



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB.
CENTRO DE EDUCAÇÃO – CEDUC II.
DEPARTAMENTO DE LETRAS E ARTES – DLA.
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM LETRAS**

LINCOLN OLIVEIRA FIGUEIREDO

A INTERATIVIDADE NA INTERNET - *TWITTER*

CAMPINA GRANDE - PB

Dezembro / 2011

LINCOLN OLIVEIRA FIGUEIREDO

A INTERATIVIDADE NA INTERNET - *TWITTER*

Monografia apresentada ao Departamento de Letras e Artes do Centro de Educação da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento às exigências do curso para recebimento do título de Licenciado Plena em Letras, sob a orientação do Prof. Rafael Francisco Braz.

Campina Grande - PB

Dezembro de 2011

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

F475i Figueiredo, Lincoln Oliveira.
A Interatividade na Internet - Twitter [manuscrito] /
Lincoln Oliveira Figueredo. – 2011.
76 f. il. color

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras
e Artes) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Educação, 2011.

“Orientação: Prof. Esp. Rafael Francisco Braz,
Departamento de Letras e Artes”.

1. Internet. 2. Microblogs. 3. Twiter. 4. Linguagem
digital. I. Título.

21. ed. CDD 004.678

LINCOLN OLIVEIRA FIGUEIREDO

A monografia intitulada "A Interatividade Na Internet - Twitter" foi defendida perante a banca examinadora composta pelos professores:

Data da aprovação 02 de dezembro de 2011

Rafael Francisco Braz Nota: 10,0
Prof. Rafael Francisco Braz.
Orientador

Marinalva Freire da Silva Nota: 10,0
Profª. Dra. Marinalva Freire da Silva
1ª Examinadora

Thays Keylla Albuquerque Nota: 10,0
Profª Ms. Thays Keylla Albuquerque.
2ª Examinadora

Média 10,0

Campina Grande - PB

AGRADECIMENTOS

Eu gostaria de aproveitar este espaço para mostrar meu mais profundo agradecimento, em primeiro lugar, a Deus, pela luz, pela força, pelas pessoas e pelos momentos maravilhosos, sem os quais, não seria possível transpor muitos obstáculos encontrados ao longo dessa jornada. Agradecer, também, por me mostrar que quanto mais aprendo, mais percebo que tenho muito a aprender;

A Flaviane pela paciência e pela minha ausência quando da elaboração deste trabalho e por ser minha maior incentivadora, mesmo em momentos que eu não acreditava em mim mesmo;

A minha família que sempre me incentivaram realizar meus sonhos, que me ensinaram o caminho da dignidade, da perseverança, honradez e do trabalho, acreditando, sempre, na minha capacidade;

Agradeço, em especial, ao meu orientador Prof. Rafael Francisco Braz por todo interesse e atenção atribuída a minha monografia. Orientações pessoais e virtuais que serviram de inspiração a cada nova página;

Enfim, a todos aqueles, que, de uma forma ou outra, perto ou longe, pouco ou muito, consciente ou inconscientemente contribuíram para a realização deste trabalho e para a minha chegada até aqui, o meu muito obrigado.

“Quem somos nós, quem é cada um de nós senão uma combinatória de experiências, de informações, de leituras, de imaginações? Cada vida é uma enciclopédia, uma biblioteca, um inventário de objetos, uma amostragem de estilos onde tudo pode ser continuamente remexido e reordenado de todas as maneiras”.

Ítalo Calvino

RESUMO

A humanidade desde seu início vive em redes e, isso, é indispensável para a sua sobrevivência. Para tanto, com a revolução da tecnologia e o surgimento da internet o indivíduo se apropriou dessa nova ferramenta para aumentar ainda mais essa necessidade de interação de forma mais instantânea e com maior abrangência. Nosso objetivo é, portanto, analisamos então o microblog *Twitter*, a fim de analisar a atuação clubes de futebol de Campina Grande-PB, o Campinense Clube e o Treze Futebol Clube, uma vez que dentre as suas funcionalidades principais, desta ferramenta, está à mediação para a exposição de informações possibilitando discussões conectando as pessoas por algum objetivo em comum. Para tanto, nossa fundamentação teórica se baseia nos aspectos dos autores como Marcuschi(2005), que definem os gêneros textuais, suas funcionalidades e caracteriza o gênero constituído em ambiente virtual, o gênero digital, de Zago(2008) que define o microblog, de Barreto(2010) e Comm(2009) que analisa o *Twitter* enquanto gênero Textual, Galli(2005) que estuda a linguagem digital e de Lévy(2003), Marcuschi(1999), Xavier(2002),(2004), que conceituam o hipertexto; a fim de se comprovar como é a utilização realizada das agremiações futebolísticas no *Twitter* em um espaço limitado de 140 caracteres. Por fim, a análise nos mostrou que os clubes têm a possibilidade de gerenciar sua marca no microblog de 140 caracteres, passando a ver essa atuação como um forte canal de envolvimento com os torcedores, seguidores, de forma sucinta, direta, capaz de atingir ao público-alvo desta mídia como os seus propósitos de informar e, também, interagir com os internautas.

PALAVRA-CHAVES: Gêneros Digitais, Twitter, Linguagem Digital.

Résumé

L'humanité avant ses débuts vivre dans les réseaux, et il est essentiel pour sa survie. Pour ce faire, avec la révolution technologique et l'émergence de l'Internet l'individu s'est approprié ce nouvel outil pour accroître davantage la nécessité d'une interaction instantanée de plus en plus grande couverture. Notre objectif est, par conséquent, nous pouvons ensuite analyser le microblog Twitter, afin d'analyser la performance des clubs de football Campina Grande PB, le Campinense Treize Club et Club de Football, puisque parmi ses principales caractéristiques, cet outil est de servir de médiateur exposition à des discussions d'information permettant la connexion de personnes pour un objectif commun. Pour ce faire, notre cadre théorique est basé sur les aspects des auteurs comme Marcuschi (2005), qui définissent les genres de texte, leur fonctionnalité et les caractéristiques du genre faite dans un environnement virtuel, en genre digital, Zago (2008) qui définit le microblog du Baker (2010) et Comm (2009) qui analyse le genre Twitter comme genre textuel, Galli (2005) qui étudie le langage vituel et Levy (2003), Marcuschi (1999), Xavier (2002,2004), qui conceptualisent hypertexte, afin de démontrer comment l'utilisation faite des associations de football sur *Twitter* dans un espace limité de 140 caractères. Enfin, l'analyse nous a montré que les clubs ont la possibilité de gérer sa marque de 140 caractères microblogging, allons voir ce rôle comme un canal forte de s'engager avec les fans, fidèles, de façon succincte, directe, capable d'atteindre le public cible de ce media comme leur but d'informer et interagir avec l'Internet.

