## O jornalista como gatewatcher e curador: uma análise do Moments no Twitter 1

Fabiana CRISPINO SANTOS<sup>2</sup>
Elaine Vidal OLIVEIRA<sup>3</sup>
Mirian Martins da Motta MAGALHÃES<sup>4</sup>
Yasmin Machado de Lima DIAS<sup>5</sup>

IBMEC, Rio de Janeiro, RJ UNISUAM, Rio de Janeiro, RJ

#### Resumo

O presente trabalho tem como objetivo entender as funcionalidades da ferramenta *Moments*, lançada pelo Twitter como plataforma de conteúdo informativo. Ao entender as especificidades do *Twitter* e a apropriação da plataforma pelo público, busca-se verificar o uso do *Moments* como ferramenta jornalística e o papel do profissional cuja função é filtrar conteúdo na rede. Em um momento de crescentes discussões acerca do papel do profissional de jornalismo na era digital, o artigo pretende analisar as atividades do jornalista como *gatewatcher*, agindo como mediador de conteúdo na web.

### Palavras-chave

Twitter; Redes sociais; Moments; Jornalismo; Gatewatcher.

## Introdução

Os avanços tecnológicos possibilitaram a expansão da comunicação e, consequentemente, estabeleceram-se novas formas de se produzir conteúdo. A recente revolução tecnológica originada a partir da aproximação entre pessoas e a internet, com o surgimento das redes sociais digitais, tem modificado a relação da sociedade com a informação, principalmente o que diz respeito ao consumo de conteúdo e à interatividade.

Com o objetivo de superar os desafios gerados em virtude dos novos formatos e ferramentas estabelecidos pela web, o jornalismo tradicional se apropria destas transformações tecnológicas e busca novas formas de se manter relevante em um ambiente onde as pessoas possuem acesso a grandes quantidades de informações.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológica, XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Doutora em Estudos de Literatura, Cultura e Contemporaneidade pela PUC-Rio, email: fabi\_crispino@yahoo.com.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Doutoranda em Comunicação pela PUC-Rio, email: lainevidal@gmail.com.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Mestre em Tecnologia pelo CEFET/RJ, email: mirianmmm@yahoo.com.br.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Bacharel em Jornalismo pelo Ibmec-RJ, email: yasmin.diasm@hotmail.com.

Nesse cenário, com a maior presença da atividade do jornalismo no meio online, discussões acerca da instantaneidade e da credibilidade jornalística se tornam recorrentes. De um lado, com a pressão do factual, o tempo de apuração disponível para o profissional se torna escasso. De outro, se para o jornalista o grande fluxo de informação disponível nas redes influenciou diretamente o seu ofício, o papel do receptor foi também reajustado devido à possibilidade potencializada de produção de conteúdo.

Desse modo, a descentralização da distribuição de conteúdo na rede modifica a função do jornalista, que passa a desempenhar também um papel de moderação, assumindo a função de hierarquizar a informação disponibilizada na rede. Essa atividade adotada pelo jornalista, bem como as suas características, é um dos focos principais propostos por esse trabalho.

Pensando nisso, o presente artigo tem como objetivo entender algumas das funcionalidades da ferramenta *Moments*, lançada pelo *Twitter*, em 2015, como plataforma de conteúdo informativo. Para tanto, no estudo se discutem as redes sociais e suas estruturas, bem como as maneiras através das quais elas se constituem para os usuários. Ao entender as especificidades do *Twitter* e a apropriação da plataforma pelo público, busca-se verificar o uso do *Moments* como ferramenta jornalística e o papel do profissional cuja função é filtrar conteúdo na rede.

# Sociedade Contemporânea e Novas Tecnologias

Uma nova era da internet, representada pela potencialização na interação a partir do surgimento da Web 2.0, foi responsável por apresentar fatores que até hoje contribuem para o crescimento da rede enquanto meio de comunicação. As plataformas digitais passaram a funcionar como canais de propagação de conteúdo informativo e de entretenimento, junto com os meios de comunicação tradicionais – como a televisão e o rádio – além de criarem comunidades e conexões que antes não eram possíveis.

Dorion Carroll (*apud* JONES, 2009) explica o fenômeno como um discurso social público que permite que pessoas se conectem, oferecendo a possibilidade de um compartilhamento de ideias. Nesse contexto, o autor dá o exemplo de que qualquer pessoa pode pegar um celular ou uma câmera digital, fotografar um acontecimento e carregar suas fotos instantaneamente em plataformas onde milhões de pessoas terão a oportunidade de consumir este conteúdo.

