

MVP

Sprint Pesquisa

com Usuários

Twitter, ou X: Como os usuários estão após um ano de mudanças?

Índice

- 01.** O que é o X, o antigo Twitter?
- 02.** Preparando a entrevista
- 03.** Realizando a entrevista
- 04.** Analisando os dados
- 05.** Persona e protopersona
- 06.** Cenários

O que é o X, o antigo Twitter?

Fundado em 2006, o **Twitter** é uma rede social e um serviço de microblog para comunicação em tempo real. A ideia inicial de seus criadores era de que ele fosse uma espécie de "SMS da internet", oferecendo a mesma limitação de caracteres de uma mensagem de texto, que posteriormente foi expandida.

Desde sua criação, a rede social ganhou notabilidade e popularidade em todo mundo. Com o passar do tempo, novos recursos foram aprimorados e outros adicionados para melhorar a experiência dos usuários.

Porém, após a aquisição da plataforma por **Elon Musk**, muitos usuários não ficaram contentes e até mesmo receosos do que a rede social pudesse se tornar. O Twitter realizou seu rebranding sendo chamado de **X** em julho deste ano, também removendo resquícios do antigo site como os famosos 'Retweets' que foram renomeados de 'Reposts'.

Mas após um ano, o quanto **mudou** para o usuário? Quais foram as maiores reclamações? Será que tivemos algum acerto durante as novas atualizações?



Preparando a entrevista

Para começarmos a montar a entrevista, precisamos mapear quais são os principais stakeholders que o Twitter apresenta. O Twitter possui pelo menos 7 *stakeholders* que desempenham papéis significativos no sistema. Identificar um "*stakeholder* ideal" pode depender dos objetivos específicos da empresa em um determinado momento. Portanto, estes são os principais *stakeholders* para o Twitter:

Usuários

Individuais:

Os usuários individuais são essenciais, já que geram conteúdo, interação e contribuem para a dinâmica da plataforma;

Anunciantes:

Anunciantes são vitais para o modelo de negócios do Twitter, pois pagam por espaços publicitários para promover produtos, serviços ou mensagens;

Desenvolvedores:

Desenvolvedores criam aplicativos e integrações que podem aprimorar a experiência do usuário no Twitter. O Twitter pode depender de desenvolvedores para inovações e funcionalidades adicionais;

Investidores:

Investidores possuem interesse no desempenho financeiro e na valorização das ações da empresa;

Mídia

e

Influenciadores:

Parcerias com meios de comunicação e influenciadores podem aumentar a visibilidade do Twitter e atrair novos usuários;

Governo

e

Reguladores:

Dada a natureza global do Twitter, interações com governos e reguladores são cruciais para garantir conformidade com leis e regulamentações em diferentes jurisdições;

Funcionários:

Os funcionários são parte fundamental do sucesso do Twitter, contribuindo para o desenvolvimento da plataforma e a execução da estratégia da empresa;

Preparando a entrevista

O "*stakeholder* ideal" pode variar com base nas metas específicas em um determinado momento. Uma estratégia eficaz geralmente envolve equilibrar as necessidades e expectativas de vários *stakeholders* para alcançar um crescimento sustentável e sucesso a longo prazo.

O papel escolhido para ser abordado nas entrevistas foi o de usuários individuais, já que foi a parte mais afetada pela nova política de Musk na plataforma.

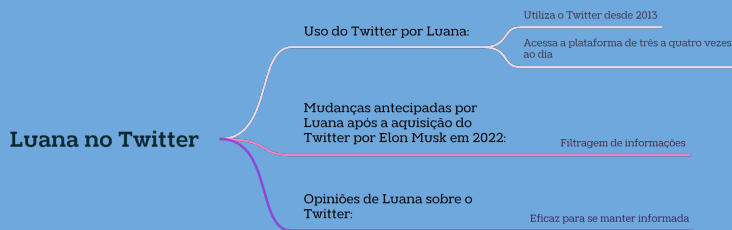
Com isso, as perguntas iniciais para a entrevista foram elaboradas e revisadas com base nas experiências que estes usuários passaram ou passam ainda na plataforma, além de compreender expectativas e frustrações com a compra de Musk. As perguntas podem ser consultadas por completo no anexo com este relatório pelo arquivo "Entrevista Piloto". Devido ao tempo de exploração curto e a baixa admissão, foram selecionadas três pessoas do sexo feminino para responderem as perguntas.

