



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Ciência da Informação
Curso de Graduação em Biblioteconomia

A PLATAFORMA X (ANTIGO TWITTER) COMO FONTE DE INFORMAÇÃO

Lucas Alves Duque

Orientadora: Profa. Dra. Rita de Cássia do Vale Caribé

Brasília

2025

Lucas Alves Duque

A PLATAFORMA X (ANTIGO TWITTER) COMO FONTE DE INFORMAÇÃO

Monografia apresentada como parte das
exigências para obtenção do título de
Bacharel em Biblioteconomia pela
Faculdade de Ciência da Informação da
Universidade de Brasília

Orientadora: Profa. Dra. Rita de Cássia do Vale Caribé

Brasília

2025

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: A plataforma X (antigo Twitter) como fonte de informação

Autor(a): Lucas Alves Duque

Monografia apresentada em **10 de julho de 2025** na Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador(a): Dra. Rita de Cássia do Vale Caribé (FCI/UnB)
Membro Interno: Dra. Fernanda de Souza Monteiro (FCI/UnB)
Membro Interno: Dr. Alberth Sant'ana Costa da Silva(FCI/UnB)



Documento assinado eletronicamente por **Rita de Cassia do Vale Caribe, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Ciência da Informação**, em 25/07/2025, às 12:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Fernanda de Souza Monteiro, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Ciência da Informação**, em 25/07/2025, às 16:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Alberth Sant'Ana Costa da Silva, Usuário Externo**, em 28/07/2025, às 14:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.unb.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **12932982** e o código CRC **69B70C08**.

Referência: Processo nº 23106.068772/2025-22

SEI nº 12932982

Ficha catalográfica

D946

DUQUE, Lucas Alves.

A plataforma X (antigo Twitter) como fonte de informação / Lucas Alves Duque. – Brasília, 2025.

- f.

Orientação: Profa. Dra. Rita de Cássia do Vale Caribé

Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, Curso de Biblioteconomia, 2025.

Dedico este trabalho a minha orientadora,
familiares, amigos e a todos que contribuíram
para a minha formação.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Rita de Cássia do Vale Caribé, por ter aceitado me orientar e por acreditar no meu trabalho e neste tema, mantendo-se sempre muito acolhedora e compreensiva. Aproveito para agradecer à Professora Fernanda Monteiro por também ter colaborado bastante com o desenvolvimento deste trabalho em outro momento.

Aos meus pais e à minha família por estarem presentes comigo e acreditarem em minha capacidade.

Aos meus amigos do curso de Biblioteconomia, Yonara, Pedro, Kamila, Gabriela por compartilharem comigo esta jornada e por terem contribuído para que a minha graduação fosse tranquila em meio ao caos.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a plataforma X (antigo Twitter) como uma fonte de informação na sociedade contemporânea, destacando suas funcionalidades, potencialidades e limitações na produção, disseminação e consumo de conteúdos informacionais. A pesquisa fundamenta-se em uma revisão bibliográfica e análise de publicações relacionadas à plataforma, explorando aspectos como a dinâmica de publicação em tempo real, a interatividade dos usuários e o impacto social das informações compartilhadas na plataforma. Foram utilizados métodos de busca em plataformas digitais, além da análise de métricas de alcance e engajamento, para compreender o funcionamento do X como fonte de informação. Os resultados indicam que o X se configura como uma fonte dinâmica e multifacetada, que combina informações primárias e secundárias, influenciando a formação de opinião pública e a disseminação de acontecimentos sociais relevantes. Além disso, o estudo discute as limitações da plataforma, como a velocidade na circulação de informações e o risco de disseminação de informações incorretas ou tendenciosas. Conclui-se que o X representa-se como uma importante fonte de informação no contexto digital, demandando dos bibliotecários competências críticas e técnicas para lidar com seus desafios e potencialidades, para promover uma utilização responsável e consciente na busca pela qualidade informacional.

Palavras-chave: Plataforma X; fonte de informação; rede social; disseminação de conteúdo.

ABSTRACT

This work aims to analyse the X platform (formerly Twitter) as a source of information in contemporary society, highlighting its functionalities, potentialities, and limitations in the production, dissemination, and consumption of informational content. The research is based on a bibliographic review and analysis of publications related to the platform, exploring aspects such as real-time publishing dynamics, user interactivity, and the social impact of the information shared on the platform. Methods including searches on digital platforms and the analysis of reach and engagement metrics were employed to understand how X functions as a source of information. The results indicate that X is a dynamic and multifaceted source that combines primary and secondary information, influencing public opinion formation and the dissemination of relevant social events. Additionally, the study discusses the platform's limitations, such as the speed of information circulation and the risk of spreading incorrect or biased information. It concludes that X represents an important information source in the digital context, requiring information professionals to possess critical and technical skills to address its challenges and potentialities, thereby promoting a responsible and conscious use in the pursuit of informational quality.

Keywords: X platform; information source; social network; content dissemination

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Publicação de Chris Messina sobre as <i>hashtags</i>	19
Figura 2 - Usuário usando <i>hashtag</i> para falar sobre os protestos.....	22
Figura 3 - Perfil Coronavírus Brasil publicando sobre a pandemia	23
Figura 4 - Publicação do perfil de Donal Trump no X falando sobre as eleições e protesto no capitólio	26
Figura 5 - Jack Dorsey, um dos fundadores do X, falando sobre o aumento de caracteres.	27
Figura 6 - Usuária aponta não saber de alguém se queixar da quantidade de caracteres que havia antes da alteração.	28
Figura 7 - Nuvem de palavras usada no programa Encontro da Rede Globo	29
Figura 8 - Publicação de Nath Finanças no X sobre reembolso	30
Figura 9 - Nath Finanças troca informações com outro usuário sobre as taxas dos bancos.....	31
Figura 10 - Publicação do site G1 no X com link de acesso para uma reportagem no site.....	33
Figura 11 - Publicação do perfil do jornal Folha de São Paulo introduzindo sua <i>Thread</i>	34
Figura 12 - Publicação de Elon Musk sobre o X se tornar uma fonte de informação precisa..	35

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	CONSTRUINDO O OBJETO DE ESTUDO	12
2.1	Definição do problema e justificativa.....	12
2.2	Objetivos da pesquisa	13
2.2.1	Objetivo geral	13
2.2.2	Objetivos específicos	13
3	REVISÃO DE LITERATURA	13
3.1	Fontes de informação.....	13
3.2	Redes sociais	16
3.3	A plataforma X	17
3.3.1	Principais funcionalidades da plataforma X.....	19
3.4	A plataforma X como fonte de informação	20
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	24
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	26
5.1	Atualização em Tempo Real.....	26
5.2	Diversidade de pontos de vista	27
5.3	Acesso a Especialistas e Fontes Primárias	29
5.4	<i>Links</i> para Fontes Externas	32
5.5	A desinformação como limitação no X	34
6	DISCUSSÃO E CONCLUSÃO.....	37
	REFERÊNCIAS	39

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, as redes sociais representam uma das principais fontes de informação e comunicação, transformando a maneira como indivíduos e organizações acessam, compartilham e disseminam conhecimentos. Entre essas plataformas, destaca-se a plataforma X, um *microblog* criado em 2006 com o nome Twitter, que se consolidou como um espaço de rápido fluxo de informações, debates públicos e mobilizações sociais em tempo real.

O presente trabalho propõe analisar a plataforma X como uma fonte de informação, investigando suas funcionalidades, potencialidades e limitações no contexto da produção e disseminação de informação. A relevância desse estudo reside na crescente influência do X na formação de opinião pública, na cobertura de eventos de interesse social e na sua utilização por diversos atores, incluindo cientistas, jornalistas, governantes e ativistas.

Para isso, foram estabelecidos como objetivos compreender as características que tornam o X uma plataforma capaz de oferecer informações atuais e relevantes, além de refletir sobre os aspectos que envolvem a responsabilização e os debates acerca de sua regulação e possíveis censuras. A pesquisa também aborda a dinâmica de publicação em tempo real, a interação dos usuários, e os impactos que a plataforma tem na esfera pública e na formação de conhecimento.

Contudo, apesar de seu dinamismo e capacidade de influenciar a disseminação de acontecimentos sociais relevantes, o X também apresenta limitações significativas, como a velocidade na circulação de informações e o risco inerente de disseminação de informações incorretas ou tendenciosas (desinformação). Dada essa complexidade, compreende-se que os profissionais da Ciência da Informação necessitam de um entendimento aprofundado de suas funcionalidades e desafios para promover uma utilização responsável e consciente na busca pela qualidade informacional.

Ao longo deste trabalho, pretende-se evidenciar o papel do X não apenas como uma rede social, mas, sobretudo como uma fonte de informação que influencia e molda o cenário informacional atual, contribuindo assim para uma reflexão sobre o seu uso e sua importância na sociedade.