Se o que mudou com a Web 2.0 essencialmente está na maneira como passamos a entendê-la (ALEXANDER, 2006), a necessidade de desenvolver e aperfeiçoar o contato e interações de caráter social também marcou a segunda geração da Internet. Se antes os websites tinham como intuito informar e os usuários se portavam como consumidores de conteúdo, a Web 2.0 se apresentou como uma rede formada por pessoas que tomam parte no processo de criação e distribuição da informação, e foi exatamente por consequência dessa mudança que surgiram as chamadas redes sociais.

Nos veículos tradicionais de comunicação ocorre uma grande centralização de poder no emissor, nas plataformas digitais há a polarização deste poder entre os mais diversos indivíduos. Além disso, uma vez que as redes sociais mantêm as pessoas conectadas por mais tempo, cria-se uma maior capacidade de mobilizar grupos sociais também fora da rede.

Mais ainda, as redes sociais podem ser classificadas em dois tipos principais: as emergentes e as de filiação ou de associação. Redes sociais emergentes são aquelas que estão vivas, presentes nas interações dos atores sociais, sendo construídas e modificadas enquanto as interações acontecem. Suas conexões se dão por meio das trocas e conversações realizadas entre esses atores, sendo assim caracterizadas como uma rede descentralizada.

Redes emergentes são, assim, redes com limitação no número de atores, mas com maior riqueza na quantidade e qualidade de conexões estabelecidas entre eles:

> A rede emergente, por exemplo, pode me auxiliar a compreender, por exemplo, a minha influência no Twitter. As pessoas que respondem ou que falam comigo são aquelas que parecem responder às interações que eu proponho no sistema e que vão iniciar/responder a informações que eu coloco ali (RECUERO, 2008, s/p).

As redes de filiação, por outro lado, são redes estáticas, têm maior durabilidade e são resultados de interações sociais que são apenas possíveis na rede – aquelas através das quais você pode adicionar um amigo e ele permanece lá para sempre, a menos que delete o perfil ou que você o delete.

Ainda utilizando o Twitter como exemplo, Recuero (2008) explica que a rede de filiação é a responsável por determinar a abrangência dos tweets feitos pelo autor e a sua popularidade em relação à rede, uma vez que é possível observar quantos perfis seguem uma determinada conta e qual foi o nível de engajamento (retweet e like) de um tweet.



Na contemporaneidade, um indivíduo não apenas participa de várias redes sociais como compreende as especificidades de cada uma delas, o que resulta no compartilhamento de conteúdo relevante e com significação para os usuários das diferentes redes.

O desejo pelo instantâneo, fortalecido com o surgimento das redes, também teve impacto na percepção do fazer jornalístico. Se antes um profissional tinha horas para apurar e publicar uma notícia, o atual consumo acelerado de informação por parte dos usuários das redes fez com que o tempo desse jornalista se tornasse cada vez mais escasso ou insuficiente.

A busca pelo furo jornalístico e publicação de conteúdo cada vez mais rápido trouxe novos desafios quanto a produção do jornalismo factual. Não é raro, por exemplo, encontrar boatos que se disseminaram na internet reproduzidos em plataformas oficiais como se fossem verídicos.

Uma vertente pessimista, como a levantada por Gradim (2003, p.124), apresenta esses desafios como "éticos novos e difíceis de resolver porque a pressão da instantaneidade e da falta de tempo para investigar e refletir, aliada a um afrouxamento do controle editorial, levam ao decaimento dos padrões de qualidade".

Autores como João Canavilhas (2001, s/p), por outro lado, descrevem a atual situação do jornalismo online de maneira positiva. Para ele,

> a máxima 'nós escrevemos, vocês leem' pertence ao passado. Numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com crescente espírito crítico, a possibilidade de interação direta com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo web jornalismo.

Além das transformações na maneira de se produzir notícia, o usuário também pode desempenhar um papel mais exigente. Quando o leitor busca na internet uma matéria sobre um escândalo, ele tem a oportunidade de procurar um recorte substancial, de preferência com links que o levem a perfis e histórico de todos os envolvidos para, após isso, não apenas tirar suas conclusões como também opinar, seja no seu próprio blog ou no blog do jornal (SILVA, 2010).

Atualmente, veículos tradicionais de mídia também passaram a utilizar das plataformas digitais para criar laços sociais com os consumidores, possibilitando ao público que sugira pautas, produza e compartilhe conteúdos. Essa prática recebeu a denominação de jornalismo participativo ou colaborativo.

A prática do jornalismo na era digital pode ser considerada um desafio, mas com o constante crescimento do público que consome conteúdo online, é indiscutível que as redes sociais tornaram-se um elemento crucial na disseminação de informação. Logo, a sobrevivência dos veículos tradicionais está diretamente ligada à maneira como eles se adaptam a esse novo cenário midiático.