Mot Clés: Genres numérique, *Twitter*, langage digitale.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Postagens do usuário @CampinensePB em setembro de 2011.

Figura 2 - *Home* do *Twitter*.

Figura 3 - Tela da página inicial do usuário @TCCLETRAS2011 em setembro de 2011.

Figura 4 - Exemplos de *Retweet* postado pelo @CampinensePB em setembro de 2011.

Figura 5 - Exemplos do uso das *Hashtags*(#) postado pelo usuário @TrezeFC em setembro de 2011.

Figura 6 - Atualização da página inicial no *Twitter*

Figura 7 - Perfil do usuário @CampinensePB.

Figura 8 - Gráfico 1, com as postagens do usuário @CajmpinensePB em Setembro de 2011

Figura 9 - Perfil do usuário @TrezeFC

Figura 10 - Gráfico 2, com as postagens do usuário @TrezeFC em Setembro de 2011.

Figura 11 - *Tweet* do usuário @CampinensePB.

Figura 12 - *Tweet* do usuário @TrezeFC.

Figura 13 - *Tweets* do usuário @CampinensePB.

Figura 14 - *Tweet* do usuário @CampinensePB.

Figura 15 - *Retweet* postado pelo usuário @CampinensePB.

Figura 16 - *Tweets* do usuário @TrezeFC.

Figura 17 - *Tweet* e *Retweet* postado pelo usuário @CampinensePB.

Figura 18 - *Tweets* do usuário @CampinensePB.

Figura 19 - *Tweets* do usuário @TrezeFC.

Figura 20 - Gráfico 3 - Qual clube você segue no Twitter?

Figura 21 - Gráfico 4 - Qual o motivo?

Figura 22 - Gráfico 5 - Você passou a se interessar mais pelo clube, após a divulgação no twitter?

Figura 23 - Gráfico 6 - Você já reclamou de algo do clube pelo twitter?

Figura 24 - Gráfico 7 - Se sim, sua reclamação foi solucionada pelo clube?

Figura 25 - Gráfico 8 - você acredita que a atuação dos clubes no Twitter pode estreitar o relacionamento com os torcedores?

SUMARIO

INTODUÇÃO	12
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
1.1 GÊNERO TEXTUAL.....	16
1.2 GÊNERO DIGITAL.....	19
2 A LINGUAGEM DIGITAL	28
3 METODOLOGIA	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERENCIAS	45

INTRODUÇÃO

A necessidade do homem de se comunicar com os demais é marcante desde os tempos remotos, e ao longo de sua existência, ele desenvolveu várias técnicas e meios de comunicação com o intuito de estabelecer uma relação, e até mesmo como forma de sobrevivência.

Da necessidade de comunicação, o homem foi desenvolvendo técnicas e maneiras de estabelecer contato com os demais. Sempre que dominava alguma técnica, desenvolvia outra, em seguida aperfeiçoava-a, e desenvolvia mais outra e, assim, foi e continua sendo, até os dias atuais.

Durante sua trajetória, o homem desenvolveu várias formas e meios de comunicação, seus gestos, depois os primeiros sons, a fala, a escrita, o papel, a imprensa, o livro, o jornal, o telefone, o rádio, a televisão, a internet e outros meios diversos.

O desenvolvimento e aperfeiçoamento das formas de comunicação, não pararam, com o surgimento de novas tecnologias, sobretudo da internet, a sociedade ganhou outros meios e mecanismos comunicacionais, fazendo com que as informações passassem a ser produzidas cada vez mais rápido, e gerando na sociedade uma ânsia por acessar o que estava sendo produzido.

Com o advento da internet, principalmente após a *World Wide Web* (*WWW*), o acesso às informações tornou-se mais rápido e fácil. Porém, com vista na dinâmica da comunicação e da sociedade de um modo geral, as mudanças e transformações não pararam por aí, surgiu uma nova proposta para a internet, facilitando ainda mais a comunicação entre usuários da rede e rompendo de vez as barreiras da distância.

Na *web*, observa-se uma proliferação de suportes e uma diversidade de espaços comunicacionais nos quais se podem realizar trocas de informações. Diferentes formatos de publicação mobilizam diferentes formas de apropriação e utilização, à medida que apresentam especificidades que não só podem como devem ser levadas em conta no momento da produção e da distribuição de conteúdos.

Baseado nesse contexto, o presente trabalho pretende avaliar a atuação dos clubes de futebol de Campina Grande-PB no *Twitter*, a participação destas agremiações no *microblog Twitter* cresceu significativamente. As inúmeras formas de abordagem, divulgação e controle de informações ao envolver a marca dos clubes em um contexto comunicacional de 140 caracteres. Despertou o interesse em analisar como é realizada a interação dos clubes no *Twitter* e, também, a participação continua dessas agremiações futebolísticas nas mídias sociais pois os clubes são popularmente conhecidos pelos os usuários do *Twitter* na cidade de Campina Grande. Ambas as agremiações futebolísticas possuem um perfil ativo no *microblog* para interação com seus seguidores que agregará embasamento ao ser realizado a análise dos *tweets*. Será possível informar, criar ações promocionais em mídia social como o *Twitter* com postagens limitadas de caracteres? Quais os elementos de interação são utilizados?

Para solucionar esses e outros questionamentos, serão expostas informações pouco mais teórica sobre os Gêneros Textuais, Gêneros Digitais, *Microblog*, *Twitter*, Linguagem Digital e o Hipertexto.

O primeiro capítulo baseia-se em conceituar os gêneros textuais que são “textos materializados que encontramos na vida diária e que apresentam características sócios comunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica” MARCUSCHI (2005, p.. 22-23), o seu desenvolvimento e como se dá sua funcionalidade.

Em seguida, abordaremos o Gênero Digital, analisando o suporte em que se localizam, a assimilação de outros gêneros textuais que estão presentes em outros ambientes, o impacto das tecnologias digitais na sociedade contemporânea, características definidoras do conceito de comunidade virtual, para, logo após, entrarmos no objeto de estudo, o *microblog Twitter*, conceituando primeiro o *Microblog*; para depois analisarmos o *Twitter* enquanto gênero textual.

No segundo capítulo, abrange-se a Linguagem Digital, analisaremos como se dá a interação na linguagem virtual, os argumentos que este meio utiliza e que tipo de linguagem caracteriza a linguagem no meio digital.