Diante deste cenário, a pesquisa busca responder à seguinte questão: De que forma o X (antigo Twitter) se configura como uma fonte de informação na sociedade contemporânea,

e quais são as contribuições de suas funcionalidades para a qualidade informacional veiculada na plataforma?

2 Construindo o objeto de estudo

2.1 Definição do problema e justificativa

A pesquisa proposta justifica-se por apontar a rede social X como uma fonte de informação e o que as suas funcionalidades contribuem para uma informação de qualidade na plataforma.

Desde 2006, o X apresentou diversas funcionalidades que influenciaram outras redes sociais e até mesmo em meios de comunicação tradicionais, como a rádio e TV. Essas funcionalidades também moldaram como a informação seria apresentada para os usuários da rede, sendo algumas delas criadas através de demandas dos próprios usuários.

A plataforma X foi escolhida para ser abordada neste trabalho por apresentar uma dinâmica diferente das outras redes sociais como, por exemplo, o fato do conteúdo publicado pelos usuários estar mais concentrado em textos e imagens ou vídeos, além de ser uma das redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros, onde o Brasil ocupa o terceiro lugar nos países que mais utilizam o X, perdendo apenas para o Japão e Estados Unidos (We are Social, 2023, on-line).

Para a Biblioteconomia e Ciência da informação, este trabalho pode apontar como os profissionais da ciência da informação devem estar a par dos novos meios de comunicação, cientes das atualizações que podem vir desses meios, como o comportamento dos usuários e de que forma eles utilizam a informação disponível nas redes sociais.

Tendo em vista essas novas situações que se configuram na contemporaneidade, compreende-se que temas como política, cultura e regime informacional devem fazer parte de uma agenda constante de pesquisa de fontes de informação e competência em informação e também de reivindicações dos mais diversos segmentos ligados à área da informação, pois intrinsecamente a essas questões encontram-se as competências a serem adquiridas pelos atores sociais. (Gomes; Dumont. 2015, p. 142).

É relevante que os profissionais da informação no geral, estejam a par do que é debatido em relação ao papel das redes sociais como fonte de informação, desinformação, disseminação de mensagens enganosas e métodos para melhorar a qualidade das informações acessadas pelos usuários destas redes sociais.

Também pode revelar que os profissionais da ciência da informação devem estar discutindo junto às outras áreas, o que pode ser melhorado futuramente sobre informação nas redes sociais.

2.2 Objetivos da pesquisa

2.2.1 Objetivo geral

- Analisar as potencialidades da plataforma X (antigo Twitter) como fonte de informação, suas funcionalidades, usos e impactos como fonte de informação na sociedade contemporânea.

2.2.2 Objetivos específicos

- caracterizar fontes de informação;
- analisar as características e funcionalidades do X;
- investigar eventos sociais, tecnológicos e culturais que impactaram no uso da plataforma X como fonte de informação.

3 REVISÃO DE LITERATURA

3.1 Fontes de informação

A informação está disponível através de vários meios de comunicação na sociedade atual, seja no celular, na televisão, no rádio, na internet e outros. Esses meios têm sido amplamente utilizados graças ao avanço das tecnologias de informação e comunicação. Entretanto, se faz necessário conhecer as fontes de informação disponíveis e seu conteúdo, principalmente em se tratando da internet, onde as redes sociais têm estado presentes na comunicação e na troca de informação entre as pessoas, tornando relevante observar como os usuários utilizam as redes e como são algumas dinâmicas da informação nessas plataformas.

Apesar desta abundância de informação e de dados disponíveis, também é perceptível a existência de dificuldade para se recuperar informações na internet devido ao volume e a pouca organização como aponta Tomaelet *al* (2014, p. 2), “apesar dos sites de

busca disponíveis na internet, a recuperação da informação é morosa, sem qualidade, com baixa revocação, enganosa e, em muitos casos, inexecutável.”

Outro apontamento importante feito pelas autoras é sobre a questão da dinâmica de surgimento de novas fontes de informação em meio eletrônico, que segundo elas, são organizadas em estruturas multimídias, sendo diferentes das fontes tradicionais (Tomalet *et al*, 2014.).

As redes sociais podem se encaixar nessa classificação dada pelos autores se forem levadas em consideração que muitos conteúdos dessas redes vêm, atualmente, de publicações multimídias feitas pelos usuários e, também, pelos gestores destas plataformas.

Voltando às fontes de informação, é preciso identificar o que elas são. No conceito trazido por Araujo e Fachin (2015):

Uma fonte de informação pode ser um documento, um link, fotografia, áudio, base de dados ou um repositório, em tempos de web 4.0, acrescenta-se fonte de informação o armazenamento de documentos em nuvem. Fonte de informação pode ser qualquer coisa, tem a característica de informar algo para alguém, por esse motivo é abrangente a sua aplicação (Araujo; Fachin, 2015, p. 83).

Pelo conceito apresentado pelos autores, as fontes de informação são bem variadas, podendo vir em diferentes formatos, incluindo áudios, vídeos, imagens, textos etc., mas trazendo consigo o papel de informar, também corroborando com o conceito de Tomaelet *et al* (2014) sobre as fontes de informação estarem sendo organizadas em estruturas multimídias.

Além de se apresentar em diferentes meios, as fontes de informação possuem tipos, que variam de acordo com o meio que se utiliza para ter acesso. Para que seja possível compreender melhor como estas fontes se apresentam, Passos e Barros (2009) classificam os tipos de fontes de informação da seguinte forma:

[...] as fontes **primárias** de informação são aquelas que contêm a informação como apresentada na sua forma original, inteira, isto é, não condensada e nem resumida, não selecionada e nem abreviada. As fontes **secundárias** se caracterizam por conter informações retiradas das fontes primárias. Os conhecimentos são apresentados de forma sintética em alguns casos, analítica em outros, segundo uma ordenação ou sistematização que facilita a consulta. Já as fontes **ocasionais**, são representadas pelas seções de divulgação que podem ser utilizadas em certos casos pelos usuários. (Passos; Barros, 2009, p. 121).

Mueller (2000) complementa sobre os tipos de fontes de informação, segundo a qual as fontes primárias não são organizadas dificultando muitas vezes a sua identificação e localização. Sobre fontes secundárias a autora explica que são fontes que geralmente se

organizam por grupos temáticos ou de assunto, como dicionários, tabelas e enciclopédias. Sobre as fontes terciárias a autora explica que são as fontes que guiam o usuário até as fontes primárias e secundárias, como as bibliografias, catálogos, entre outras.

Outro conceito, desta vez apontado por Vital (2006), trata-se da classificação das fontes de informação em fontes formais e informais.

As fontes e os canais informacionais podem ser categorizados em dois tipos: formais e informais. **Fontes formais** são aquelas obtidas através de publicações, livros, periódicos, teses, patentes, entre outras. **Fontes informais** são conversas, seminários, contatos telefônicos, fornecedores, *folders*, entre outras. O que difere uma da outra basicamente é o suporte e o nível de processamento ao qual a informação foi submetida. Informação disponibilizada de forma organizada e estruturada é considerada formal (Vital, 2006, p. 303).

Muitos dos conceitos apresentados até aqui remetem às fontes impressas, porém com o advento da internet e de outros meios de comunicação como a TV, o rádio e, também com o crescimento das mídias no geral, houve uma nova perspectiva diante do conceito de fonte de informação e de seu uso.

Fachin e Araújo (2015, p. 87) falam mais sobre o conceito que elas denominam de fonte de informação eletrônica, focado no seu uso na ciência e sobre como os meios facilitaram o acesso veloz às informações. Os autores atribuem às fontes de informação eletrônica o aumento de publicações científicas e, também, a facilidade de comunicação entre os cientistas devido ao acesso a meios como disquetes, CD-roms, e-Books, bases de dados e, também, as redes sociais.

Além dos recursos apresentados até aqui, pode-se destacar outros. No livro *Introdução às Fontes de Informação*, dos autores Bernadete Campello e Paulo da Terra Caldeira (2007), que se trata de uma coletânea, os autores apontam como fontes de informação também os jornais, enciclopédias, dicionários, fontes bibliográficas, fontes de informação geográfica, bibliotecas, arquivos, museus e a internet.

Sobre a internet há uma percepção sobre mudanças na dinâmica de como a sociedade se relaciona e vive, conforme ocorrem evoluções nas tecnologias dentro da internet, como observam Campello, Caldeira e Guimarães (2007, p. 159):

Devido à Internet, a sociedade vem se transformando de forma dinâmica e, aparentemente, sem precedentes na nossa história. O governo, os negócios, as universidades e uma grande parte da população dos países desenvolvidos já começam a depender demasiadamente da Internet. Uma parte significativa dos principais recursos, antes disponíveis apenas em bibliotecas, pode ser acessado hoje de forma *on-line* na Internet. Máquinas de busca procuram respostas para praticamente qualquer consulta na rede. “Indivíduos e empresas de pequeno porte podem ter uma exposição mundial”.