Plataformas de mídias digitais já se tornaram protagonistas na cobertura jornalística de importantes acontecimentos ao redor do mundo, muitas vezes oferecendo voz e visibilidade a usuários que de outra maneira não as teriam. O Twitter, por exemplo, é constantemente palco de diversos furos jornalísticos, como a morte do terrorista Osama bin Laden, divulgada pela primeira vez na plataforma em 2011<sup>6</sup> e a mobilização dos usuários durante a Primavera Árabe, quando a rede social foi utilizada para documentar protestos e atos de violência contra os ativistas<sup>7</sup>.

Em termos de sociabilidade, a plataforma permite a cada usuário a possibilidade de seguir quantas contas desejar (sem ter que necessariamente ser seguido de volta), publicar uma postagem (tweet), replicar o tweet de alguém (retweet ou RT), apreciar ou aprovar uma publicação (like) e se comunicar com outro usuário através de mensagens privadas (direct message ou DM) ou públicas (menções).

O Twitter também é utilizado por seus usuários como uma plataforma de segunda tela<sup>8</sup>, funcionando como ferramenta de centralização de comentários sobre a programação da TV enquanto ela acontece. Atualmente, 80% dos acessos dos usuários da plataforma são via celular<sup>9</sup>, fato que simplifica e caracteriza esse tipo de interação. Para Santaella e Lemos (2010), o Twitter atua como um meio multidirecional de captação de informações personalizadas, um veículo de difusão contínua de ideias, um espaço colaborativo no qual questões que surgem a partir de interesses dos mais microscópicos aos mais macroscópicos podem ser debatidas e respondidas.

Ao longo dos anos, a plataforma se consolidou também como meio para obtenção de conteúdo jornalístico devido às características que fazem da rede um canal propício para esse tipo de prática. Diversas coberturas jornalísticas se originaram e se

<a href="http://operamundi.uol.com.br/conteudo/noticias/18943/redes+sociais+foram+o+combustivel+para+as+revolucoes+n">http://operamundi.uol.com.br/conteudo/noticias/18943/redes+sociais+foram+o+combustivel+para+as+revolucoes+n</a> o+mundo+arabe.shtml>. Acesso em 25/03/2016.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Disponível em: <a href="http://blogs.estadao.com.br/link/morte-de-bin-laden-foi-anunciada-primeiro-no-twitter/">http://blogs.estadao.com.br/link/morte-de-bin-laden-foi-anunciada-primeiro-no-twitter/</a>. Acesso em 25/03/2016.

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Disponível em:

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> O conceito de Segunda Tela se refere à complementação de um dispositivo móvel usado pelos telespectadores para se conectar ao programa que é consumido, ajudando a promover buzz social multimídia. (Disponível em: <a href="https://www.techopedia.com/definition/29212/second-screen">https://www.techopedia.com/definition/29212/second-screen</a>>. Acesso em: 25/03/2016).

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Disponível em: <a href="https://about.twitter.com/company">https://about.twitter.com/company</a>. Acesso em: 18/03/2016.

difundiram através do Twitter, embora a rede inicialmente não tivesse sido pensada para esse propósito.

Recuero (2008) esclarece que essa apropriação aconteceu em virtude das especificidades da ferramenta, que se mostram importantes para o jornalismo, como a rapidez na publicação de informação e o acesso via ferramentas móveis.

Não são apenas as organizações jornalísticas tradicionais que utilizam do Twitter como meio para reportar acontecimentos, mas usuários comuns ganham visibilidade e geram uma prática de jornalismo colaborativo que se torna frequente, seja publicando informações em contas pessoais ou enviando-as para as de jornais.

Como resposta a esse desafio e buscando se posicionar mais fortemente como uma plataforma com foco na informação, o Twitter procurou novas maneiras de filtrar o conteúdo disponibilizado na rede e tornar as informações distribuídas mais relevantes e confiáveis. A solução foi apresentada em outubro de 2015, quando a plataforma lançou oficialmente a ferramenta Moments, que atua como mediação entre o conteúdo publicado na rede e os usuários, baseada em critérios jornalísticos.

### A ferramenta *Moments*

Lançado em outubro de 2015 nos Estados Unidos, o Moments foi criado para incentivar o aumento de publicações que possuem conteúdo audiovisual, entre os usuários do Twitter. O Brasil foi o segundo país a receber o Moments, que também é uma aposta da plataforma para aumentar a base de usuários da rede, fazendo com que os novos inscritos encontrem conteúdo relevante com mais facilidade 10.

A ferramenta organiza em cápsulas as mensagens importantes publicadas na plataforma, agrupando-as de maneira que contem uma história sobre um determinado assunto/tema.