O último capítulo dedica-se ao dados coletados onde verificamos que os clubes têm a possibilidade de gerenciar sua marca no *microblog* de 140

caracteres, passando a ver essa atuação como um forte canal de envolvimento com os torcedores, seguidores, de forma sucinta, direta, capaz de atingir ao público-alvo desta mídia como os seus propósitos de informar e, também, interagir com os internautas.

1 GÊNEROS TEXTUAIS

1.1 CONCEITUAÇÃO DE GÊNEROS TEXTUAIS

Desde os tempos remotos, o homem sente a necessidade de se comunicar e se relacionar com os demais. Tal necessidade de comunicação é intrínseca ao homem, até mesmo por uma questão de sobrevivência. Foi justamente desta carência adicionada às atividades socioculturais relacionadas às inovações tecnológicas que o homem desenvolveu as habilidades comunicacionais.

Os gêneros textuais são entidades sociodiscursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa, não se caracterizam nem se definem por aspectos formais, sejam eles estruturais ou lingüísticos, e sim por aspectos sócio-comunicativos e funcionais, mas nem por isso se despreza a forma pois em muitos casos são as formas que determinam o gênero, e em outros casos serão as funções que classificam se em comunicativas, cognitivas e institucionais que o determinarão. Os gêneros também se caracterizam pela diversidade de formas, existem estudos feitos por lingüistas alemães que chegaram a nomear mais de 4000 gêneros (ADAMZIK, 1997 Apud MARCUSCHI 2005), obtêm denominações nem sempre unívocas e, assim como surgem, podem desaparecer.

MARCUSCHI (2005, p. 22-23) define gênero textual:

Usamos a expressão gênero textual como uma noção propositalmente vaga para referir os textos materializados que encontramos na vida diária e que apresentam características sócio comunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica. Se os tipos textuais são apenas meia dúzia, os gêneros são inúmeros. Alguns exemplos de gênero textuais seriam: *telefonema, sermão, carta comercial, carta pessoal, romance, bilhete, reportagem jornalística, aula expositiva, reunião de condomínio, notícia jornalística, horóscopo, receita culinária, bula de remédio, lista de compras, cardápio de restaurante, instruções de uso, outdoor, inquérito policial, resenha, edital de concurso, piada, conversação espontânea, conferência, carta eletrônica, bate-papo por computador, aulas virtuais* e assim por diante.

Há que se dizer também que os gêneros na sociedade servem para, como afirma MARCUSCHI (2005), estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia. PINHEIRO (2002), afirma, corroborando com o autor, que o estudo

de gêneros textuais se constitui em um orientador textual a produtores (autores de textos diversos) e a receptores (leitores quaisquer). Através dessa orientação os produtores/leitores poderão, por meio do desprendimento de regularidades da escrita ou da leitura, desenvolverem/produzirem ou interpretar/compreenderem melhor os gêneros a sua volta, e, com isso, se capacitarem para uma melhor atuação como cidadãos em sua comunidade.

Nessa linha de pensamento, MARCUSCHI (2005) divide o desenvolvimento dos gêneros textuais em quatro fases. A primeira fase relata que os povos de cultura essencialmente oral desenvolveram um conjunto limitado de gêneros, o que nos induz a afirmar que as primeiras formas de comunicação se deram através de gestos, sinais e sons; ao longo do tempo foram desenvolvendo os gestos e sons e passaram a dominar a fala, tornando possível a transmissão de mensagens mais elaboradas, além da transmissão da cultura através da oralidade. A segunda, ocorre após a invenção da escrita alfabética que deu um grande salto em seu processo evolutivo, quando se multiplicaram os gêneros. Na terceira, por volta do século VII a.C., os gêneros expandiram-se com o florescimento da cultura impressa e, a partir de então, foi possível um aumento na produção de documentos para, na fase intermediária de industrialização, iniciada no século XVIII, dar início a uma grande ampliação. Por fim, a quarta fase, denominada *cultura eletrônica*, que se refere ao advento do telefone, do gravador, do rádio, da TV e, particularmente, do computador pessoal e sua aplicação mais notável, a *internet* através da qual presenciamos uma explosão de novos gêneros e novas formas de comunicação, tanto na oralidade como na escrita. Esse crescente aumento, proporcionado pela internet, resultou na necessidade de tornar mais ágil a publicação de informações a fim de possibilitar um acesso também mais ágil. Mais que isso, surgiu uma necessidade de interagir com as informações.

Para BRONCKART (1999, p.12), os gêneros constituem ações de linguagem que requerem do agente produtor uma série de decisões para cuja execução ele necessita ter competência; a primeira das decisões é a escolha que deve ser feita a partir do rol de gêneros existentes, ou seja, ele escolherá aquele que lhe parece adequado ao contexto e à intenção comunicativa; e a segunda é a aplicação que poderá acrescentar algo à forma destacada ou recriá-la.

1.2 – GÊNERO DIGITAL

Os gêneros são determinados também pelo suporte em que se localizam. Para MARCUSCHI (2003), o suporte seria o local físico ou virtual em que se materializa o gênero e influenciaria na sua produção e recepção, de forma que a mudança de suporte acarretaria a mudança do gênero. Com o surgimento das novas tecnologias de informação e comunicação, novos gêneros nascem e outros são modificados. Os gêneros que se apresentam no ambiente virtual, muitos deles (re)criados a partir de gêneros equivalentes na escrita convencional ou na fala, são chamados gêneros virtuais, digitais ou hipertextuais. Esses possuem características peculiares ou que são simplesmente acentuadas devido ao ambiente dinâmico e interativo em que se situam, embora não exclusivas dele, como a hipertextualidade, a linguagem multimodal e o hibridismo. Esses fenômenos acabam por facilitar e incrementar o desenvolvimento de relações interpessoais na *Web*, além de introduzir modificações típicas na linguagem utilizada .

Segundo MARCUSCHI (2005) parte do sucesso da nova tecnologia deve-se ao fato de reunir num só meio várias formas de expressão, tais como, texto, som e imagem, o que lhe dá maleabilidade para a incorporação simultânea de múltiplas semioses, interferindo na natureza dos recursos lingüísticos utilizados. A partir disso, a rapidez da veiculação e sua flexibilidade lingüística aceleram a penetração entre as demais praticas sociais.

Conforme observa MARCUSCHI (2005), no contexto da tecnologia digital emerge um conjunto de gêneros textuais os quais estão presentes em outros ambientes nas formas oral e escrita. Na sociedade da informação, os suportes digitais instauram novas formas de comunicação. Podemos perceber tais mudanças na linguagem e na vida social. Na sociedade contemporânea, o impacto das tecnologias digitais reflete a necessidade de analisar os gêneros emergentes a partir de três relevantes aspectos:

1. O uso extensivo e o desenvolvimento acelerado dos gêneros digitais.
2. As propriedades formais e funcionais dos gêneros.
3. A possibilidade de rever nossa relação com a oralidade, a escrita e outros conceitos tradicionais.