Na visão dos autores, a Internet expandiu a facilidade de comunicação, mas também de exposição, seja de pessoas, grupos e empresas, destacando a facilidade de ter acesso a documentos através de buscas na Internet.

Com a variedade de fontes de informação, fica a cargo do bibliotecário conhecer essas fontes de informação de forma que seja possível entender o funcionamento e as características de cada uma delas, como defende Beckman e Silva (1967), ao afirmar que:

As fontes de informação constituem o lugar de origem, de onde a informação adequada é retirada e transmitida ao seu usuário. Seu conhecimento não é atributo exclusivo ao bibliotecário, mas só este possui o dever de conhecê-las todas, nas suas características intrínsecas e no seu modo de utilização em relação à demanda das diversas classes profissionais (Beckman; Silva. 1967, p. 5).

Na visão dos autores, as fontes de informação também são de conhecimento de outros profissionais, mas que o bibliotecário como profissional da informação, tem por obrigação aprofundar-se nesse conhecimento tanto em questão de funcionamento quanto de estrutura de uma fonte de informação para que, dessa forma, seja possível auxiliar no seu uso para os usuários.

É também de grande relevância que os bibliotecários estejam atentos às fontes de informação e sobre a discussão sobre elas na sociedade atual, já que estas fontes atualmente estão a evoluir junto à sociedade.

3.2 Redes sociais

Dentre as facilidades presentes na Internet pode-se destacar que as redes sociais se tornaram presentes na vida dos usuários da rede, à procura de interação e comunicação, individuais ou entre grupos.

Estas interações presentes nas redes sociais também passaram por evoluções, principalmente com a implementação de arquivos multimídia nessas redes, como a possibilidade de publicar vídeos, imagens etc. Através do uso desses recursos os usuários também passaram a utilizá-los para informar, compartilhar informação e, também, fazer humor (Cerigatto; Casarin, 2017).

Para apontar as redes sociais como fonte de informação antes é necessário entender o que são as redes sociais. Para Marteleto (2001, p. 72), são o “[...] conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses partilhados”. A autora também afirma que nas redes sociais os elos informais e as relações são valorizadas em detrimento das estruturas hierárquicas (Marteleto, 2001, p. 72), ou seja, os usuários

geralmente têm uma relação mais horizontal, onde todos possuem sua própria forma de se expressar e se dirigir àqueles presentes naquele ambiente virtual.

Conforme o conceito de redes sociais como espaço de conexão e compartilhamento, Marteleto (2010) classifica essas redes em dois tipos de acordo com as ciências sociais:

As redes primárias, relativas às interações cotidianas entre as pessoas (familiaridade, parentesco, vizinhança, amizade etc.) no processo de socialização. Trata-se de processos autônomos, espontâneos e informais. As redes secundárias, formadas pela atuação coletiva de grupos, organizações e movimentos que defendem interesses comuns e partilham conhecimentos, informações e experiências orientados para determinados fins (Marteleto. 2010, p. 30-31.).

As redes sociais têm estado cada dia mais inseridas na sociedade através das plataformas como Instagram, X, Facebook, Youtube, Tik Tok entre outras. Essas redes sociais são responsáveis por modificar a forma como as pessoas interagem no meio virtual, expondo de forma direta seus interesses, conhecimentos, curiosidades e outras características que sirvam para criar interações.

Diante deste cenário de mudanças e novas perspectivas em relação às redes sociais, Pedrão (2020) aborda como tem se dado o comportamento dos usuários:

As redes mudaram a forma como nos relacionamos com outras pessoas, a maneira que entendemos amizade e vêm influenciando nossos hábitos cada vez mais. A maneira como vivemos nossas rotinas e nos organizamos foram afetadas pelos hábitos de postagens e compartilhamentos. A economia mudou e muito das ações de grandes empresas estão baseadas na forma como o público se comporta nessas redes (Pedrão, 2020, p. 276).

Ainda sobre as mudanças trazidas pelas redes sociais, há o fato de que atualmente os usuários publicam, comentam e trazem notoriedade a situações, eventos ou reclamações antes mesmo de algo se tornar uma notícia nos meios de comunicação tradicionais, como rádio, TV, jornal etc.

Estas características podem apontar de que forma os usuários utilizam as redes sociais para se informar e também informar aos outros, seja republicando algo que outra pessoa postou ou fazendo a própria postagem com algum assunto novo, podendo receber a contribuição de quem tenha conhecimento sobre o tema e, assim, contribuindo para o conhecimento de outras pessoas.

3.3 A plataforma X

O X foi criado em 2006, por Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone e Evan Williams com o nome de *Twitter*. Anos depois passou a se chamar X, assim batizado pelo novo

proprietário Elon Musk. A proposta inicial era criar uma plataforma que funcionasse como um *SMS*, já existente nos telefones celulares, usado para enviar mensagens curtas de um telefone para outro. No X, a ideia era que as mensagens fossem atualizadas em tempo real, algo como um mural e com no máximo de 140 caracteres.

O X é uma plataforma de *microblog*, que basicamente é um espaço para conteúdo mais curto e direto. Neste tipo de plataforma os usuários utilizam informações rápidas como atualizações de status, pensamentos, notícias, *links*, tudo em um número limitado de caracteres.

Para entender melhor o que significa *microblog*, a plataforma de gestão de redes sociais Sprout Social, define como:

O *microblog* é uma combinação de mensagens instantâneas e produção de conteúdo. Com o *microblog*, você compartilha mensagens curtas com um público online para aumentar a interação. Canais sociais como Twitter, Instagram, Facebook e Pinterest oferecem plataformas de *microblog* populares (Sprout Social, 2025, on-line).

Segundo a *Weare Social*, no começo de 2023, estimava-se que o X contava com 24,3 milhões de usuários no Brasil e 372,9 milhões mundialmente, fazendo dele uma das redes sociais mais utilizadas tanto no Brasil quanto no mundo.

No X existem nomes específicos para algumas ações que os usuários podem fazer na plataforma, algumas destas ações receberam nomes característicos dados pelos próprios usuários da plataforma. Rodrigues, Cardoso e Melo (2009), apontam alguns destes nomes:

No Twitter, o usuário é conhecido como “twitteiro”, que escreve “*tweets*” (*posts*) e pode responder e ser respondido através dos “*replies*”. Além disso, há a possibilidade de ter “seguidores” (pessoas que acompanham as postagens) e a de “seguir” as postagens de alguém (Rodrigues; Cardoso; Melo, 2009, p. 9).

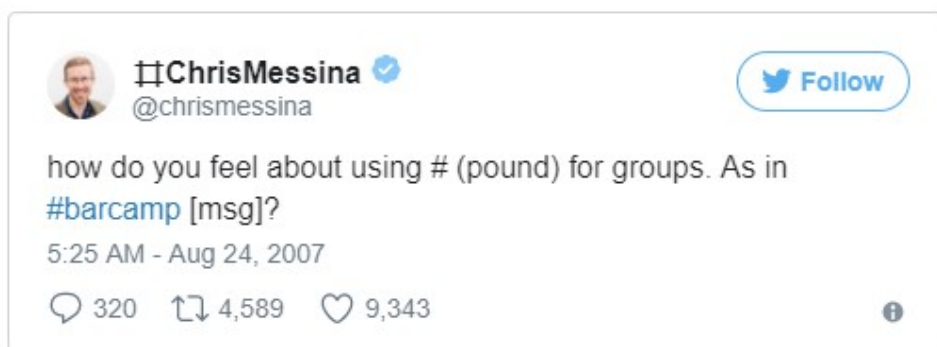
É através destas ações que os usuários criam relações na plataforma, pois assim as interações ocorrem e se intensificam, ou seja, quando republicam, curtem, comentam e marcam outros usuários em publicações, eles estão reforçando as correlações entre as pessoas e as informações publicadas (Araújo; Fachin, 2015).

No X, os usuários compartilham suas informações basicamente através dos *tweets* e a partir deles as outras interações são possíveis. Para Santana Júnior et al. (2014) as ligações entre os usuários ocorrem em dois momentos: quando os usuários decidem seguir os outros e quando o usuário retweeta a mensagem de outro usuário que aparece na sua linha do tempo.

Apesar de terem surgido outras formas de interação, estas ainda continuam sendo as básicas, evoluindo para as outras interações como comentar o *post* como nova publicação e responder um *tweet*.

Uma funcionalidade iniciada no X são as *hashtags* que passaram a ser utilizadas pelos usuários para levar destaque a determinado assunto abordado por eles após o designer de interfaces, Chris Messina, propor o uso da *hashtag* para criar grupos temáticos (figura 1).

Figura 1 – Publicação de Chris Messina sobre as *hashtags*



Fonte: X(2025, on-line)

Implementações como as *hashtags* e o aumento de caracteres são características que podem apontar as evoluções do X ao longo do tempo. Estas adaptações fazem parte da internet em si, já que conforme as evoluções ocorrem, as plataformas vão se adaptando, criando novas formas de melhorar e atender às demandas dos usuários.