Cada categoria funciona de forma semelhante à lógica das editorias de um jornal tradicional. As diversas cápsulas de "Momentos" – que podem ser comparadas às notícias dentro de uma editoria – reúnem tweets que são agrupados com o objetivo de contar uma história sobre o assunto em questão.

Esse recurso permite ao usuário acompanhar acontecimentos, notícias, programas de TV, entre outros, através de uma coleção de tweets multimídia em tempo

Disponível em: <a href="https://blog.twitter.com/pt/2015/twitter-lan-a-no-brasil-o-moments-bot-o-que-permite-encontrar-">https://blog.twitter.com/pt/2015/twitter-lan-a-no-brasil-o-moments-bot-o-que-permite-encontrar-</a> hist-rias-com-mais-facilidade>. Acesso em: 11/04/2016.

real. Além disso, cada *Moment* pode ser compartilhado dentro e fora do *Twitter*, além ser possível uni-los na forma de artigos de notícias.

De acordo com os organizadores da ferramenta, "o Moments destaca o melhor do que está acontecendo no Twitter entre as centenas de milhares de tweets enviados todos os dias"<sup>11</sup>, com atualizações feitas em tempo real por uma equipe de jornalistas. Esses profissionais são os responsáveis por selecionar os tweets mais relevantes para estarem em uma história, funcionando como uma espécie de curadores de conteúdo na plataforma e mediadores entre o que é postado de relevante e o público. Segundo as regras de curadoria do *Moments*:

> O Moments foi desenhado para ajudar as pessoas a encontrarem o melhor conteúdo disponível no Twitter. Nossos curadores não atuam como repórteres ou criadores de conteúdo original, mas sim organizando tweets relevantes que já existem na plataforma, dentro de uma narrativa bastante simples de ser acompanhada<sup>12</sup>.

O blog oficial do Twitter afirma que o Moments espelha o que há de relevante no cenário global ou na mídia. Entretanto, cada conjunto de informações pode ser formado apenas por histórias que se encontram exclusivamente dentro do Twitter, o que limita o quadro. Temas controversos, por exemplo, são tratados pelo *Moments* quando forem objeto de grande cobertura na imprensa tradicional ou quando tiverem repercussão no Twitter.

O Moments tenta assumir posições imparciais e isentas sobre debates ou assuntos, do mesmo modo que os veículos jornalísticos tradicionais. Essa característica pode ser verificada durante a escolha de título e descrição de uma história. O título e texto da cápsula apresentada geralmente apontam para a narração objetiva da notícia, exibindo os fatos e utilizando de fontes oficiais.

Em entrevista à Folha de São Paulo<sup>13</sup>, Leonardo Stamillo, diretor editorial do Twitter para América Latina, disse que o Moments surge como uma resposta simples que sacie a necessidade do usuário em se manter atualizado. Segundo Stamillo, 40% das pessoas que criam uma conta no Twitter buscam saber o que está acontecendo no mundo. Assim, o *Moments* foi pensado como uma experiência para suprir esse interesse.

<sup>11</sup> Disponível em: <a href="https://blog.twitter.com/pt/2015/como-os-tweets-viram-moments-manual-de-curadoria-e-princ-">https://blog.twitter.com/pt/2015/como-os-tweets-viram-moments-manual-de-curadoria-e-princpios>. Acesso em 11/04/2016.

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Idem.

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Disponível em: <a href="http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/10/1694099">http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/10/1694099</a>-Twitter-94-dos-brasileiros-nas-redes-sociaisacessam-esses-sites-todo-dia.shtml>. Acesso em: 23/02/2016.



Além disso, de acordo com os organizadores, a nova ferramenta busca respeitar as opiniões individuais dos usuários, organizando a narrativa de modo que o tweet não possa ser tirado de contexto ou distorcido. Isso porque um tweet, por ser um texto pequeno, pode ser facilmente descontextualizado quando ordenado dentro de uma narrativa maior.

Dessa forma, um tweet de anos atrás não poderá ser disposto em uma cápsula de conteúdo atual quando se tratar de uma notícia recente, por mais que o contexto do tweet se relacione com o conteúdo. Um tweet sobre as manifestações de 2012, por exemplo, nunca será utilizado para ilustrar as manifestações recentes de impeachment, ocorridas em 2016.

A ferramenta funciona por meio de uma curadoria manual realizada por jornalistas, que filtram e organizam o conteúdo distribuído na plataforma. O apelo jornalístico do Twitter é uma característica abraçada pela nova ferramenta, que é gerenciada por profissionais da área.

