

# MVP

# Sprint Pesquisa com Usuários

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

PUC Rio

Rafaella da Costa Wendhausen

Dezembro/2023

# 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?



O **Twitter** é uma plataforma de mídia social fundada em 2006, conhecida por permitir que os usuários compartilhem mensagens curtas chamadas "tweets". Com um limite de caracteres, inicialmente de 140 e posteriormente aumentado para 280, o Twitter se destacou por sua rapidez na disseminação de informações e opiniões. A plataforma ganhou fama por ser um espaço onde notícias, tendências e discussões públicas ocorrem em tempo real.

Celebridades, líderes políticos e indivíduos comuns utilizam o Twitter para se expressarem e se conectarem globalmente. O serviço tornou-se uma parte integrante do cenário da mídia social, influenciando debates e eventos em escala global.

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 plataforma em um determinado momento. Portanto, estes são os principais *stakeholders* para o Twitter:

- **Usuários Individuais:**  
Os usuários individuais são essenciais, já que geram conteúdo, interagem 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;

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.

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 propicie a propagação de fake news.

Os aspectos positivos do Twitter incluem a rápida interação e a diversidade de opiniões e a entrevistada não experimentou conflitos na plataforma. O limite de caracteres não afeta sua comunicação, mas pode ser um obstáculo para quem busca transmitir informações extensas.

Ela destaca a facilidade de busca no Twitter como um benefício em comparação com outras redes sociais, entretanto, a plataforma impactou sua vida offline durante a pandemia, reduzindo as interações pessoais.

Sobre a veracidade das informações, a entrevistada achou meio a meio, mas destaca a função de verificação das notícias, que os usuários podem adicionar contexto no Twitter, e ressalta que a compra de Elon Musk trouxe benefícios, mas também mudanças nos filtros.

Quanto à diversidade de opiniões, ela acredita que o Twitter tende a criar bolhas, mas essas bolhas se chocam, resultando em discussões muitas vezes não saudáveis. A entrevistada menciona também que não se sente pressionada a manter uma presença constante no Twitter, mas expressa preocupação com a desumanização e toxicidade na plataforma, incentivando uma colaboração para melhorar o ambiente online.

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.

Destaca a dualidade do Twitter como fonte de informação e desinformação nas discussões sociais e políticas, influenciando opiniões. Já experimentou conflitos no Twitter, lidando com eles bloqueando a pessoa. Ela reconhece a influência do Twitter em sua vida offline, como na linguagem e consumo de informações.

Menciona os benefícios do Twitter, como sua ênfase em texto, pesquisa rápida e distinção em relação às plataformas do Meta (Facebook, Instagram), além de acrescentar a tendência do Twitter em criar bolhas de filtro. Considera a pesquisa e os trending topics como recursos úteis e expressa a falta de recursos de denúncia após a administração de Elon Musk, algo que foi drasticamente alterado após a compra, eliminando a análise humana pela inteligência artificial que muitas vezes já se provou ser falha para combater as denúncias.

Não percebeu limitações na personalização do perfil ou na interface. Critica o algoritmo do feed, sugerindo a acessibilidade gratuita como melhoria. Destaca a falta de apoio a artistas e pede maior visibilidade para trabalhos de pequenos artistas no algoritmo.

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.

Sandra destaca a interação positiva com usuários do mesmo nicho e não sente impacto do limite de caracteres, mas não deixa de pontuar a forte influência do Twitter em discussões sociais e políticas, oferecendo perspectivas fora das grandes mídias. Já enfrentou conflitos na plataforma, mas não deu muita importância. Sentiu pressão para manter presença constante durante a pandemia.

Acredita que o Twitter impacta sua vida offline, influenciando memes e notícias cotidianas. Vê o Twitter como visualmente mais limpo em comparação com outras plataformas. Considera o ambiente do Twitter conflituoso, não promovendo uma diversidade saudável de opiniões. Destaca a utilidade do Twitter para tuitar textos.

Sente falta do recurso Circle e critica a necessidade de pagar pela verificação e por mais caracteres. Percebe limitações na personalização do perfil na versão gratuita. Sugere melhorias no algoritmo para exibir conteúdos mais relevantes. No geral, não tem mais pontos a compartilhar sobre o Twitter.

# Analizando os dados

Analisando 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.

## **Entrevistada Luana Mercês, 23 anos:**

### *Objetivos e Atividades:*

- Utiliza o Twitter desde 2013 para se manter informada.
- Acessa a plataforma de três a quatro vezes ao dia.
- Valoriza a rapidez e a diversidade de opiniões.

### *Preferências e Preocupações:*

- Destaca a facilidade de busca no Twitter.
- Percebe mudanças após a aquisição por Elon Musk, incluindo filtragem de informações.
- Acredita que o Twitter cria bolhas de opinião, resultando em discussões não saudáveis.
- Expressa a preocupação com desumanização e toxicidade, incentivando a colaboração para melhorar o ambiente online.

## **Entrevistada Ingrid Leal, 27 anos:**

### *Objetivos e Atividades:*

- Utiliza o Twitter há 12 anos, diariamente, para obter notícias rapidamente e interagir com pessoas de interesses comuns.
- Pontua sobre a dualidade do Twitter como fonte de informação e desinformação, especialmente após a compra de Musk.

### *Preferências e Preocupações:*

- Destaca a ênfase em texto, pesquisa rápida e distinção em relação ao Meta (Facebook, Instagram), que são aplicativos que possuem a aparência muito próxima e com as mesmas funções.
- Menciona a tendência do Twitter em criar bolhas de filtro.
- Expressa a preocupação na falta de recursos de denúncia após a administração de Elon Musk.
- Pede maior visibilidade no algoritmo, entregando o que é de interesse em comum para as pessoas, como trabalhos de pequenos artistas.

## **Entrevistada Sandra Fonseca, 21 anos:**

### *Objetivos e Atividades:*

- Utiliza o Twitter desde 2020, frequentemente ao longo do dia, para rápida visualização de notícias e interesse em artistas.

- Valoriza a agilidade das informações em tempo real comparado às outras mídias.

#### *Preferências e Preocupações:*

- Questiona todas as notícias em relação à veracidade.
- Destaca interação positiva com usuários do mesmo nicho.
- Reconhece a forte influência do Twitter em discussões sociais e políticas.
- Sentiu pressão para manter presença constante durante a pandemia.
- Vê o Twitter como visualmente mais limpo comparado a outras redes, mas conflituoso em relação à diversidade de opiniões.

#### **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.

Podemos analisar que estes pontos fornecem uma visão abrangente das experiências, preferências e preocupações das entrevistadas em relação ao uso do Twitter, destacando as nuances individuais e áreas de convergência em suas experiências individuais.



# 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.



**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.”*

## **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.”*

## **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.”*

## **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.