Novas gerações de tecnologias de rede vão se sobrepondo e atendendo às necessidades de acesso em velocidade cada vez maior. Cada avanço amplia as possibilidades anteriores. O *chatou* bate-papo começou apenas com a troca de mensagens textuais em tempo real, passando a aceitar o áudio. Em seguida, adotou gráficos bidimensionais com representações simbólicas dos participantes (os avatares), depois gráficostridimensionais e mais recentemente o vídeo, isto é, podemos conversar e ver as pessoas com quem se está conversando (Campello; Caldeira; Guimarães, 2007, p. 163).

No exemplo acima, os autores dão uma idéia de como se dão as evoluções nas plataformas e na internet propriamente dita, ou seja, de forma que vão aparecendo novas formas de se comunicar outras vão se aperfeiçoando na plataforma.

3.3.1 Principais funcionalidades da plataforma X

É importante apontar as principais funcionalidades da plataforma, pois através delas que se dão as dinâmicas de comunicação entre os usuários, como já apontado no último tópico, no quadro 1, logo abaixo, temos as principais funcionalidades do X e sua utilidade na plataforma.

Quadro 1 – Principais funcionalidades do X

<i>Trending Topics (TT)</i>	<i>Hashtags</i>	<i>Threads</i>	Linha do Tempo	Notas da comunidade
Os <i>trending topics</i> são palavras, frases ou temas que estão sendo amplamente discutidos na plataforma no momento. Eles aparecem em uma seção dedicada no X, geralmente na barra lateral ou na aba "Explorar". Os TT como os usuários chamam, são baseados em algoritmos que analisam a quantidade de publicações, engajamento (curtidas, <i>retweets</i> , respostas) e localização geográfica. Os <i>trending topics</i> mostram o que é relevante globalmente ou em uma região específica.	As <i>Hashtags</i> são palavras ou frases precedidas por “#” que categorizam postagens e facilitam a descoberta de conteúdo relacionado. Como funcionam: ao clicar em uma <i>hashtag</i> , o usuário vê todas as postagens públicas que a utilizam. Elas ajudam a organizar conversas e a amplificar a visibilidade de um tema.	As Threads são sequências de postagens, usadas para contar histórias, explicar ideias complexas ou compartilhar informações detalhadas que não cabem em uma única publicação. O usuário publica uma série de posts vinculados, e o X os exibe como uma sequência. As postagens podem incluir texto, imagens, vídeos ou links.	O feed principal exibe postagens de contas seguidas, conteúdo recomendado e <i>trending topics</i> . Ele é personalizado por algoritmos que priorizam interesses do usuário, mas também permite alternar para um modo cronológico.	Um recurso de moderação colaborativa onde usuários adicionam contexto ou correções a postagens, ajudando a combater desinformação em <i>trending topics</i> ou threads virais (quando começa a ter muita discussão com base na <i>thread</i>).

Fonte: elaboração própria

O X conta com outras funcionalidades, porém estas foram levadas em conta por serem mais relevantes para este trabalho.

3.4 A plataforma X como fonte de informação

A plataforma X pode ser considerada uma fonte de informação dinâmica pela sua estrutura de rápida publicação, interação e disseminação de conteúdo, estes atributos contribuem para que os usuários o utilizem como fonte.

O X é uma fonte que combina informações primárias (*tweets* de testemunhas de eventos, declarações de indivíduos ou organizações) e secundárias (análises, *retweets* ou resumos de outros conteúdos), se assemelhando a fontes como jornais, *blogs* ou fóruns, mas com a particularidade de ser gerado por usuários em tempo real, o que o torna dinâmico e efêmero.

O X pode ser considerado uma fonte de informação com características que o enquadram como uma fonte digital não convencional.

[...] outra questão relevante que emerge no meio eletrônico é a dinâmica com que surgem novas fontes de informações organizadas a partir de estruturas multimídia, obviamente diferentes das fontes tradicionais (Tomaelet *al.* 2014, p. 2).

A plataforma X não se limita a documentos estáticos, mas funciona como um espaço onde informações fluem diretamente dos atores sociais e dos eventos, exemplificando a definição de que diz que uma fonte de informação pode ser não somente documentos, mastambém pessoas, instituições e acontecimentos sociais (Teixeira; Souza, 2012).

Um dos atributos que contribui para que as informações circulem rapidamente na plataforma é a atualização em tempo real, muito utilizada pelos usuários para comentar e debater assuntos e eventos.

Alguns exemplos de temas debatidos na plataforma são as eleições americanas; a posse do Presidente Obama nos Estados Unidos em 2009; o caso do pouso do Airbus A-320 da US Airways, no rio Hudson, em Nova Iorque, no dia 15 de janeiro; o conflito no Irã; o golpe em Honduras; o velório do cantor norte-americano Michael Jackson (Rodrigues; Cardoso; Melo, 2009).

Outro exemplo relevante do uso do X, para comentar eventos que ocorrem no momento é o da Primavera Árabe, que foi um conjunto de protestos com o objetivo de derrubar governos ditatoriais ocorridos no final de 2010 e início de 2011, nos países do norte do continente africano e do Oriente Médio.

Esse evento em si demonstrou como a plataforma foi usada como meio para chamar atenção das pessoas para o que ocorria naquele momento. Borges (2012) explica como se deu o fluxo no aumento de informações do protesto:

A partir do aumento do número de usuários e acessos às redes sociais, começaram a surgir pessoas que se destacavam das demais por conta da frequência com que postavam suas mensagens e pela forma com que descreviam o que acontecia nos protestos. Sultan al Qassemi é um deles. O analista político dos Emirados Árabes Unidos postou sua primeira mensagem relacionada à Primavera Árabe no início de janeiro, chamando a atenção para a morte do tunisiano Mohamed Bouazizi, vendedor de verduras que cometeu suicídio depois de revoltar-se com o tratamento dado pelo governo a ele e a toda a população tunisiana (Borges, 2012, on-line).

Quando o autor cita o jornalista Sultan al Qassemi, é possível compreender como um único usuário da plataforma pode movimentar todo um grupo de pessoas que vão interagir com suas publicações.

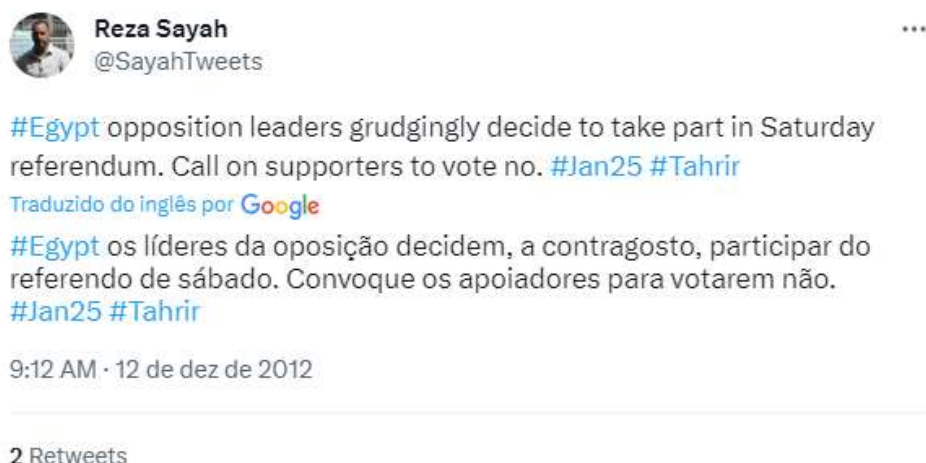
No caso da Primavera Árabe, esta movimentação chegou a outros países, demonstrando que a partir daquele momento os indivíduos estavam a se comunicar de forma global e instantânea através de uma rede social.

Durante os protestos, os usuários utilizaram as *Hashtags* para que as informações obtivessem mais alcance. As *Hashtags* mais utilizadas foram *#Egypt* (Egito em inglês) e

#Jan25que juntas somaram 2,6 milhões de *Tweets*. Outras *Hashtags* foram utilizadas como #protest, #Bahrain, #Yemen, #arabspring, #ghaddafi e #libya(Estadão, 2011, on-line).

Na Figura 2, tem-se o exemplo de um usuário utilizando as *Hashtags* para falar sobre o evento.

Figura 2 - Usuário usando *hashtag* para falar sobre os protestos



Fonte: X(2025, on-line)

Existem outros exemplos importantes a serem citados sobre a dinâmica informacional do X, como o uso da plataforma durante a pandemia do Coronavírus, iniciada em 2020. Durante esse período, surgiu a página Coronavírus Brasil, @CoronavirusBra1, no X. Essa página trazia atualizações diárias sobre a pandemia, com número de óbitos, de novos casos e citava como fonte o Conselho Nacional de Secretários de Saúde (Conass), veja exemplo na figura 3.