Para Leonardo Stamillo (2016), o Moments apresenta um diferencial que é possuir diferentes angulações e pontos de vista sobre um mesmo assunto. Para ele, a ferramenta está cada vez mais pronta para ser uma plataforma única de consumo de informação, sem necessariamente precisar ser complementada por uma mídia tradicional.

Stamillo (2016, s/p.) explica que no *Moments* "é possível, dentro de um mesmo espaço, muito rapidamente dar um panorama do que está acontecendo para o usuário". Mais ainda, uma vez que as cápsulas de *Moments* possuem links para notícias em veículos tradicionais, se o usuário sentir a necessidade de se aprofundar em um assunto específico, pode sempre ter acesso ao conteúdo da informação em outras fontes.

O lançamento do *Moments* incentiva uma discussão sobre o futuro do jornalismo na era da internet. Essa discussão vai além do conceito do webjornalista como um produtor de conteúdo multimídia e apresenta o profissional que filtra conteúdo na rede. A nova característica do papel do jornalista online trabalhando como mediador de informação ficou conhecida como Teoria do Gatewatcher:

> Diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (Gate em inglês). E quem decide isso é uma espécie de porteiro ou selecionador (o gatekeeper), que é o próprio jornalista. Ele é o responsável pela progressão na notícia ou por sua "morte", caso opte por não deixá-la prosseguir, o que significa evitar a publicação (PENA, 2016, p.133).

O termo *gatekeeper* corresponde ao profissional que atua em veículos de comunicação tradicionais, responsável por selecionar as notícias que têm potencial de publicação em detrimento de outras. Entretanto, esse papel não se faz mais necessário na internet, uma vez que no ambiente online não existem restrições em torno da quantidade de informações publicadas. Nesse cenário, surge a carência de um modelo mais completo que se adapte às operações de notícias online e a nova atuação do profissional nesse meio.

A teoria do *gatewatcher* surge como resposta a essa necessidade, retratando o jornalista não apenas como alguém que tem como papel selecionar e editar notícias. Nesse caso, o profissional funciona como uma espécie de vigia, observando os "portões de saída" de veículos tradicionais e não tradicionais, de fontes primárias de informação, buscando conteúdos relevantes assim que eles se tornam disponíveis para redirecionálos aos usuários (AZEVEDO; BARSOTTI, 2012).

O gatewatcher pode ser caracterizado como um observador, tendo como função selecionar informações relevantes dentre a abundante quantidade de potenciais notícias disponibilizadas na internet. Seu papel fundamental é divulgar notícias apontando as fontes ao invés de publicá-las diretamente, a partir de um relatório obtido mediante apuração (BRUNS, 2005). Espera-se então que o jornalista não seja treinado apenas para transformar acontecimentos em notícias, mas também para ser capaz de discernir, dentre as informações disseminadas online, as que são de fato úteis e relevantes para o público.

Nesse momento, o jornalista em vez de "liberar" ou "barrar" a publicação de notícias, como apresenta o *gatekeeping*, adota a "observação dos portões de saída de veículos de imprensa e de outras fontes de modo a identificar materiais mais importantes assim que eles se tornem disponíveis" (BRUNS, 2005, p.17).

O *Twitter* reagiu a essa necessidade e lançou o *Moments*, com jornalistas atuando como curadores de conteúdo informativo. No papel de curadoria, os profissionais não são responsáveis por criar material jornalístico na plataforma, trabalhando como mediadores de publicações relevantes.

O diretor do *Moments* destaca a importância do jornalista atuando como filtro de informação para o usuário. Uma vez que as pessoas podem ter acesso a muita informação o tempo inteiro, é dever do jornalista ajudar o leitor a ter acesso aos fatos

relevantes, uma vez que muitas vezes esse usuário só disponibilizará poucos minutos do dia para se dedicar ao consumo de informação (STAMILLO, 2016).

A partir do que foi exposto sobre o *Moments* neste artigo, apresenta-se uma análise de cápsulas selecionadas para compreender a abordagem na plataforma e compará-la com a angulação utilizada por canais de mídia tradicionais na internet.

### Estudo de Caso

O processo de impeachment de Dilma Rousseff teve andamento com a aceitação em 2 de dezembro de 2015 do presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, e consistiu em uma questão processual cujo intuito foi o impedimento da continuidade do mandato de Dilma Rousseff como a Presidente da República do Brasil.

O relatório da comissão foi positivo ao processo de impedimento. No total, 38 deputados aprovaram o relatório contra 27 que se manifestaram contrários. Pouco tempo depois, em 17 de abril de 2016, o plenário da Câmara dos Deputados aprovou o relatório com um total de 367 votos a favor do afastamento da presidente contra 137 contrários. Em 12 de maio de 2016 foi a vez do Senado, que aprovou o afastamento de Dilma da presidência até que o processo fosse concluído<sup>14</sup>.