Para MARCUSCHI (2005), é inegável que a tecnologia do computador, em especial com o surgimento da internet, criou uma imensa rede social (virtual) que liga os mais diversos indivíduos pelas mais diversificadas formas numa velocidade espantosa e, na maioria dos casos numa relação síncrona. Isso dá uma nova noção de interação social. Essas novas tecnologias não são anti-sociais, favorecendo a criação de verdadeiras redes de interesse como as comunidades virtuais em que os membros, com interesses comuns, interagem de forma rápida e eficaz formando uma rede de relações virtuais. ERICKSON (1997) apud MARCUSCHI (2005) apresenta as características definidoras do conceito de comunidade de acordo com a tradição da sociolinguística e da antropologia. Estas características são:

Membro	central para a noção de comunidade é o fato de ser membro ou de estar excluído; alguns pertencem a ela e outros não e isso por razões várias, tais como religião, raça, camada social, profissão etc.
Relacionamentos	membros de uma comunidade formam relacionamentos pessoais entre si, desde relacionamentos casuais a amizades estáveis.
Confiança a reciprocidade generalizada	uma comunidade deve ter confiança mútua e estar preparada para que os membros se ajudem.
Valores e práticas partilhados	os membros devem partilhar um conjunto de valores, objetivos, normas e interesses, assim como uma história, costumes e instrumentos.
Bens coletivos	participação dos membros na produção, uso e distribuição dos bens.
Durabilidade	enquanto numa coletividade, os

	aspectos acima mencionados só se efetivarão se a comunidade tiver longa duração.
--	--

A definição de comunidade: Uma comunidade é uma coleção de membros com relacionamentos interpessoais de confiança e reciprocidade, partilha valores e práticas sociais com produção, distribuição e uso de bens de coletivos num sistema de relações duradouras.

As formas textuais emergentes nessa escrita são várias e versáteis. Todas as tecnologias comunicacionais novas geram ambientes e meio novos. Isso ocorreu com a invenção da escrita que gerou um sem-número de ambientes e necessidades para seu uso. Hoje internet tornou-se um imenso laboratório de experimentações de todos os formatos. Um desses gêneros emergentes é o *weblog* que são diários pessoais na rede; uma escrita autobiográfica com observações diárias ou não, agendas, anotações, em geral muito praticados pelos adolescentes na forma de diários participativos.

MARCUSHI (2005) explica, ainda, que os gêneros digitais apresentam contrapartes pré-existentes, pois há um paralelo formal e funcional entre gêneros novos e antigos. A seguir temos um quadro dos gêneros textuais emergentes na mídia virtual e suas contrapartes em gêneros pré-existentes:

	Gêneros emergentes	Gêneros já existentes
1	E-mail	Carta pessoal // bilhete // correio
2	Chat em aberto	Conversações (em grupos abertos?)
3	Chat reservado	Conversações duais (casuais)
4	Chat ICQ (agendado)	Encontros pessoais (agendados?)
5	Chat em salas privadas	Conversações (fechadas?)
6	Entrevista com convidado	Entrevista com a pessoa convidada
7	E-mail educacional (aula por E-mail)	Aulas por correspondência
8	Aula Chat (aulas virtuais)	Aulas presenciais
9	Vídeo-conferência interativa	Reunião de grupo/ conferência/ debate

10	Lista de discussão	Circulares / séries de circulares
11	Endereço eletrônico	Endereço postal
12	Blog	Diário pessoal, anotações, agendas

A principal característica dos gêneros constituídos em ambientes virtuais é a alta interatividade e em muitos casos síncronos, ou seja, que se realiza ao mesmo tempo, simultâneo, embora escritos. Isso lhes dá um caráter inovador no contexto das relações entre fala - escrita.



FIGURA 1 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 03/10/2011 às 11:55>

1.2.2- Microblog

Após a proliferação dos *blogs* na *Web 2.0*, a possibilidade na exposição de conteúdo foram os recursos iniciais para adaptação de novas ferramentas. Embora sejam historicamente mais recentes, os *microblogs* integram as mesmas funções de um *blog* convencional, porém, com algumas particularidades.

Nesse sentido, ZAGO (2008, p.7) argumenta:

Um *microblog* parte da idéia de um *blog* (atualizações em ordem cronológica inversa, possibilidade de comentários e *trackbacks*,

blogroll), mas apresenta como singularidade o fato de que é adaptado para postagens de tamanho reduzido. A idéia é que haja uma maior facilidade de integração com outras ferramentas digitais, como celular e outros dispositivos móveis.

Microblogs são todas as ferramentas que possibilitam a interação online por meio de publicação de conteúdo com limite máximo e reduzido de caracteres. São de utilização simples, sendo muitas vezes coligados à mobilidade.

Essa ferramenta foi denominada como *microblog*, por ter características semelhantes a do *blog*, porém, de maneira mais simplificada, pela quantidade limitada de caracteres a cada postagem, enquanto o termo similar, *microblogging*, é toda ação de postagens de textos em tamanho reduzido, por meio de comunicadores instantâneos ou aparelhos móveis. Ou seja, têm a oportunidade de fazer e receber atualizações por meio do celular.

Algumas redes sociais, ao constatarem que os internautas cada vez mais utilizavam esse meio de postagem rápida, logo integraram aplicativo de microblogging em sua própria rede, o *status Update*(1), como ocorre no *MySpace* e *Facebook*,. Conforme explica Zago (2008, p. 9):

Microblogs enquanto formatos englobariam também atualizações curtas em ordem cronológica inversa feitas a partir de outros dispositivos que não necessariamente ferramentas de *microblogs* – como nas mudanças de status em redes sociais, ou nas pequenas porções de conteúdo adicionadas às barras laterais (*sidebar*) em blogs.

As plataformas de *microblogs* mais utilizadas são: *Jaiku*(2), *Yammer* (3), *Plurk*(4), *Identi.ca*(5) e *Pownce*(6), porém, nenhum se consagrou tanto neste segmento como o *Twitter*(7). O site possui cerca de 200 milhões de usuários cadastrados e 200 milhões(8) de postagens por dia, sendo que em março de 2010 atingiu a marca de 10 bilhões de *Tweets*(9).

1- Atualização do estado. Referente à atualização do que a pessoa faz naquele momento.

2- <http://www.jaiku.com/>

3- <https://www.yammer.com/>

4- <http://www.plurk.com/>

5- <http://identi.ca/>

6- <http://pownce.com/>

7- <http://www.twitter.com>

8- Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/07/usuarios-do-twitter-enviam-200-milhoes-de-tuites-por-dia.html>> / Acesso em 25/08/2011.