Figura 3 - Perfil Coronavírus Brasil publicando sobre a pandemia



Fonte: X(2025, on-line)

Este é um exemplo de como os usuários podem ter acesso a especialistas e fontes primárias no X, já que muitos profissionais como cientistas, jornalistas, políticos e outros especialistas, o utilizam para compartilhar conhecimento, dados ou análises diretamente com o público, como o caso da página Coronavírus Brasil.

Outro exemplo relevante para demonstrar como ocorre a comunicação no X e os desdobramentos advindos delas, é o caso da conta do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, que teve sua conta desativada após os protestos no Capitólio, no dia 6 de janeiro de 2021.

Durante os protestos, o presidente fez publicações que foram apontadas, por parte da sociedade, como incentivo para que os manifestantes invadissem e destruíssem estruturas do prédio do capitólio. Neste período a equipe do X chegou a banir a conta alegando que a conta do presidente ia contra as diretrizes da plataforma e que a conta estava espalhando notícias falsas.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa tem como natureza aplicada, com o intuito de levantar dados, informações e hipóteses que possam evidenciar o uso do X, antigo Twitter, como fonte de informação.

A abordagem da pesquisa é qualitativa, segundo De Sordi (2017, p. 63), o método de pesquisa qualitativa se volta à subjetividade dos sujeitos (ou objetos) estudados e é operacionalizado de forma mais indutiva, objetivando a construção de teorias. A pesquisa então utiliza como referência, dados levantados por institutos de pesquisa, organizações de comunicação social, trabalhos acadêmicos, publicações no X e outros *websites* que possam colaborar com o tema da pesquisa.

O tipo de pesquisa é descritiva. Para Gil (2002, p. 42), tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Pode ser elaborada, também, com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis. Neste caso o X (Twitter) serve como rede social apontada como uma fonte de informação e o que pode ter ocorrido para que a plataforma tivesse este uso e quais exemplos apontam isso.

Quanto aos procedimentos técnicos foi utilizada a pesquisa bibliográfica, elaborada com base em material já publicado, em especial artigos de periódicos e capítulos de livro que falem sobre fontes de informação, fonte de informação na internet, redes sociais como fonte de informação e o próprio X como fonte de informação.

Também foram levantadas publicações em jornais e revistas que trouxessem informações sobre o X que não estivessem presentes em trabalhos acadêmicos, como imagens de *tweets* antigos, histórico de evolução da plataforma e, também, *websites* com informações sobre quantidade de usuários, número de acesso por países e continentes, além de publicações de usuários do X.

A periodicidade dos documentos tem foco no ano de 2006 até 2025, podendo conter documentos anteriores à data inicial devido aos conceitos que podem ter sido levantados antes. Tradicionalmente, essa modalidade de pesquisa inclui ampla variedade de material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos.

Nas bases de dados a pesquisa se concentrou principalmente em duas, a Base de Dados de Teses e Dissertações(BDTD) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência Tecnologia (IBICT) e a Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação(Brapci), Scielo e também o Google Acadêmico. O foco está especificamente nestas bases de dados, pois nelas foi onde foram identificados mais trabalhos que se

aproximem da proposta desta pesquisa. As referências destes trabalhos também serviram de fonte para encontrar informações que possam agregar à pesquisa. Apesar de haver as bases principais já apontadas, outras bases também foram consultadas, muitas vezes por indisponibilidade de acessar o documento nas bases citadas.

Em sites da internet o foco está em jornais online ou *websites* sobre tecnologia que tenham publicações que abordem o X e os sites de notícias em geral, como *Uol*, *G1*, *Folha de São Paulo* entre outros.

Entre as fontes estão as publicações elaboradas por alguns usuários, estas publicações foram encontradas acessando o perfil de usuários no X, que serviram de exemplo para demonstrar o uso da plataforma.

Esta pesquisa é um estudo de caso, que Gil classifica como o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos casos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento; tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados. Muitos trabalhos abordam as redes sociais como fontes de informação, porém o enfoque deste trabalho está em apresentar o X como fonte de informação. Apontar suas principais funcionalidades e como ele foi utilizado para este propósito através de acontecimentos que influenciaram os usuários a utilizá-lo assim. Para desenvolver o primeiro objetivo específico, foi realizado um levantamento bibliográfico. Neste objetivo o foco foi conceituar as fontes de informação e de que forma elas podem se apresentar.

Para o segundo objetivo específico foi necessário buscar artigos, sites e outros documentos que abordassem as características do X, como são feitas as publicações, as formas de interação e a comunicação em si.

Para o terceiro objetivo específico foi necessário uma busca pelos acontecimentos que de alguma forma movimentaram a plataforma, tanto entre os usuários quanto fora da internet como a Primavera Árabe, a invasão do Capitólio na capital dos Estados Unidos e a publicação da influenciadora Nath Finanças.

Parte importante deste trabalho trata de apresentar como o X possibilita que seus usuários publiquem, debatam e divulguem informação, utilizando as principais funcionalidades da rede social.

Como parte da metodologia houve a análise de publicação, via X, que exponha quais funcionalidades foram utilizadas na plataforma, analisando principalmente o alcance, interação dos usuários e quais impactos podem ter sido percebidos através de uma publicação. Para que seja possível analisar estes parâmetros, foram utilizadas algumas métricas do próprio X, sendo elas:

- quantidade de visualizações da publicação;
- quantidade de vezes que ela foi salva;
- quantidade de outros *tweets* com comentários (utilizando a ferramenta de comentar o *Tweet* na própria conta, conhecido entre os usuários como *quote*).

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Como apontado no trabalho, o X se destaca como fonte de informação dinâmica devido às suas características estruturais e funcionais, que possibilitam uma publicação rápida e com disseminação e interação com conteúdos em tempo real.

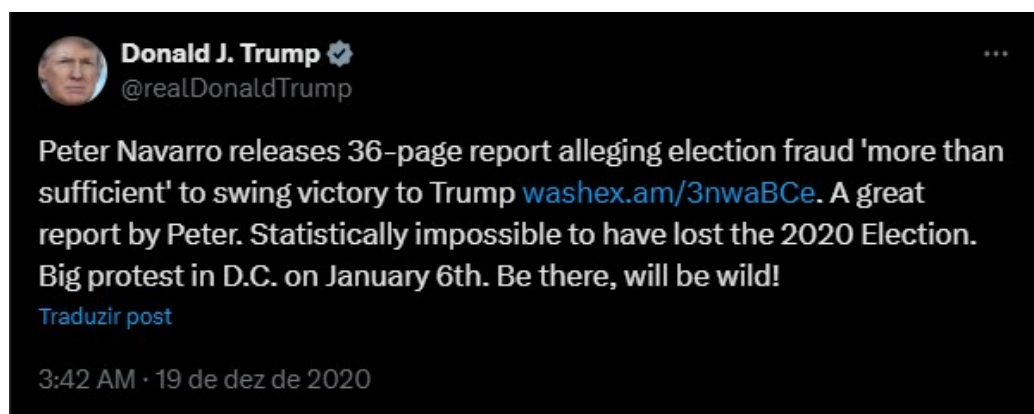
A seguir, são apontados alguns exemplos dos principais fatores que corroboram com a dinamicidade do X, seguidos das limitações que a plataforma apresenta.

5.1 Atualização em Tempo Real

As atualizações em tempo real são uma das características que marcam o uso do X por oferecer aos usuários a possibilidade de publicar e visualizar, instantaneamente, o assunto que lhes interessam. Através desta funcionalidade os usuários que estavam interessados em informar-se sobre a Primavera Árabe conseguiram acompanhar o desenrolar dos fatos.

Foi também através das atualizações em tempo real, que o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, publicava algumas decisões que seu governo adotaria e publicava antes e durante a invasão do Capitólio como na figura 4.

Figura 4 - Publicação do perfil de Donald Trump no X falando sobre as eleições e protesto no capitólio



Fonte: X (2025, on-line)

Apesar de notadamente ser uma funcionalidade que é vista como um ponto positivo para a plataforma, as atualizações em tempo real podem representar também um problema, como nos casos em que ocorrem disseminação de informações não verificadas, rumores ou propagação de notícias falsas.

5.2 Diversidade de pontos de vista

Além das atualizações em tempo real, o X também é um espaço de debate. É bastante comum haver na plataforma, discussões sobre inúmeros assuntos, inclusive entre personalidades reconhecidas dentro e fora do X, como políticos, artistas, cientistas entre outros.

Alves (2011) já destacava como se dava essa dinâmica de comunicação:

O uso do Twitter pode ultrapassar os laços sociais, tendo o objetivo principal de gerar/receber informação ou transmitir conhecimento. É muito comum observar discussões sobre diversos tópicos onde os atores acrescentam dados, informações, opiniões ou simplesmente repassam o *tweeta* outros conhecidos (Alves, 2011, p. 104).