Todo o processo foi acompanhado detalhadamente pelos principais veículos de mídia do mundo, além de ser uma notícia que repercutiu - e ainda repercute - em diversos canais de mídias sociais.

No Moments, o acompanhamento contou com uma cobertura 24 horas dos jornalistas do Twitter. Durante a cobertura, uma nova aba chamada "Impeachment" foi acrescentada aos temas-padrão do Moments (Hoje, Notícias, Esportes, Entretenimento e Diversão).

A cápsula de *Moments* contou com *tweets* de canais tradicionais de mídia, como a conta oficial do jornal O Globo e do UOL Notícias. Entretanto, apresentou, em sua maioria, tweets de brasileiros que estavam nas manifestações ao redor do Brasil.

No mesmo dia (16 de abril de 2016), o site do G1 publicou uma matéria veiculando os protestos com o título "Manifestações contra e a favor do impeachment acontecem pelo país"15.

Disponível <a href="http://veja.abril.com.br/complemento/brasil/o-voto-de-cada-deputado-no-de-cada-de-cad em: impeachment/votacao.html>. Acesso em: 04/06/2016.

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Disponível em: <a href="http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/04/manifestacoes-">http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/04/manifestacoes-</a> contra-e-favor-do-impeachment-acontecem-pelo-pais.html>. Acesso em: 27/05/2016.

A matéria apresentou um bloco de texto para cada estado onde aconteciam as manifestações, expondo o local onde os atos aconteceram, o número de pessoas presentes e outras informações relevantes sobre o andamento dos protestos, além de fotos e vídeos ilustrando o acontecimento.

Nesse caso, a matéria do *Moments* foi menos aprofundada quando comparada com a do G1, no entanto, expôs um olhar mais próximo das pessoas que estavam no local em tempo real. A escolha de abordagem partiu da premissa do que Stamillo (2016) reconhece como o futuro do jornalismo. Para ele, não adianta contar o que está acontecendo. O público espera ver exatamente sobre o que o jornalista está falando e desfrutar de uma experiência de consumo intensa e próxima.

O dia de votação do Impeachment na Câmara dos Deputados também contou com uma cobertura 24 horas pelo *Moments*. A cápsula de *Moments* foi um compilado de *tweets* de contas oficiais de veículos de comunicação na web. Publicações das contas do *Correio Braziliense*, *Metrópoles* e *Rádio BandNews FM* foram algumas das que estavam presentes no *Moments*. A maior parte dos *tweets* nesse caso continham o link para as matérias originais dos veículos, dando a opção ao leitor de, caso desejasse, ler a notícia completa e com detalhes.

Stamillo (2016) explica que em casos como esse, os veículos de comunicação tradicionais enxergam o *Moments* como uma possibilidade de capturar uma audiência que não necessariamente estaria consumindo informação na plataforma deles, mas que pode ir para lá por causa disso. Nesse momento, o *Moments* acaba se tornando mais um ponto de acesso para o veículo de mídia.

O diretor do *Moments* esclarece ainda que mesmo quando um *Moments* é grande, ele apresenta cerca de 20 *tweets* nas cápsulas. Se considerarmos que cada um desses 20 *tweets* possui 140 caracteres, uma cápsula de *Moments* apresenta um total de 2800 caracteres. Esse número é baixo se comparado com o texto de uma reportagem. De fato, se o usuário busca um aprofundamento em uma informação, é interessante que ele utilize os meios tradicionais para isso. Entretanto, ele pode realizar o caminho de sair do *Moments*, ir para o veículo tradicional através do link nos *tweets* e voltar em seguida.

Dar ao usuário a opção de escolha entre se manter informado apenas pelo que é disponibilizado no *Moments* ou se aprofundar nos links pode ser considerado uma forma de direcionar o olhar do leitor e prevenir a sobrecarga de informação, conforme apresentado por Santaella e Lemos (2010). As autoras explicam que devido ao aumento

no volume de informação disponível na rede, é importante encontrar o equilíbrio entre as diversas demandas que competem pela atenção do usuário.

Outra importante abordagem realizada pelo *Moments* foi procurar explicar aos usuários do *Twitter* o que aconteceria caso Dilma fosse afastada do cargo de presidente. A cápsula agrupou *tweets* tanto de veículos tradicionais, quanto de formadores de opinião, jornalistas e usuários do *Twitter*. A publicação da conta do Senador do Sergipe, Eduardo Amorim, e do jornal *Nexo* foram algumas das selecionadas.