9- As postagens do Twitter são nomeadas como Tweets.

1.2.2 – O Twitter



FIGURA 2 - <TWITTER.COM, acessado em 09/10/2011 às 13:30>

Criado em março de 2006, o *Twitter* é um serviço de comunicação virtual idealizado por uma empresa de *podcasting* de São Francisco, nos Estados Unidos (O'REILLY; MILSTEIN, 2009, p.13). No Brasil, o uso dessa rede social é relativamente recente, tendo apresentado destaque maior na mídia a partir de 2009, quando não só artistas e celebridades, mas também jornais e demais veículos de comunicação passaram a usar o microblog como espaço complementar da informação.

BARRETO (2010) analisa o *Twitter* enquanto gênero textual que apresenta semelhanças com o já conhecido *blog* – e por isso é chamado de “*microblog*” por vários estudiosos da comunicação -, no entanto revela algumas peculiaridades em seu funcionamento. No *twitter* temos cinco aspectos interessam particularmente o nosso trabalho: (1) limite de 140 caracteres; (2) uso de *RT's* (*retweets*); (3) mensagem aos interlocutores por meio de *link* no

formato @___; (4) criação de etiquetas (*hashtags*) por meio de link no formato #___; (5) atualização da página *home* (*tweets*).

Para utilizar o Twitter, é preciso fazer um cadastro simples no *microblog*. Ao acessar o *site*, *twitter.com*, a primeira visualização que se tem é a da *home* do perfil deste internauta, local onde se encontram as postagens dos usuários que ele “segue”, como é o termo utilizado no *Twitter*. Conforme se pode visualizar na Figura abaixo, “Os seguidores também poderão ver as listas de *tweets* de qualquer usuário que decidam seguir, bastando para isso entrar na página pessoal dele no *Twitter*” (COMM, 2009, p.26).



FIGURA 3 - <Twitter.com/TCCLETRAS acessado em 18/10/2011 às 11:55>

Nesta mesma página, encontram-se as principais funções que os utilizadores do *Twitter* irão utilizar no *microblog*. No topo, encontram-se as funções:

Página inicial	Local onde receberá todas as
----------------	------------------------------

	atualizações de <i>tweeters</i> das pessoas que o usuário segue.
Perfil	Visualizar a própria página do usuário no <i>microblog</i> .
Mensagem	Você pode enviar uma mensagem privada (também em até 140 caracteres) a alguém no <i>Twitter</i> , através de uma mensagem direta, chamado de DM.
Quem seguir	Encontrar pessoas ou empresas no <i>Twitter</i> , por meio de nomes, palavras-chave, categorias (<i>Browse Suggestions</i>) e lista de amigos (conectados pela conta de <i>e-mail</i> do usuário).

Uma das peculiaridades do *Twitter* - aspecto que o caracteriza como “*microblog*” - é o texto, chamado de *tweet*, limitado em sua extensão a 140 caracteres. Isso obriga o produtor a exercer a sua capacidade de síntese, postando mensagens essencialmente curtas e objetivas.

O recurso do RT na página do *Twitter* corresponde ao encaminhamento de uma mensagem ou *tweeter* que já foi postado anteriormente e que o produtor deseja tornar visível em sua página principal. O RT equivale a um recurso de citação ou intertextualidade, que, no *Twitter*, vem sempre acompanhado da autoria antes da mensagem, indicada por @_____.



FIGURA 4 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 20/09/2011 às 10:00>

Os interlocutores no *Twitter* são apresentados e identificados por meio de expressões no formato @__, que correspondem, ao mesmo tempo, a um *link* da cadeia hipertextual que pode ser acessado a qualquer instante.

O formato de expressão #___ é usado no *Twitter* para criação de um assunto ou nome-etiqueta (*hashtag*) que será que será mencionado de modo recorrente por vários usuários. A partir do momento em que é criado, ele funciona hipertextualmente como *link* para todas as mensagens com o mesmo *hashtag*. Pode-se dizer que, da mesma forma que o formato @___ usado para identificação de interlocutores, uma etiqueta corresponde, literalmente, a um *link* aberto para informações relevantes. Conforme veremos a seguir:



FIGURA 5 - <Twitter.com/TrezeFc acessado em 08/09/2011 às 10:05>

A atualização da página *home* no *Twitter* é o modo pelo qual seus usuários podem ter acesso a todas as mensagens daqueles que constam na sua lista *following*, seguidores. Assim, é por meio dela que podem, também, ser engatilhadas as cadeias referenciais dos seus próximos posts, ao responder aos *tweets*, direta ou indiretamente, ou simplesmente ao ler os *tweets*. É, sobretudo, a lista de mensagens na página *home* que permite que o usuário do *Twitter*, como leitor, interprete co(n)textualmente as informações, estabelecendo, sem dúvida, as inferências necessárias ao seu processamento.



FIGURA 6 - <Twitter.com/TCLETRAS acessado em 18/10/2011 às 11:55>

No *Twitter*, não existe a obrigatoriedade de seguir para ser seguido. É de escolha do usuário seguir estritamente aqueles perfis cujo conteúdo sejam de seu interesse. Essa livre opção permite que a ferramenta crie vínculos de interação entre os usuários, que possivelmente irão comentar sobre assuntos em comum ou propagar a informação para um grupo de internautas diversificados.

Não há, necessariamente, restrição para seguir ou ser seguido no *Twitter*, porém, para os que optam pela privacidade, o *microblog* permite um mecanismo, pelo qual o dono perfil aceita por quem gostaria de ser seguido, bloqueando a visualização de seus *tweets* para os demais usuários.

2 A LINGUAGEM DIGITAL

Na era digital, as informações tornaram-se ilimitáveis. Com a Internet, por meio dos novos gêneros textuais digitais, a interação e a comunicação em massa passaram a ser em tempo real, independentes de tempo e espaço, rompendo fronteiras, desterritorializando o indivíduo (ORTIZ, 2003).

Galli (2005, p. 120) afirma que o vocabulário terminológico da informática, enquanto área técnica permite aos locutores que participam deste ambiente falar e entender o mundo e as coisas de forma interativa. A autora pontua também que essa linguagem – da Internet – configura-se como técnica, isto é, restrita a um número reduzido de sujeitos, somente até certo ponto, pois o vocabulário é colocado em uso ao migrar para a linguagem cotidiana, o que resulta em tradução e mobilização democrática.