Quando os gestores da plataforma decidiram aumentar o número de caracteres por *tweet*, deu-se início a uma pequena discussão. Alguns usuários eram contra por acreditarem que aumentar a quantidade de texto tornaria a plataforma ruim, ou a descaracterizaria.

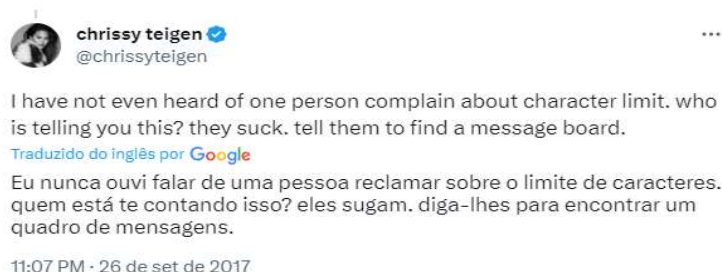
Nas figuras 5 e 6 tem-se sucessivamente um dos antigos gestores da plataforma justificando o aumento de caracteres e, logo após, tem-se uma usuária questionando a necessidade desta alteração.

Figura 5 - Jack Dorsey, um dos fundadores do X, falando sobre o aumento de caracteres.



Fonte: X(2025, on-line)

Figura 6 - Usuária aponta não saber de alguém se queixar da quantidade de caracteres que havia antes da alteração.



Fonte: X (2025, on-line)

Esta facilidade na exposição de idéias pode ser considerada um dos atributos mais importantes do X, já que é através deste tipo de publicação que os temas entram nos *Trending Topics*, fazendo com que outros usuários vejam o que está a ser debatido e faz com que surja interesse em saber o porquê daquele assunto estar sendo comentado.

A criação dos *Trending Topics* está diretamente ligada ao fato da plataforma observar uma necessidade de agrupar melhor os assuntos que os usuários discutem no momento, inclusive quando eles usam as *hashtags* para chamar atenção para um assunto.

Essa inovação foi uma resposta direta à natureza dinâmica e em constante evolução das conversas na plataforma. Os usuários do Twitter estavam moldando ativamente o “discurso público”, digamos assim, e havia uma necessidade crescente de organizar e destacar os tópicos mais falados (Patel. 2023, *on-line*).

Apesar de ter sido criado no X, os *Trending Topics* são comumente utilizados em outras redes sociais, sites e até em programas de TV, como o programa Encontro da TV Globo que possui um painel chamado Nuvem de Palavras, que mostra os assuntos mais discutidos nas redes sociais, incluindo o X (figura 7).

Figura 7 - Nuvem de palavras usada no programa Encontro da Rede Globo



Fonte: TV Globo

A diversidade de opiniões e perspectivas pode ser considerada um ponto forte do X, porém existem algumas limitações para que este recurso não seja tão confiável, principalmente, se for levado em conta que alguns grupos fazem mal uso desta pluralidade de opiniões.

Uma das dificuldades que a plataforma possui de gerir são as contas *fakes*, os robôs e uso de *links* maldosos para impulsionar conteúdos. Alguns perfis na rede social utilizam as *hashtags* e outros recursos para fazer um assunto aparentar estar sendo comentado e assim criar a falsa impressão de que foi uma movimentação orgânica.

Esta movimentação geralmente é enviesada e com intuito de atacar ou denegrir a imagem de alguém ou de grupos, com *fake news* e mensagens com discursos extremistas e alarmantes para causar revolta nos usuários que não têm conhecimento.

5.3 Acesso a Especialistas e Fontes Primárias

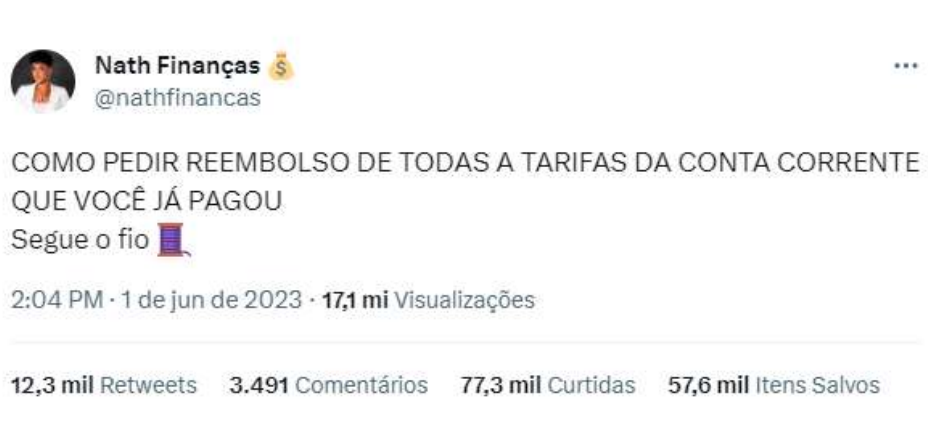
O X também possibilita que usuários mais cotidianos da rede social tenham contato com especialistas de várias áreas que queiram compartilhar seus conhecimentos na plataforma. São variados os temas e especialistas, desde médicos, advogados, psicólogos e chega a astrólogos e outros.

Sobre a possibilidade de obter conhecimento através da publicação de especialistas, Silva e Valls (2012), afirmam:

O Twitter pode ser uma boa e importante ferramenta de Web 2.0 para se criar, adquirir e distribuir conhecimento, tanto geral quanto científico, desde que o usuário siga os especialistas ou os influentes na rede, em uma área do conhecimento, ou ainda quem interessar(Silva; Valls, 2012, p. 140.).

Em junho de 2023 a *influencer* e orientadora financeira, Nath Finanças, @nathfinancas no X, causou uma grande movimentação na plataforma por conta de uma publicação (figura 8) em que ela falava aos seus seguidores sobre as taxas dos bancos. Na publicação Nath explicava, de forma didática, sobre como as pessoas podiam pedir reembolso de taxas que elas pagavam aos bancos sem necessidade.

Figura 8 - Publicação de Nath Finanças no X sobre reembolso



Fonte: X (2025, on-line)

A publicação da *influencer* obteve grande alcance na plataforma, pela figura 8, retirada do perfil da Nath Finanças no dia 2 de julho de 2023, pouco mais de 1 mês do dia de publicação, é possível perceber o alcance da publicação entre os usuários.

- 17,1 milhões de visualizações: isto significa que desde o dia da publicação esta foi a quantidade de vezes que ela foi vista pelos usuários do X.
- 12,3 mil *Retweets*: quantidade de vezes em que a publicação foi compartilhada pelos usuários.
- 3.491 comentários: aqui mostra a quantidade de vezes em que os usuários utilizaram a funcionalidade de citar a postagem. Em algumas publicações os usuários relatavam suas próprias experiências ao seguir a recomendação da Nath Finanças.
- 77,3 mil curtidas: neste mostra a quantidade de vezes que as pessoas curtiram essa publicação. Inclusive o fato de curtir uma publicação também faz com que o X a mostre a outros usuários por estar recebendo engajamento.

- 57,6 mil itens salvos: aqui fica exposta a quantidade de vezes que a publicação foi salva. Neste caso, trata de quando os usuários salvaram a publicação e automaticamente fica armazenado em um local onde o usuário pode acessar a publicação depois, sem perdê-la.

Outro número alcançado por essa publicação foi a marca de 3.774 *replies*, que significa que esta foi a quantidade de respostas que a publicação de Nath Finanças recebeu. A publicação de Nath Finanças foi muito bem embasada, com fontes sobre o que estava sendo publicado, utilizando normativas do Banco Central do Brasil para contextualizar todo o conteúdo mostrado, já que a abordagem falava sobre taxas dos bancos em geral.

Além de toda a movimentação em torno da publicação de Nath Finanças, também foi possível observar que outros profissionais interagiam com a publicação a fim de colaborar com seus conhecimentos, como o advogado ilustrado na figura 9:

Figura 9 - Nath Finanças troca informações com outro usuário sobre as taxas dos bancos



Fonte: X (2025, on-line)

Este debate no X gerou acontecimentos fora da plataforma, já que os bancos começaram a receber uma grande quantidade de pedidos de reembolso. Segundo a própria Nath Finanças, os atendentes estavam entrando em contato com ela por mensagem direta no X, para relatar que os gerentes de alguns bancos estavam solicitando que os funcionários dificultassem o atendimento de usuários que quisessem pedir reembolso.

O exemplo ocorrido no X da *influencer* Nath Finanças reforça o que foi dito por Santana Júnior, *et al.* (apud Lerman; Gosh, 2010) sobre a importância da plataforma na disseminação da informação:

Serviços de *microblog*, como o Twitter, se mostram como uma alternativa para estudar a dinâmica da disseminação de informações em redes sociais, uma vez que é reconhecido como uma importante fonte de informação para as pessoas comuns. Especificamente no Twitter, os usuários publicam (“tuitam”) mensagens de texto curtas, não raro acompanhadas de hiperlinks para notícias ou mensagens de outros usuários (Santana Júnior, *et al.* apud Lerman; Gosh, 2010, p. 1).