Voltado para um viés econômico, em 18 de abril de 2016, um dia após a decisão da Câmara, o *Moments* publicou uma cápsula com o objetivo de informar a movimentação do dólar. As 11 publicações que foram incluídas na cápsula eram todas de contas oficiais de natureza econômica. Dentre elas estavam as da *Época Negócios*, *Info Money* e *G1 Economia*. O *Moments* informou a situação da moeda americana e da Bolsa. Todos os *tweets*, novamente, apresentaram o link para o site da notícia completa.

Logo após a votação da Câmara dos Deputados, o *Moments* decidiu publicar uma cápsula de angulação internacional. Nesse caso, foram agrupados *tweets* de veículos de mídia internacionais e, em seguida, a conta do @MomentsBrasil realizava a tradução das publicações. A cápsula agrupou *tweets* de importantes canais como, por exemplo: *Bloomberg*, *The Guardian*, *Wall Street Journal* e *Clarín*.

Em diferentes períodos, o *Moments* buscou apresentar uma angulação diferenciada e interessante para o público do *Twitter*. Durante a cobertura do processo de impeachment, variadas cápsulas de *Moments* utilizaram de uma abordagem divertida para os usuários.

Conforme Stamillo (2016) reforça, é importante que existam *Moments* que possuam um olhar único do usuário do *Twitter*. E, mais do que isso, é importante criar algo divertido. Para ele, é necessário que o usuário consuma um conteúdo prazeroso, de forma que vá se relacionar com aquele conteúdo.

A cápsula de "Memes do Impeachment" compilou os *tweets* mais engajados e divertidos sobre o assunto. Com fotos e muitos GIFs, o *Moments* apresentou publicações de usuários do *Twitter* e criadores digitais da plataforma.

Outro *Moments* que destacou conteúdo interessante para o público da plataforma foi o "O que os artistas falam sobre o impeachment". Nele, *tweets* de diversas celebridades sobre o processo de impeachment foram agrupados juntos. Dentre eles estavam as publicações de Bruno Mazzeo, Xico Sá, Fernanda Paes Leme e PC Siqueira.



Se para Stamillo (2016) o principal diferencial do *Moments* é a possibilidade de ter várias angulações e pontos de vistas diferentes sobre um mesmo assunto, expor ao usuário diferentes opiniões de pessoas relevantes da mídia é uma maneira de fazer isso.

A preocupação por parte do *Moments* em disponibilizar angulações diferenciadas se relacionam à afirmação de Nilson Lage (2016), que explica que é dever do jornalista se preocupar em saber se a informação tem importância ou desperta interesse do público, bem como ressaltar essa importância ou interesse mantendo a conformidade com os fatos.

Outra abordagem interessante para os usuários realizada pela ferramenta foi a de interação. Em sua conta oficial, o Moments realizou enquetes com os usuários sobre assuntos relacionados ao impeachment.

A proposta de interação *Moments* vai ao encontro da ideia apresentada por Canavilhas (2001) de que a interatividade é uma das características mais representativas do jornalismo em rede. Ela constrói um relacionamento imediato, pois permite que o leitor interaja e engaje com o conteúdo. Ainda, de acordo com o autor, é necessário construir a possibilidade de interação direta com o produtor de notícias ou opiniões, uma vez que o webjornalismo possibilita esse trunfo.

O processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff foi responsável por 80% da audiência de domingo no *Moments*. Durante a votação da Câmara dos Deputados, entre 00h e 20h do dia 17 de abril de 2016, houve no Twitter mais de 7 milhões de menções globais a termos relacionados ao impeachment. De acordo com o Valor Econômico<sup>16</sup>, esse número é equivalente a quase o triplo das citações feitas às manifestações contrárias ao governo e ao PT. A hashtag #ImpeachmentDay liderou a lista dos Treding Topics durante o dia e às 20h45 já reunia mais de 1.4 milhões de tweets.

Uma das contas oficiais do Twitter Brasil, @TwitterMediaBR publicou dois gráficos sobre a repercussão do processo de impeachment no Twitter. Um deles foi referente ao número de menções sobre o assunto na plataforma. No gráfico é possível ver os momentos de maior conversa no Twitter. O maior pico foi durante o voto do deputado Tiririca, seguido pelo do deputado Bruno Araújo.

<sup>16</sup> Disponível em: <a href="http://www.valor.com.br/politica/4527351/numero-de-mencoes-ao-impeachment-explode-no-de-mencoes-ao-impeachment-explore-no-de-mencoes twitter>. Acesso em: 27/05/2016.

Um segundo gráfico de curiosidade aponta os emojis mais utilizados durante a votação. O vencedor foi a figura de risada, seguido pelas palmas e a bandeira do Brasil, respectivamente.