Após as perguntas serem formuladas, partimos para a formulação do termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), abordando um resumo da pesquisa, tempo médio e também seus riscos, porém também mostrando que o participante não é obrigado a seguir completamente à risca a entrevista. Este termo pode ser consultado por completo e já assinado pelas participantes das entrevistas em anexo juntamente deste relatório.

Preparando a entrevista

Com isso, as perguntas iniciais para a entrevista foram elaboradas e revisadas com base nas experiências que estes usuários passaram ou passam ainda na plataforma, além de compreender expectativas e frustrações com a compra de Musk. As perguntas podem ser consultadas por completo no anexo com este relatório pelo arquivo “Entrevista Piloto”. Devido ao tempo de exploração curto e a baixa admissão, foram selecionadas três pessoas do sexo feminino para responderem as perguntas.

A entrevistada **Luana** utiliza o Twitter desde 2013, acessando a plataforma de três a quatro vezes ao dia. Após a aquisição do Twitter por Elon Musk em 2022, ela antecipou mudanças na plataforma, incluindo filtragem de informações. Ela acredita que o Twitter é eficaz para se manter informada, embora a rapidez também propicia a propagação de fake news.



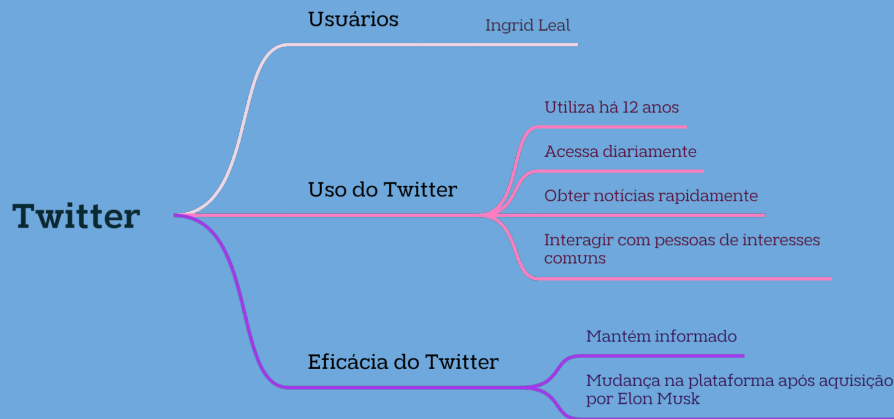
Preparando a entrevista

Na entrevista piloto, senti a necessidade de trocar a ordem de algumas perguntas e reformular outras com base na resposta da participante Luana, além de também adicionar novas perguntas voltadas à nova administração de Elon Musk. O tempo total da entrevista piloto foi de **16 minutos**, possuindo ao total **17 questões**. A nova entrevista passou a ter **20 questões** e uma média de **14 minutos de resposta** pelos participantes.

Realizando a entrevista

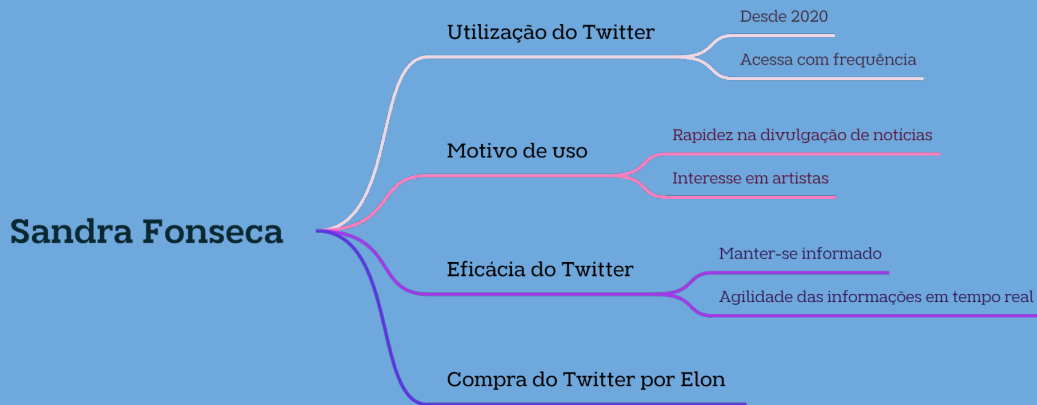
O recrutamento das entrevistadas foi feito por meio de convite, explicando um pouco do assunto que seria abordado e sempre lembrando da importância do preenchimento do TCLE.