Nath Finanças utilizou-se da plataforma para informar aos usuários sobre um direito de todos em relação às instituições bancárias. Utilizando funcionalidades da plataforma foi possível para ela criar um passo a passo, publicando uma *thread*, anexando imagens e *links* que pudessem colaborar com as informações que ela trazia a cada publicação.

Apesar do exemplo positivo das publicações do perfil de Nath Finanças, o X também pode ser uma rede social com pseudoespecialistas, ou seja, pessoas que criam conta para espalhar informações nada confiáveis sobre assuntos diversos. Por este motivo, os usuários precisam observar, com cautela, a relevância e o intuito de alguns perfis que publicam no X.

5.4 *Links* para Fontes Externas

É muito comum encontrar no X perfis focados em noticiar, informar e divulgar informação. Perfis assim, muitas vezes, são de sites de notícias que utilizam a plataforma como meio de divulgar suas notícias e atrair acessos aos seus sites, como exemplo o G1, Folha de São Paulo, Metrôpoles entre outros.

Nestes perfis geralmente publicam *setweets* com links de acesso direto à publicação das matérias nos seus sites, como na figura 10, retirada do perfil do Jornal G1, @g1, no X:

Figura 10 - Publicação do site G1 no X com *link* de acesso para uma reportagem no site.



Fonte: X(2025, on-line)

Alves (2011) fala um pouco como se caracteriza a utilização destes *links* dentro das publicações de *tweets*:

Muitos usuários do Twitter investem tempo e esforços na divulgação de informações para seus seguidores, sendo que suas mensagens (tweets), muitas vezes, são acompanhadas de hiperlinks que levam os leitores (seguidores) a um site, vídeo, podcast, ou foto que fornece mais detalhe sobre o que é informado [...] (Alves, 2011, p. 100).

Este tipo de publicação é geralmente utilizado para facilitar com que os portais de notícias não só veiculem suas notícias, mas também façam com que os usuários comentem sobre o conteúdo publicado, gerando engajamento e aumento de seguidores.

Outro exemplo a ser apontado, é o do jornal *Folha de São Paulo*, no X @folha. Em 2019, usando a possibilidade de publicar em sequência, o portal fez uma *thread* para reunir todas as notícias que eles haviam veiculado sobre um determinado tema.

Antes de publicarem a “*threads das threads*”, o portal já vinha utilizando da ferramenta de publicação em sequência para fazer breves resumos das notícias que estavam no site. Porém, com o aumento no volume de informação eles organizaram as publicações numa só *thread* para que os usuários pudessem ler cada acontecimento conforme a data e de forma organizada.

Na figura 11 tem-se a publicação do jornal iniciando a *Thread* e avisando aos usuários que todas as informações estarão a partir dali.

Figura 11 - Publicação do perfil do jornal Folha de São Paulo introduzindo sua *Thread*.



Fonte: X (2025, on-line)

Apesar da grande contribuição dos *links* externos para compor a informação no X, ainda é comum que estes *links* também sejam enganosos. Alguns perfis publicam informações enganosas acompanhadas com um *link* para um site que nada tem a ver com a informação contida na publicação. Nem todos os *links* levam a fontes confiáveis, e muitos usuários não verificam o conteúdo antes de compartilhar.

5.5 A desinformação como limitação no X

O X pode ser considerado uma fonte de informação robusta e rica em conteúdo, porém ainda pouco confiável em alguns aspectos. Dentre as limitações apontadas no X, a desinformação tem sido uma das mais citadas, muito pelo momento que a sociedade está. Momento este em que se discute bastante acerca das redes sociais e do seu papel em informar e desinformar.

Silva e Valls(2012) alertavam para a forma de lidar com algumas informações do X, reforçando a importância da checagem das informações.

[...] o Twitter é, e foi criado para ser, uma grande rede de troca e compartilhamento de informações, e que ao compararmos com a gestão do conhecimento, os conceitos que se aplicam a ele são os de criação e distribuição de conhecimento, potencializados por sua característica instantânea e atual, e que é necessário checar algumas informações em outras fontes, para utilizá-las na tomada de decisões (Silva; Valls, 2012, p. 140).

Apesar de o proprietário Elon Musk ter afirmado poucos meses depois da aquisição da plataforma em 2022, que “O *Twitter* precisa se tornar, de longe, a fonte mais precisa de informações sobre o mundo. Essa é a nossa missão”(figura 12), não é exatamente o que tem ocorrido na rede social.

Figura 12 - Publicação de Elon Musk sobre o X se tornar uma fonte de informação precisa.



Fonte: X (2025, on-line)

Com os exemplos da plataforma sendo utilizada como fonte de informação, a todo o momento é recomendado ao usuário cautela, seja com quem publica algo no X, seja com o *link* que está acompanhado da publicação, seja com artifícios para engajar temas na plataforma.

Apesar da implementação de funcionalidades que deveriam colaborar com a verificação de informações, ainda assim é possível observar que a desinformação continua presente em muitas publicações na plataforma.

Faz-se necessário que os usuários tenham um preparo para acessar a plataforma e lidar com a gama de informações, atores e funcionalidades para ter uma navegação proveitosa e segura e podem atingir isso através da competência informacional.

[...] entende-se a competência em informação como o domínio consciente e atitudinal do indivíduo, no qual estão envolvidos elementos cognitivos, físicos, operacionais e éticos relacionados à informação (Gomes;Dumont, p. 141, 2015).

Através desta competência os usuários podem estar aptos para interagir, de forma mais segura, com as informações a que são expostos. Porém, dentro de uma plataforma como o X tem aqueles usuários que acessam justamente em busca de informações que reforcem seus posicionamentos.

Em artigo publicado em 2022,na revista *Nature Communications*,Mohsen Mosleh e David G. Rand fizeram uma pesquisa focada em medir a quantidade de desinformação que os usuários do X estão expostos, baseada na análise das figuras públicas que eles escolhem seguir.A partir de uma base de dados de verificações de fatos do PolitiFact, foi possível

atribuir pontuações de falsidade às declarações feitas por 816 figuras públicas, incluindo políticos, organizações e indivíduos influentes. Essas pontuações variam de 0 (totalmente falso) a 1 (totalmente verdadeiro).

A análise envolveu o processamento de dados de *retweets*, seguidores e compartilhamentos para compreender a disseminação da desinformação nas comunidades do X.

Os principais resultados dessa pesquisa indicaram que:

- Os usuários expostos à desinformação proveniente de elites tendem a usar uma linguagem mais tóxica e a expressar mais indignação moral em seus *tweets*.
- Pessoas mais extremadas politicamente, especialmente conservadoras, mostram maior exposição à desinformação.
- Existe uma relação entre a quantidade de desinformação à qual uma pessoa está exposta e sua inclinação política, além do uso de linguagem emocional e polarizadora.

Essa pesquisa destacou um ponto relevante para analisar os usuários do X, neste caso foi levado em consideração aque o usuário escolhe se expor, os tipos de conta que ele prefere seguir, o tipo de conteúdo que o agrada e como isso colabora com a sua visão sobre os assuntos.

Nossas descobertas ressaltam a importância das informações às quais as pessoas escolhem se expor no que diz respeito à propagação de desinformação nas redes sociais. Pessoas que seguem elites que fazem mais declarações falsas ou imprecisas também tendem a compartilhar notícias de fontes de menor qualidade. Essa observação se conecta a estudos que sugerem que o discurso de líderes políticos pode influenciar as crenças e posições políticas de seus seguidores, ao invés de responder às atitudes de seus apoiadores (Mosleh; Rand, 2022, p. 5).

A pesquisa expõe que talvez não se deva analisar apenas as plataformas em suas formas e formatos, mas também o que o usuário procura nestes ambientes. Um usuário do X muitas vezes pode acessar a plataforma justamente para ter ligações com informações que ele julga como verdades, mas que podem ser apenas informações imprecisas ou incorretas.

Em agosto de 2024, houve um bloqueio do X no Brasil por decisão do Supremo Tribunal Federal. Este bloqueio durou pouco mais de um mês e veio logo após alguns impasses do X com decisões judiciais que a plataforma não cumpriu.

Na opinião do ministro Alexandre de Moraes, o bloqueio do Twitter/X em 31 de agosto de 2024 é/foi justificado pois é preciso regulamentar as redes sociais em

nome do combate à desinformação, ou *fake news*. Em busca desse objetivo, ele e a primeira turma do STF, que ratificou sua decisão, estão alinhados. As *big techs* devem ser responsabilizadas pelo conteúdo que circula em suas plataformas (Carvalho, 2024, *online*).

Esse bloqueio gerou discussões sobre censura, pois alguns setores da sociedade alegavam que este tipo de bloqueio é uma forma de censurar o discurso e a própria plataforma, enquanto outros setores alegavam ser a favor do bloqueio, pois o X precisa se responsabilizar pelo conteúdo que é veiculado na plataforma.