Nesse sentido,

A linguagem da Internet tem seus pressupostos que, naturalmente, estão caminhando para um modelo de comunicação. A Internet já se transformou num veículo de comunicação com uma linguagem acessível à maior parte dos hiperleitores. Desse modo, há uma exploração dos termos dessa área, os quais são transferidos para o contexto social e divulgados como uma linguagem global. (GALLI, 2005, p. 125)

Segundo Lévy (1993), “As relações entre o homem, o trabalho, a própria inteligência dependem, na verdade, da metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos. Escrita, leitura, visão, audição, criação, aprendizagem são capturados por uma informática cada vez mais avançada”.

Para Galli (2005), grande parte dos avanços tecnológicos está no processo evolutivo da comunicação, conduzindo-se para uma maior democratização do saber e da informação. O espaço cibernético tem se tornando um lugar essencial, um futuro próximo de comunicação e pensamento humano. Esse espaço abre possibilidades completamente distintas da mídia clássica, pois como afirma Lévy (2000, p.13 apud. Galli, 2005), “[...] todas as mensagens se tornam interativas, ganham uma plasticidade e têm uma possibilidade de metamorfose imediata.”

A democratização da leitura e aquisição do conhecimento literário produz uma idiosincrasia com o outro no momento de interação e inclusão. Assim,

pode-se dizer que a Internet é um meio de comunicação que se enquadra no dispositivo “Todos e Todos”. Ela proporciona a interação entre locutor e interlocutor, uma vez que, na rede, qualquer elemento adquire a possibilidade de interação, havendo interconexões entre pessoas dos mais diferentes lugares do planeta, facilitando, portanto, o contato entre elas, assim como a busca por opiniões e idéias convergentes (GALLI, 2005, p. 124).

A adoção de princípios de interatividade mediada por computadores entre os pólos da comunicação exigiu também a evolução da linguagem para tal finalidade. Enquanto resultado dessa evolução, a maior proposta dos ambientes digitais reside nas propostas hipermidiáticas, especialmente na forma como são representados os conteúdos e, principalmente quando comparada aos outros meios não interativos, pelo seu exclusivo permitir-se invadir multilinearmente em sua estrutura. Além desse avanço, a “linguagem hipermídia agrega um conjunto de linguagens como a fotográfica, a sonora, a visual, a audiovisual e a própria cinematográfica” (GOSCIOLA, 2003, p.35), que convida à experimentação. Tornando a web uma excelente ferramenta para marketing, vendas e publicidade, pois a internet passa a ser um canal de comunicação essencial e, para as empresas, uma oportunidade de estreitar os laços de suas marcas com consumidores.

É neste ponto que entra a persuasão, visto que toda mensagem tem, por trás de si, um locutor que quer persuadir o seu interlocutor fazendo uso de vários recursos de natureza lingüística ou não. Então, talvez um dos aspectos mais importantes a ser considerado na leitura de uma mensagem é que quem a produz está interessado, de alguma forma, em convencer o outro de algo. Desse modo, o locutor ativa todos os recursos possíveis, com a intenção de levar o outro a acreditar naquilo que a mensagem diz e, ainda, fazer aquilo que é proposto. Isso acontece com a internet, visto que, a todo o momento, os sites estão oferecendo alguma coisa aos usuários, (GALLI, 2005).

Logo, aquele que persuade leva alguém à aceitação de uma dada idéia. Dito de outra forma, a persuasão é o resultado de certa organização da mensagem que a constitui como verdadeira para que a recebe. Segundo Citelli (2000 apud. GALLI, 2005), isso desvenda a existência de graus de persuasão:

uns mais ou menos visíveis e outros mais ou menos mascarados. Na internet, essa questão é muito aparente, na medida em que é possível perceber que as mensagens dos sites são dotadas de poder persuasivo (umas mais, outras menos), que vão desde cores, ilustrações, forma de apresentação até a linguagem utilizada pelo locutor.

A existência de um tipo de interação leva indivíduos e grupos a buscarem determinados objetivos e aspirações nos mais diversos contextos, utilizando-se dos mais variados recursos, acerca da língua e da linguagem, constituindo, desse modo, um conjunto de linguagens técnicas. Cabré (1993) defende que a linguagem é um sistema complexo e heterogêneo de subsistemas relacionados, e diferencia a língua geral da linguagem de especialidade da seguinte maneira: a língua geral é percebida como um conjunto de regras, unidades e restrições que fazem parte do conhecimento da maioria dos falantes de uma língua, representando um subconjunto da língua entendida em sentido global. As unidades da língua comum são utilizadas em situações que podem classificar-se como não-marcadas. De acordo com Cabré (1993, p. 129), as linguagens de especialidades são parcialmente coincidentes com o subcódigo da língua comum, e possuem peculiaridades específicas que podem ser temáticas, de interlocutores, da situação comunicativas, dos tipos de discursos, etc. Portanto, as situações das quais se utilizam as linguagens de especialidade são consideradas, neste sentido, marcadas. Dessa maneira, parte-se do princípio de que as linguagens de especialidade são parte da língua geral.

Desse modo, a linguagem virtual possibilita ao indivíduo participar e interagir-se dos acontecimentos sociais e universais, visto que ele está em contato com uma linguagem globalizada, conhecida também por culturas diversas.

3. 1- HIPERTEXTO

Vários modos de comunicação integram a rede interativa, unindo, em um único sistema, as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana. A junção de textos, imagens e sons no mesmo suporte transforma a comunicação entre interlocutores, oferecendo comunicação em rede global, de

fácil acesso, a preço acessível. Esse novo sistema eletrônico de interação pode transformar a sociedade para sempre, à medida que a quantidade bruta de dados que circula na rede se multiplica de maneira acelerada (CASTELLS, 2003).

Essa evolução modifica as relações do ser humano com a cultura escrita, que nasce a partir dos manuscritos em rolo de pergaminho; desenvolveu-se com os livros impressos e culminou com os textos eletrônicos, uma nova modalidade de apresentação e de difusão do texto escrito. Tal evolução transforma, de maneira significativa, a relação do leitor com o texto impresso, devido à crescente prática de leitura diretamente na tela do computador (CHATIER, 2002).

De acordo com Landow (1992), o termo hipertexto denota o texto composto por blocos de textos, ligados por links eletrônicos (conexão que liga uma página a outra no hipertexto) ou um ponto de vista do sistema hipertextual a outro qualquer (LEÃO, 1999), ou seja, o hipertexto liga uma passagem verbal do discurso as imagens, mapas, diagramas e sons, expandindo a concepção de texto, que agora emerge de links verbais e não-verbais, transformando-se em textos que possibilitam uma leitura multilinear ou multisequencial, o que convencionava novas regras de leitura, diferentes da leitura tradicional. O autor enfatiza que o sistema de hipertexto oferece ao leitor e ao escritor o mesmo ambiente, mas exige um leitor mais ativo, devido à multiplicidade do hipertexto, o qual oferece múltiplas entradas para blocos de texto.