A primeira entrevistada, Ingrid Leal, utiliza o Twitter há 12 anos, acessando-o diariamente para obter notícias rapidamente e interagir com pessoas de interesses comuns. Acredita que o Twitter é eficaz para se manter informado, no entanto, a mudança na plataforma após a aquisição por Elon Musk, levou à redução do uso devido à falta de filtro, tornando o ambiente menos confortável.



Realizando a entrevista

A segunda entrevistada, Sandra Fonseca, utiliza o Twitter desde 2020, acessando com frequência devido à rapidez na divulgação de notícias e interesse em artistas e considera o Twitter eficaz para se manter informado, destacando a agilidade das informações em tempo real. A compra do Twitter por Elon Musk gerou preocupações sobre mudanças, especialmente na possibilidade de funções pagas. Quanto à veracidade das informações na plataforma, a entrevistada questiona todas as notícias.



Analizando os dados

Analizando as informações fornecidas pelas entrevistadas Luana, Ingrid e Sandra, podemos destacar os objetivos, atividades, necessidades, preferências e preocupações em relação ao uso do Twitter, com ênfase nas mudanças após a aquisição por Elon Musk.

Similaridades e Diferenças entre as entrevistadas:

Similaridades:

- Todas consideram o Twitter eficaz para se manter informadas.
- Reconhecem a influência do Twitter em suas vidas offline, seja pelos memes, notícias ou entretenimento.
- Percebem mudanças e expressam preocupações após a aquisição por Elon Musk.
- Enfrentaram conflitos na plataforma, cada uma com abordagens diferentes para lidar com eles.

Diferenças:

- Luana destaca positivamente a rapidez e a diversidade de opiniões, enquanto Ingrid ressalta a dualidade de também ser uma grande fonte de desinformação.
- Ingrid valoriza a ênfase da plataforma ser majoritariamente em texto e critica o algoritmo do feed, enquanto Sandra destaca a necessidade de pagar por recursos adicionais, como o selo de verificação e possibilidade de mais caracteres em um *tweet*.

Tendências em comum entre as entrevistadas:

- Preocupação com a desinformação e filtragem de informações após a aquisição por Elon Musk.
- Reconhecimento da influência do Twitter em discussões sociais e políticas.
- Variação nas percepções sobre a criação de bolhas de opinião e conflitos na plataforma.
- Pontuam melhorias, como aprimoramento do algoritmo para sugerir algo que seja realmente do nicho do usuário.

Persona e protopersona



Nome: Beatriz Oliveira

Idade: 25 Anos

Estado Civil: Solteira

Profissão: Redatora em uma revista de moda

Hobbies: Cozinhar e fotografia

“Os memes saem primeiro no Twitter, né?”

Dispositivos utilizados



Beatriz é uma usuária ativa do Twitter desde 2014, interessada em se manter informada sobre notícias e tendências. Ela acessa a plataforma várias vezes ao dia, valorizando a rapidez e a diversidade de opiniões proporcionadas pela comunidade. Seu objetivo principal é ter acesso rápido e eficiente a informações relevantes, especialmente do mundo da moda, onde além de ser seu trabalho é sua paixão pessoal.

Preferências e Preocupações:

- Destaca a facilidade de busca no Twitter como uma vantagem.
- Percebe mudanças após a aquisição por Elon Musk, especialmente relacionadas à filtragem de informações.
- Preocupa-se com a criação de bolhas de opinião, desumanização de outros usuários e toxicidade na plataforma.
- Expressa a importância da colaboração para melhorar o ambiente online.

Objetivos usando o Twitter:

- Melhorar a ferramenta de busca para facilitar ainda mais a localização de informações.
- Transparência nas mudanças pós-aquisição por Elon Musk, com possíveis atualizações regulares.
- Incentivar à diversidade de opiniões, possivelmente por meio de iniciativas de conscientização e educação.
- Colaborar com a comunidade para criar mecanismos de prevenção da toxicidade online.

Persona e protopersona



Nome: Gabriel dos Santos

Idade: 28 Anos

Estado Civil: Solteiro

Profissão: Designer Gráfico Freelancer

Hobbies: Pintura, fazer cerâmica e viajar

"Nossa, mas meus tweets não carregam nem a pau!"

Dispositivos utilizados



Gabriel é usuário quase que cronicamente online do Twitter desde 2010, usando o Twitter como uma plataforma eficaz para divulgar seu portfólio e projetos criativos. Ele busca reconhecimento na comunidade de design, utilizando o Twitter como uma fonte de aprendizado, seguindo líderes da indústria, participando de chats e mantendo-se atualizada sobre as últimas tendências e ferramentas de design. Seu objetivo principal é estabelecer conexões com outros profissionais da indústria, participando de discussões e colaborando em projetos.

