriamente ditas e sim pelo próprio Twitter, a partir de atualizações de usuários diversos, as informações reunidas eram de interesse coletivo.

Há ainda *mashups* como Atmosfera e Commuter Feed, os quais dependem de uma participação específica dos usuários do Twitter para a produção e reunião da informação. No caso do Atmosfera¹⁷, um *mashup* criado pela Verbeat para atualizações sobre o clima, o usuário do Twitter precisa enviar a atualização, por *reply* ou mensagem direta, para contas criadas no Twitter para cada cidade coberta pelo *mashup*. Como exemplo, uma mensagem enviada para “@atm_poa Faz frio de madrugada, sensação de -2C”, exibe a mensagem “Faz frio de madrugada, sensação de -2C” na página relativa a Porto Alegre no site do *mashup*.

¹⁴ Disponível em <<http://twennis.com>>. Acesso em 31 maio 2008.

¹⁵ Disponível em <<http://politweets.com>>. Acesso em 31 maio 2008.

¹⁶ Disponível em <<http://election.twitter.com>>. Acesso em 29 set. 2008.

¹⁷ Disponível em <<http://www.verbeat.org/atmosfera>>. Acesso em 31 maio 2008.

Figura 2. Mashup colaborativo: Commuter Feed.

The screenshot shows the Commuter Feed website. The header is green with the 'commuter feed' logo and navigation buttons for 'Home', 'Metros', and 'More'. A 'How it Works' dropdown menu is visible. The main content area is titled 'Latest Incidents Reported' and shows three reports: 1) CharlesLYost reporting a slowdown on I-480W at exit 12B; 2) spolay reporting a jammed tappan zee on I-87; 3) bblboy54 reporting a heavy backup on I-15 south after a fire.

O Commuter Feed¹⁸, 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. Também é possível atualizar o Commuter Feed pelo Pownce. Assim, a mensagem “@commuter DTW visibilidade baixa no metrô” vai para a página relativa à cidade de Detroit no Commuter Feed. Tanto o Atmosfera e o Commuter Feed se relacionam com o uso do Twitter para alerta, de temperatura e trânsito, mas possibilitando que esses alertas sejam construídos de forma colaborativa.

Já o Spoonch¹⁹ funcionava como uma espécie de programação televisiva coletiva construída socialmente²⁰. A proposta era que as pessoas usassem @spoonch no começo de atualizações no Twitter em que falassem sobre o que estavam assistindo na televisão. As últimas atualizações assim realizadas eram exibidas na página inicial do site, e o resultado era uma série de sugestões de que programas assistir em um determinado momento. Embora a ferramenta Spoonch, com o tempo, tenha mudado de finalidade, mais recentemente foi criado o WhatZapping²¹, com um propósito bastante similar ao Spoonch, e com o diferencial de que propõe que se coloque, ao final da mensagem, o canal em que está sendo transmitido o programa na forma de uma tag²².

Outro exemplo de *mashup* colaborativo, mas cuja produção de conteúdo se dá

¹⁸ Disponível em <<http://commuterfeed.com>>. Acesso em 31 maio 2008.

¹⁹ O site estava disponível em <<http://www.spoonch.tv/index.php>>. Acesso em 31 maio 2008.

²⁰ Desde a época de início da realização da pesquisa (maio de 2008), o site sofreu alterações, e atualmente, no mesmo endereço, é possível encontrar um site completamente diferente, ainda que tenha mantido o mesmo nome.

²¹ Disponível em <<http://www.whatzapping.com/>>. Acesso em 29 set. 2008.

²² 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 pela ferramenta Track, oferecida pelo próprio Twitter, ou então nos sistemas de busca específicos para tags criados a partir da API do Twitter.

de forma automática, sem depender de uma participação específica, é o TweetWire²³, que se apresenta como um “neo-jornal que capta os links mais recentes postados no Twitter. Tenha o máximo do jornalismo cidadão com Twitter e TweetWire”²⁴. No blog do site, a ferramenta é descrita como tendo por objetivo: “capturar as URLs que as pessoas twittam como suas favoritas sobre notícias de Eleições, Tecnologia, Esportes e Celebidades. Jornalismo cidadão sem filtros. Vamos ver como funciona”²⁵.

Os links são coletados usando uma combinação do sistema de busca do Twitter (antigo Summize) com a possibilidade de misturar *feeds* RSS pelo Yahoo! Pipes²⁶.

Já o TwitLinks²⁷ 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 e o TweetWire se aproximam da idéia de “jornais personalizados” dos *mashups de notícias* (MERRILL, 2006).