A cobertura do impeachment ocorreu durante um longo período de tempo e contou com diversas cápsulas de *Moments* diariamente, conforme apresentado anteriormente. Nesse sentido, a ferramenta conseguiu abordar diversos temas e angulações. A pauta obteve uma cobertura que, apesar de factual, dispôs de diversas suítes jornalísticas acerca do tema principal.

### Conclusão

O *Moments* surge em meio a discussões sobre os caminhos do jornalismo na sociedade atual, reforçando a ideia de que mesmo diante de um cenário de mudanças tecnológicas, ainda é necessário haver profissionais atuando de forma a garantir veracidade a todas as informações noticiadas a qualquer que seja o receptor.

Ao longo da a história do jornalismo, sempre foi necessário realizar adaptações e apropriações tecnológicas para atingir seu propósito. Seja com o surgimento do rádio e, posteriormente, da televisão, ou com a criação de editorias e novos formatos de textos jornalísticos e teorias, o jornalismo sempre precisou se adaptar às mudanças ocorridas na sociedade a fim de garantir sua sobrevivência e relevância.

Adriana Barsotti (2012, s/p.) reforça a utilidade do jornalista contemporâneo, uma vez que a internet possibilitou o acesso direto à informação e até mesmo à publicação. Haveria ainda sentido para o jornalismo? A autora cita o professor Caio Túlio Costa, que reconhece que "o jornalismo segue firme com a sua capacidade de publicação e análise dos fatos. Ele não perde credibilidade. Ele perde o monopólio da informação, mas não perde sua capacidade de mediação".

Assim, parece ser possível entender que iniciativas como o *Moments* não se dispõem a substituir a necessidade de um jornalismo tradicional. A ferramenta reforça a necessidade da existência de um jornalista que funciona como um elemento central num ecossistema midiático onde o excesso de informação disputa a atenção do usuário. É um jornalista com função de mediador, filtrando conteúdo a fim de garantir credibilidade em meio a tanta informação disponível na web. A importância da ferramenta e da curadoria do jornalista foi ressaltada no lançamento, em março 2017, do *Moments Analytics*, que não apenas apresenta métricas de engajamento para marcas e

influenciadores, mas também fornece dados para que veículos de comunicação entendam e ampliem suas estratégias e usos.

Além disso, os jornalistas responsáveis também podem ter uma visão mais completa das visualizações, principalmente as feitas até o final, possibilitando também uma seleção de notícias mais apropriada ao perfil do público que se informa via *Twitter*.

### Referências

ALEXANDER, Bryan. Web 2.0: A new wave of innovation for teaching and learning? EDUCAUSE Review, v. 41, n. 2, p. 32-44, 2006.

AZEVEDO, L.; BARSOTTI, A. Mobilizar a audiência: uma experiência contemporânea no jornalismo on-line, 2012. Disponível em: <a href="http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/artigo1\_25.pdf">http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/artigo1\_25.pdf</a>>. Acesso em: 24/04/2016.

BARSOTTI, A. **Jornais sempre se reinventaram**. 2012. Disponível em: <a href="http://oglobo.globo.com/brasil/jornais-sempre-se-reinventaram-5554299">http://oglobo.globo.com/brasil/jornais-sempre-se-reinventaram-5554299</a>>. Acesso em 29/05/2016.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. Nova York: Peter Lang, 2005.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo – considerações gerais sobre jornalismo na web**. Universidade da Beira Interior. I Congresso Ibérico de Comunicação, 2001. Disponível em: <a href="http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf">http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf</a>>. Acesso em: 07/04/2016.

GRADIM, A. O jornalista multimédia do século XXI. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003.

JONES, B. Web 2.0 **Heroes: Entrevistas com 20 influenciadores da Web 2.0**. São Paulo: Digerati books, 2009.

LAGE, N. Estrutura da notícia. São Paulo: Ática, 2006.

PENA, F. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2006.

RECUERO, R. **Redes de Filiação e Redes Emergentes: Análise do Twitter**. Disponível em:<a href="http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redes\_de\_filiacao\_e\_redes\_emergentes\_analise\_do\_Twitter.html">http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redes\_de\_filiacao\_e\_redes\_emergentes\_analise\_do\_Twitter.html</a>>. Acesso em: 07/03/2016.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SILVA, G. R. **O Jornalista e a Internet. Novos Jornalistas: para entender o jornalismo hoje**. Disponível em: <a href="http://pt.slideshare.net/desenvolveti/ebook-novosjornalistas">http://pt.slideshare.net/desenvolveti/ebook-novosjornalistas</a>>. Acesso em: 25/05/2016.

STAMILLO, L. **Considerações sobre o** *Moments*. Rio de Janeiro, 17/05/2016. Entrevista a Yasmin Dias.