Preferências e Preocupações:

- Adora participar de desafios e dinâmicas criativas no Twitter.
- Fica incomodado com a quantidade de perfis fake e tweets de spam.
- Gosta de fazer networking com outros designers.
- Aprecia a possibilidade de compartilhar imagens e postar uma descrição interessante sobre seu trabalho.

Objetivos usando o Twitter:

- O uso de hashtags relevantes ajuda Gabriel a alcançar uma audiência mais ampla e aumentar a visibilidade de seu trabalho, conectando-se a pessoas interessadas em design.
- Aproveita o recurso de imagens do Twitter para compartilhar visualmente seus projetos e capturar a atenção de seguidores e potenciais clientes.
- Participa de desafios e tendências criativas que ganham destaque no Twitter, permitindo que ela mostre sua habilidade e alcance uma audiência mais ampla.
- Utiliza o Twitter como uma fonte de aprendizado, seguindo líderes da indústria, participando de chats e mantendo-se atualizada sobre as últimas tendências e ferramentas de design.

Cenários

Cenário 1: Otimização após Aquisição por Elon Musk

Após a aquisição do Twitter por Elon Musk, a plataforma implementa com sucesso filtros mais eficazes contra a propagação de fake news. As mudanças resultam em uma experiência mais segura para os usuários, reduzindo a disseminação de informações enganosas. A interatividade e diversidade de opiniões continuam sendo pontos fortes, e a facilidade de busca é ainda mais aprimorada. Os usuários, incluindo Luana, apreciam as melhorias e percebem o Twitter como uma fonte confiável de informações. *“Pode acreditar ou se tu não acredita no que tu tá vendo vai atrás e pode buscar mais a fundo para entender como aquilo de fato tá acontecendo. Eu acredito que acabou melhorando porque eu não tenho essa lembrança diante eu acredito que era mais difícil.”*

Cenários

Cenário 2: Impacto Negativo nas Mudanças pós-Aquisição

Após a aquisição por Elon Musk, as mudanças no Twitter não atendem às expectativas dos usuários. A falta de eficácia nos filtros de informações resulta em um aumento da propagação de fake news, prejudicando a confiança na plataforma. Tanto Sandra quanto Ingrid reduzem seu uso devido à sensação de desconforto gerada pela presença de informações não verificadas. *“Eu sempre questiono porque é uma rede de muita amplitude de qualquer pessoa, pode ir lá e colocar algo sem que eu não confie em tudo que eu vejo.”* A interatividade rápida é mantida, mas a diversidade de opiniões é comprometida, levando a discussões menos saudáveis. *“Já me deparei com várias postagens assim então a gente tem como melhorar o ambiente online, mas as pessoas precisam também colaborar com isso.”*

Cenários

Cenário 3: Twitter como Líder em Combate à Desinformação

Elon Musk implementou medidas inovadoras para combater a desinformação no Twitter, consolidando a plataforma como líder nesse aspecto. Luana e Sandra veem a plataforma como uma referência na luta contra fake news, apreciando a rápida interação e a diversidade de opiniões mantidas. A ênfase em texto, pesquisa rápida e distinção em relação a outras plataformas também é preservada, consolidando o Twitter como uma escolha confiável para informação. *“Mas aquilo a compra trouxe benefícios? Trouxe benefícios, mas também trouxe malefícios em questão de filtro que a gente acaba vendo, mas eu acho que essa foi um dos pontos positivos da compra dele no Twitter.”*

Cenários

Cenário 4: Diversificação e Inovação para Lidar com Desafios

O Twitter, sob a liderança de Elon Musk, adota uma abordagem inovadora para enfrentar os desafios mencionados pelas entrevistadas. São introduzidos recursos avançados de verificação e denúncia, proporcionando aos usuários maior controle sobre a autenticidade das informações. A plataforma busca ativamente reduzir bolhas de filtro, promovendo discussões mais saudáveis. Ingrid, inicialmente preocupada com a falta de recursos de denúncia, agora se sente mais segura. *“Eu sinto falta de denunciar, da denúncia ser analisada no caso.”* O Twitter continua sendo uma ferramenta valiosa para se manter informado, mas com um ambiente online mais colaborativo e seguro.