Os *mashups* colaborativos (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2006) partem da idéia de participação e colaboração na Web 2.0 (O'REILLY, 2005, 2006; BOWMAN; WILLIS, 2003; TRÄSEL, 2007; BRUNS, 2005), na medida em 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, a partir das impressões dos usuários sobre os assuntos tratados, sem que se tenha propriamente uma pretensão jornalística ao contribuir para esses espaços, essas atualizações podem vir a interessar 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

Há ainda os *mashups mistos*, caracterizados tanto pelo fato de que oferecem um suporte diferenciado para exibição dos conteúdos postados no Twitter, como também por dependerem de produção colaborativa de informações.

Um exemplo é a “transmissão experimental participativa” realizada no dia 29 de setembro pelo programa Roda Viva, da TV Cultura. A transmissão agregava e reunia diversas ferramentas em um mesmo endereço²⁸. Além da já tradicional cobertura pelo Twitter feita por usuários da ferramenta convidados para estarem presentes no programa, e por outros usuários que estejam assistindo de casa, através da tag #rodaviva (sobre a cobertura do Roda Viva pelo Twitter, ver TRÄSEL, 2008),

²³ Disponível em <<http://tweetwire.com>>. Acesso em 31 maio 2008.

²⁴ Tradução da autora para: “TweetWire.com is a neo-newspaper that grabs the freshest links posted to Twitter. Get the most out of citizen journalism with Twitter and TweetWire”. Disponível em <<http://tweetwire.com>>. Acesso em 13 maio 2008.

²⁵ “TweetWire is aimed at capturing URL’s that people tweet as their favorites about the Election, Tech, Sports and Celebrity news. Unfiltered citizen journalism. Let’s see how it works out”. Welcome. TweetWire DevBlog. 1 maio 2008. Disponível em <<http://tweetwire.com/blog/?p=3>>. Acesso em 13 maio 2008.

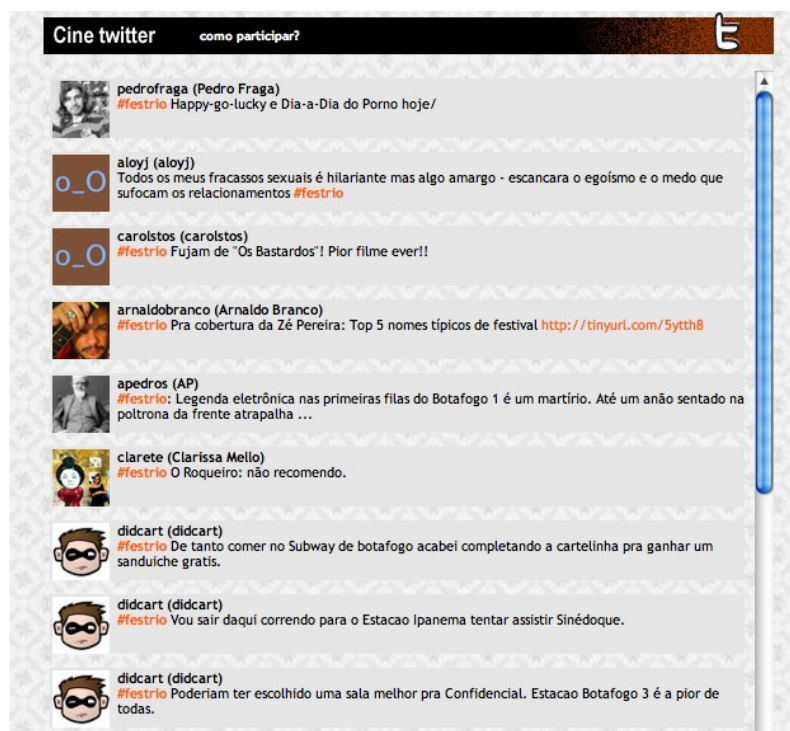
²⁶ Sistema que permite a manipulação de feeds RSS, como no caso da junção do conteúdo de dois ou mais feeds, ou ao se filtrar o conteúdo de um determinado feed para encontrar palavras-chave específicas.

²⁷ Disponível em <<http://twitlinks.com/>>. Acesso em 24 maio 2008.

²⁸ Disponível em <<http://200.136.27.11/rodaviva/>>. Acesso em 29 set. 2008.

a página também reunia um bate-papo dos internautas com a equipe de produção do programa através da ferramenta de liveblogging CoverItLive, a transmissão ao vivo de três câmeras direto do estúdio pelo Mogulus, e a publicação de fotos em tempo real através do Flickr²⁹.

Figura 3. Mashup misto: Cobertura no Festival do Rio no jornal O Globo.



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 cobertura³⁰. 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.