Os usuários retornaram para a plataforma logo que o desbloqueio foi efetuado, utilizando-a normalmente. O bloqueio do X no Brasil exemplifica as discussões sobre a responsabilidade da plataforma pelo conteúdo veiculado e aponta os desafios de regulamentação das redes sociais.

6 DISCUSSÃO E CONCLUSÃO

Este trabalho foi concebido com a ideia de apresentar as características do X que demonstram seu potencial como uma fonte de informação. Ao longo da pesquisa, ficou evidente que o X, antiga plataforma Twitter, é uma fonte de informação dinâmica, destacando-se pela sua estrutura de rápida publicação, interação e disseminação de conteúdo em tempo real. Essa dinamicidade permite que os usuários publiquem e visualizem, instantaneamente, assuntos de seu interesse, atuando como um espaço onde informações fluem diretamente de atores sociais e eventos.

Apesar de aparentes esforços da plataforma em criar um ambiente saudável e com informação de qualidade através de algumas funcionalidades, a realidade expõe a vulnerabilidade diante dos avanços da desinformação.

As evoluções tecnológicas da internet estão expondo que é necessário um olhar atento dos profissionais da informação diante dos desafios que têm surgido cada vez mais rápido no campo das redes sociais como fontes de informação. Talvez se esteja não apenas diante de uma nova perspectiva em relação às redes sociais como fontes de informação, mas também diante de um usuário que não busca exatamente a informação correta, mas sim aquela que colabore com a sua visão sobre as coisas.

A análise do papel do X como fonte de informação revela que, embora a plataforma seja uma valiosa ferramenta de comunicação e acesso à informação, ela também apresenta

desafios relacionados à propagação de desinformação e à responsabilização pelo conteúdo veiculado.

Diante deste cenário, a importância da competência informacional torna-se crucial. É fundamental que os usuários desenvolvam um preparo para acessar o X e lidar com a vasta gama de informações, atores e funcionalidades, permitindo uma navegação proveitosa e segura. A pesquisa enfatiza que, além de analisar as plataformas em si, é necessário compreender o que o usuário busca e como suas escolhas de exposição influenciam a propagação da desinformação.

Para os profissionais da Biblioteconomia e Ciência da Informação, este trabalho reforça a relevância de estarem cientes das atualizações dos novos meios de comunicação e do papel das redes sociais como fonte de informação. Compreender o funcionamento e as características dessas fontes é um dever do bibliotecário para auxiliar no seu uso.

Durante o desenvolvimento da pesquisa algumas dificuldades foram encontradas. Principalmente, após o X ter sido comprado por Elon Musk, os algoritmos foram bastante alterados e a busca avançada que era bastante eficaz passou a ser imprecisa e desgastante para que recuperasse as informações buscadas.

Em suma, o X representa uma fonte de informação poderosa e cada vez mais presente na sociedade contemporânea, mas seu uso eficaz e seguro exige discernimento crítico e o desenvolvimento contínuo da competência informacional por parte de seus usuários.

Dessa forma, torna-se indispensável continuar investigando os mecanismos de responsabilidade e as estratégias de educação midiática para fortalecer a credibilidade das redes sociais como fontes de informação confiáveis e democráticas.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Claudio Diniz. Informação na Twitosfera. **Revista Digital de Ciência da Informação**, Campinas, v. 9, n. 1, p. 92-105, jul./dez. 2011. Disponível em: http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu_rci/article/view/497. Acesso em: 30 jun. 2025.
- ARAÚJO, Nelma Camêlo; FACHIN, Juliana. Evolução das fontes de informação. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 29, n.1. 2015. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/5463>. Acesso em: 30 jun. 2025.
- As *hashtags* da Primavera Árabe. **Estadão**, 2011. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/internacional/radar-global/as-hashtags-da-primavera-arabe/?srsltid=AfmBOor3ylJP9vhXSxtJ8pzD58KM5F6T7HP-glJ9VPUIkdHoomUSn4C>. Acesso em: 30 jun. 2025.
- BECKMAN, C.; SILVA, O. **Fontes de informação**. Belém:UFPA. 1967.
- BORGES, Thassio. Redes sociais foram o combustível para as revoluções no mundo árabe. **Opera Mundi**. 2012. Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/politica-e-economia/redes-sociais-foram-o-combustivel-para-as-revolucoes-no-mundo-arabe/>. Acesso em 30 jun. 2025.
- CAMPELLO, Bernadete; TERRA CALDEIRA, Paulo. **Introdução às fontes de informação**. Autêntica. 2007.
- CARVALHO, Lilian. O Twitter/X é uma ferramenta de cidadania ou de difusão de fake news? **Blog Impacto**, [S. l.]: FGV EAESP Pesquisa, 21 out. 2024. Disponível em: <https://www.impacto.blog.br/blog-impacto/o-twitter-x-e-uma-ferramenta-de-cidadania-ou-de-difusao-de-fake-news/>. Acesso em: 30 jun. 2025.
- CERIGATTO, Mariana Pícaro; CASARIN, Helen de Castro Silva. As mídias como fonte de informação: aspectos para uma avaliação crítica. **Revista Brasileira De Biblioteconomia e Documentação**, 13. 2017. 155–176. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/685>. Acesso em: 30 jun. 2025.
- DE SORDI, José Osvaldo. **Elaboração de pesquisa científica**. Saraiva Educação S.A. 2017.
- Digital 2024: 5 bilhões de usuários de mídia social. **We are social**, 2024. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Acesso em: 30 jun. 2025.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas. 2002.
- GOMES, M. A.; DUMONT, L. M. M. Possíveis relações entre o uso de fontes de informação e a competência em informação. **Transinformação**, Campinas, v. 27, n. 2, 2015. Disponível

em: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/6vCkPXhb6wVR6KSmTD6T8Pz/?lang=pt>. Acesso em: 30 jun. 2025.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1. p. 71-81, jan./abr.2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/6Y7Dyj4cVd5jdRkXJVxhxqN/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 30 jun. 2025.

MARTELETO, Regina Maria. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v.3, n.1. p.27-46, jan./dez.2010. Disponível em: <https://revistas.ancib.org/tpbci/article/view/178>. Acesso em: 30 de jun. 2025.

MICROBLOG. **Sprout Social**. 2025. Disponível em: <https://sproutsocial.com/glossary/microblog/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

MOSLEH, Mohsen; RAND, David G. Measuring exposure to misinformation from political elites on Twitter. **Nature Communications**, [S. l.]. 2022. Artigo s41467-022-34769-6. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41467-022-34769-6>. Acesso em: 30 jun. 2025.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. A ciência, o sistema de comunicação científica e a literatura científica. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeanette, Marguerite (org.) **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG. 2000. p. 21-34.

PASSOS, E.; BARROS, L.V. **Fontes de informação para pesquisa em direito**. Brasília, Briquet de Lemos/Livros. 2009.

PATEL, Neil. **Trending topics**: o que são e como monitorá-los? 2023. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/trending-topics/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

PEDRÃO, Gabriela Bazan. As redes sociais como uma possibilidade de extensão de campo para o bibliotecário. In: SÁ, Jéssica Patrícia Silva de *et al.* **Bibliotecári@s e as redes sociais**. Belo Horizonte: ABMG Editora. 2020. 317 p. Disponível: <http://repositorio.febab.org.br/files/original/41/6150/LivroRedesSociais.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2025.

RODRIGUES, Afonso; CARDOSO, Layanna Maiara; MELO, Lígia. O Piauí no Twitter: o perfil do usuário da plataforma no estado. In: Congresso de ciências da comunicação na região nordeste, 11. 2009, Teresina. **Anais** [do] XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Teresina: Intercom. 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2009/resumos/R15-0315-1.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2025.

SANTANA JUNIOR, C. A. *et al.* A disseminação da informação no twitter: uma análise exploratória do fluxo informacional de *retweets*. In: **AtoZ: Novas Práticas em Informação e Conhecimento**, v. 3, n. 1. 2014. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/15258>. Acesso em: 30 jun. 2025.

SILVA, Heloisa Spolador; VALLS, Valéria Martin. Retenção de conhecimento na Internet: o papel do Twitter. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 1, n. 5. p. 124-147, jan.2012. Disponível em: <http://revista.crb8.org.br>. Acesso em: 30 jun. 2025.

TOMAÉL, Maria Inês et al. Fontes de informação na internet: acesso e avaliação das disponíveis nos sites de universidades., **Repositório - FEBAB**. Disponível em: <http://repositorio.febab.org.br/items/show/6441>. Acesso em: 30 de junho de 2025.

VITAL, L. P. Fontes e canais de informação utilizados no desenvolvimento de sistemas em empresa de base tecnológica. p. 287-313. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 297–313. 2006. Disponível em: <https://revista.acb.org.br/racb/article/view/480>. Acesso em: 30 jun. 2025.