O hipertexto é composto de nós, ou seja, elementos de informação, parágrafos páginas, imagens, sequências musicais, além das ligações entre esses nós, que são referenciais, compostos de notas, indicadores, “botões que efetuam a passagem de um nó a outro”. Dessa forma, o hipertexto é organizado de maneira não-linear, resultando em “um texto digitalizado, fluído, reconfigurável à vontade”, o qual circula no interior de redes sociais ou mundiais, onde “cada participante é um autor e editor em potencial, esse texto é diferente do texto impresso” (L ÉVY, 2003, p.. 44-50)

Segundo Xavier (2004, p. 171), o hipertexto pode ser considerado “uma forma híbrida, dinâmica e flexível de linguagem que dialoga com outras interfaces semióticas, adiciona e condiciona à sua superfície formas outras de

textualidade” Da perspectiva dos estudos lingüísticos, Marcuschi (1999,p. 21) define o hipertexto da seguinte maneira:

O hipertexto não é um gênero textual nem um simples suporte de gêneros diversos, mas como um tipo de escritura. É uma forma de organização cognitiva e referencial cujos princípios constituem um conjunto de possibilidades estruturais que caracterizam ações e decisões cognitivas baseadas em (séries de) referências não contínuas e não progressivas. Considerando que a linearidade lingüística sempre constituiu um princípio básico da teorização (formal ou funcional) da língua, o hipertexto rompe esse padrão em alguns níveis. Nele, não se observa uma ordem de construção, mas possibilidades de construção textual plurilinearizada.

Koch (2002, p. 63) avalia que o hipertexto “constitui um suporte lingüístico-semiótico hoje intensamente utilizado para estabelecer interações virtuais desterritorializadas” . A autora concorda com a definição de Marcuschi e enfatiza que se trata de uma forma de estruturação textual que redefine o papel do leitor como co-autor do texto.

Xavier (2002) concebe o hipertexto como um dispositivo “textual” digital multimodal e semiolinguístico (dotado de elementos verbais, imagéticos e sonoros), disponibilizado na internet em um endereço eletrônico, e que se encontra interligado a outros hipertextos mediante os hiperlinks (*links*) que o constituem. Para esse autor, o *hiperlink* é a ideia motriz do hipertexto, uma vez que se trata de um dispositivo que possibilita a relação de hipertextos de maneira não-sequencial, arbitrária e rizomática. Mais do que relacionar textos em rede, trata-se de relacionar pessoas e instituições (XAVIER, 2002, p. 152-153).

3 METODOLOGIA

A participação das agremiações no *microblog Twitter* cresceu significativamente. As inúmeras formas de abordagem, divulgação e controle de informações ao envolver a marca dos clubes em um contexto comunicacional de 140 caracteres. Despertou o interesse em analisar como é realizada a interação dos clubes, Campinense Clube e Treze Futebol Clube, no *Twitter*.

A metodologia adotada para desenvolver a pesquisa será de natureza qualitativa e quantitativa, ao desenvolver as análises dos tweets a partir dos:

- 1) Conceitos e estudos dos autores Marcuschi(2005), Pinheiro(2002) e Bronckart(1999) que definem os gêneros textuais, de Marcuschi(2003), (2005) que caracteriza o gênero constituído em ambiente virtual, o gênero digital, de Zago(2008) que define o microblog, de Barreto(2010) e Comm(2009) que analisa o *Twitter* enquanto gênero Textual, de Cabré(1993), Galli(2005), Gosciola(2003), Levy(1993) e Ortiz(2003) que estudam a linguagem digital e de Castells(2003), Chatier(2002), Koch(2002), Landow(1992), Leão(1999), Lévy(2003), Marcuschi(1999), Xavier(2002),(2004), que conceituam o hipertexto; a fim de se comprovar como é a utilização realizada das agremiações futebolísticas no *Twitter* em um espaço limitado de 140 caracteres.
- 2) A análise será dos perfis das agremiações futebolísticas: Campinense Clube (@CampinensePB) e Treze Futebol Clube (@TrezeFC).
- 3) A justificativa para a escolha foi a participação contínua destes clubes nas mídias sociais, como *Orkut*, *Facebook* e *Twitter*, e também por serem popularmente conhecidos na cidade de Campina Grande-PB. Os clubes possuem um perfil para interação com seus seguidores, torcedores, que agregará embasamento ao ser realizado a análise dos *tweets*. Para auxiliar no trabalho foi criado o perfil @TCCLETRAS2011.
- 4) A coleta das informações será atribuída aos *tweets* postados pelos clubes no período de um mês, setembro de 2011, para que seja feita

análise e comparação completa em um tempo integral de 30 dias entre os dois clubes.

- 5) Será aplicado um questionário *online* para os seguidores com a finalidade compreender a visão que os usuários possuem sobre os clubes, analisados, que atuam no *Twitter*.
- 6) Será feito um quadro contendo todas as postagens realizadas no mês de setembro pelos clubes, categorizadas por: Informação, Interação e Criação de *Hashtags*, que são os principais tipos de postagens realizadas pelos clubes.

Todas as informações observadas nas análises ainda terão como referência estudos dos autores expostos nos capítulos anteriores, a fim de se comprovar como é a utilização realizada das agremiações futebolísticas no *Twitter* em um espaço limitado de 140 caracteres.

5- ANALISE

5.1- @CampinensePB e o @TrezeFC



FIGURA 7 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 18/10/2011 às 01:45>

O perfil do Campinense Clube do *Twitter*, atualmente, conta com 5.646 seguidores e segue 35 perfis, e totalizou 14.145 *tweets* postados desde sua criação. Em análise de todos os *tweets* publicados entre 01 de setembro de 2011 a 30 de setembro de 2011, totalizou a quantidade de 172 postagens, excluindo-se os RT, sendo 99 relacionados à categoria Informação, 54 Interação e 19 criações de *Hashtags*. A média de postagens do Campinense Clube girou em torno de 6 tweets diários, com o destaque para a categoria Informação.