Os resultados encontram-se sintetizados no quadro abaixo:

Quadro-síntese das categorias:

Tipo de mashup	Características
Mashups de visualização externa	Utilizam-se do conteúdo produzido no âmbito de uma ou mais contas do Twitter, especificamente com a finalidade de serem exibidos em outro espaço virtual fora do Twitter. Nesse caso, mistura-se o conteúdo do Twitter com um suporte para

²⁹ Para mais informações sobre a transmissão experimental participativa, ver <<http://www.radarcultura.com.br/node/26250>>. Acesso em 02 out. 2008.

³⁰ Disponível em <http://oglobo.globo.com/cultura/festivaldoRio2008/_inc/outrostitwitters.asp>. Acesso em 29 set. 2008.

	<p>visualização diferenciada, como ao incluir as últimas atualizações do Twitter junto a uma seção de um portal ou a uma notícia.</p> <p>O conteúdo é criado e disponibilizado pela própria organização jornalística.</p> <p>Exemplos: Kansas, Indy Star, NBC4, WCNC,</p>
Mashups colaborativos	<p>Dependem da atuação de várias pessoas para que se produza conteúdo, e para os quais qualquer um pode contribuir, muitas vezes até mesmo de forma involuntária. Nessa categoria entraram também mashups que não necessariamente foram criados para jornalismo, mas cujo conteúdo produzido possui caráter jornalístico.</p> <p>O conteúdo é criado por pessoas comuns, e pode ser disponibilizado ou não por organizações jornalísticas.</p> <p>Exemplos: Politweets, Super Terça, Election, Twennis, Atmosfera, CommuterFeed, Spoonch, WhatZapping, TweetWire, TwitLinks,</p>
Mashups mistos	<p>Envolvem a produção colaborativa de conteúdo, bem como representam iniciativas de empresas jornalísticas para visualização diferenciada de atualizações do Twitter.</p> <p>O conteúdo é criado por pessoas comuns e pela organização jornalística, e o mashup é disponibilizado por organizações jornalísticas.</p> <p>Exemplos: Roda Viva, O Globo/Festival do Rio</p>

Considerações Finais

A criação de *mashups* possibilita que as informações produzidas no âmbito do Twitter possam ser re combinadas e exibidas de outras formas em outros sites da web. Pode-se não só usar o Twitter como ferramenta para produção jornalística como também incorporá-lo e exibir seu conteúdo junto ao 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 colaboração de pessoas de diversas partes do mundo. Desse modo, organizações jornalísticas tradicionais podem se aproveitar da 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), na medida em 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. Apesar de não necessariamente serem criados por organizações jornalísticas, esses *mashups* possuem conteúdo de caráter jornalístico (conforme as características do jornalismo propostas por MELO, 1994).

Entretanto, é preciso considerar que as práticas colaborativas atuam na

verdade como um complemento às tradicionais (TRÄSEL, 2007; BRUNS, 2005). É pouco provável que alguém vá se basear apenas no conteúdo de *mashups* colaborativos do Twitter para tomar alguma decisão importante. 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.

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, Jul. 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**. Proceedings of the Joint 9th WEBKDD, 2007. 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.

MELO, J. M. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.

MERRILL, Duane. **Mashups: The new breed of Web app**. 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). 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.oreillyn.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em 13 mar. 2008.

O'REILLY, Tim. Words as Pointers, and the Meaning of Web 2.0. **O'Reilly Radar**, 30 nov. 2006. Disponível em <<http://radar.oreilly.com/archives/2006/11/words-as-pointers-and-the-mean.html>>. Acesso em 14 abr. 2008.

ORIHUELA, J. L. **Twitter y el boom del microblogging**. Educ.ar. Educación y TIC. Argentina, 22 nov. 07. Disponível em <<http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/super-sitios/twitter-y-el-boom-del-microblo.php>>. Acesso em 22 nov. 2007.

RECUERO, R. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais. **404nOFound** (UFBA), v. 1, n. 31, p. 1-15, 2003.

SILVA, F. F. **Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao mainstream**. In: V SBPJor (CD-ROM). Aracaju-SE/Brasil, 2007.

STRICKLAND, J. Como funciona o Twitter: API do Twitter. **HowStuffWorks Brasil**, 11 jan. 2008. Disponível em <<http://informatica.hsw.uol.com.br/twitter2.htm>>. Acesso em 05 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, 2007.

TRÄSEL, M. **O uso do microblog como ferramenta de interação da imprensa televisiva com o público**. In: VI SBPJor (CD-ROM), São Bernardo do Campo, SP, 2008. Disponível em <<http://www.scribd.com/doc/5937899/O-uso-do-microblog-como-ferramenta-de-interacao-da-imprensa-televisiva-com-o-publico>>. Acesso em 07 out. 2008.

ZAGO, G. S. **Jornalismo em Microblogs: Um Estudo das Apropriações Jornalísticas do Twitter**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo), Universidade Católica de Pelotas, 2008.