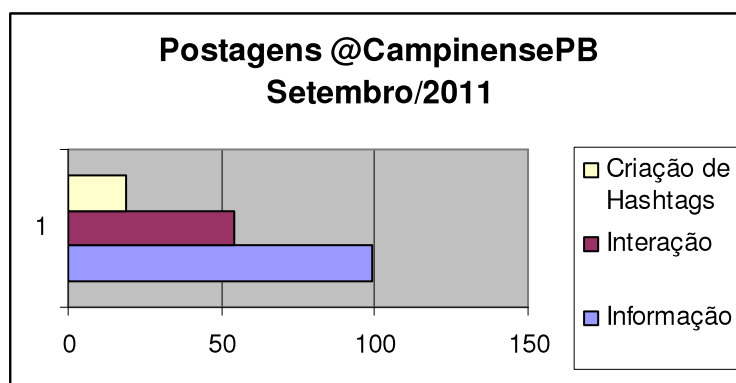


FIGURA 8 -GRÁFICO 1 – Postagens @CajmpinensePB Setembro/2011 – Criação do autor.



FIGURA 9 - <Twitter.com/TrezeFc acessado em 18/10/2011 às 01:45>

Já o Treze Futebol Clube, até o presente momento, segue 63 perfis, e é seguida por 9.997, e possui um total de 5.379 *tweets* postados desde sua criação. No mês de setembro de 2011, o clube totalizou 170 postagens, com cerca de 6 postagens por dia, excluindo-se os RT, sendo que de informação foram 123, interação 41 e apenas 6 criações de *Hashtags*, destacando-se, consideravelmente, a quantidade de notícias sobre o clube, como podemos visualizar no gráfico a seguir:

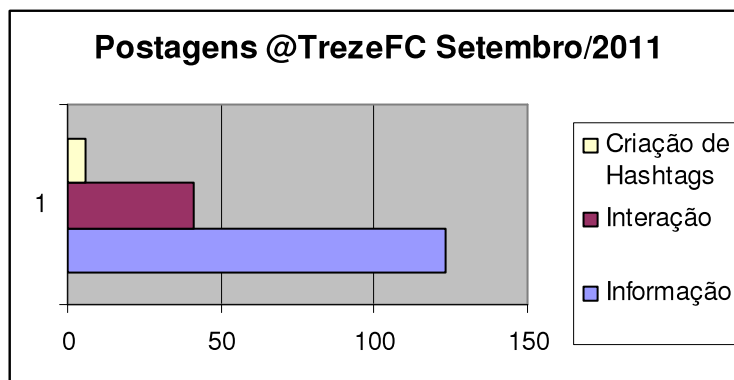


FIGURA 10 - GRÁFICO 2 – Postagens @TrezeFC Setembro/2011 – Criação do autor.

5.2- Análise do Tweets enquanto forma de comunicação.

Os pequenos textos, chamados de *tweets*, são considerados gêneros textuais por serem formas textuais que encontramos nas atividades comunicativas do dia-a-dia, definidas pelo seu conteúdo, propriedades funcionais, estilo e composição; constituindo, assim, como um orientador textual a autores e leitores que poderão produzir ou interpretar de uma melhor forma, capacitando-os a melhorarem como membro ativo em sua comunidade.

Os *tweets* se apresentam como gêneros digitais devido ao ambiente dinâmico e interativo no suporte virtual, a internet, em que se situam, ligando seus usuários as mais diversificadas formas numa velocidade espantosa em uma relação, na maioria dos casos, síncrona, ou seja, produtores e receptores interagem ao mesmo tempo em uma forma rápida e eficaz; características, do site em estudo, o *Twitter*, que, além disso, apresenta uma nova forma de interação social, favorecendo o surgimento de redes de interesse, por seus usuários, em prol de bens coletivos, compartilhando valores e práticas sociais, de forma interativa.

As formas textuais produzidas pelo microblog *Twitter* é um gênero digital que apresenta, segundo a definição de MARCUSCHI (2005), uma “contraparte pré-existente” pois apresenta um paralelo formal e funcional entre os gêneros diário pessoal, anotações e agenda e os *tweets*, produzidos no *Twitter*, mas com a característica de limitado por 140 caracteres.

O meio de comunicação, definida por Galli(2005), que se enquadra o *Twitter* é o dispositivo “Todos e Todos”, no qual não há distinção entre emissores e receptores, pois todas as partes contato podem ocupar, concomitantemente as duas posições. A interatividade existente na web

acarretou a evolução da linguagem através, especialmente, da forma como são representados os conteúdos, pois permite-se invadir sons, imagens e vídeos(hipertexto) em sua estrutura, tornando a web uma ferramenta de marketing, vendas e publicidade, estreitando laços entre produtores e receptores, onde o produtor persuade usando vários recursos para convencer o outro a algo. Serão destacados alguns dos tweets em comum que se enquadram no que foi dito acima:

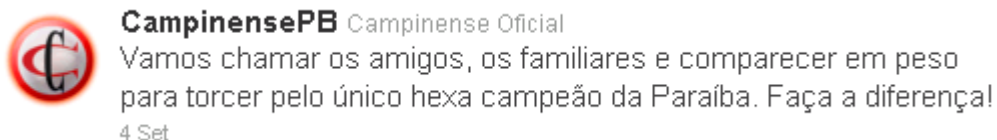


FIGURA 11 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 18/10/2011 às 11:55>

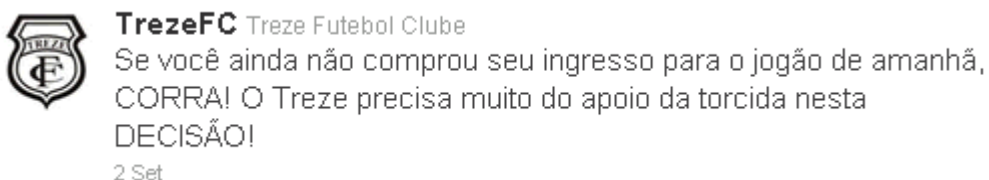


FIGURA 12 - <Twitter.com/TrezeFC acessado em 18/10/2011 às 11:55>

Nas postagens acima, os perfis, @campinensePB e @TrezeFC, usam da persuasão, e da simpatia que os seguidores tem pelo o clube, para convencer seus seguidores, interlocutores, a comparecerem ao jogo de futebol realizados por ambos, conseqüentemente a presença de mais torcedores ao estádio trazem mas lucros aos clubes fazendo com que o objetivo do locutor tenha sucesso.

Nessa perspectiva, outra forma textual, utilizada no microblog, com a finalidade de interação foi a utilização das *Hashtags* que foram criadas para classificar e agrupar os assuntos tratados pelo *Twitter* e com isso facilitar uma possível busca, elas servem, também, como ajuda para que os usuários possam acompanhar os conteúdos que estão sendo mais comentados no microblog. No entanto, o uso desses famosos jogos da velha(#) junto a alguma palavra se popularizou entre os usuários e foram utilizadas de outras formas, no nosso caso, observamos a utilização das *Hashtags*, pelos perfis analisados, como forma de divulgação das ações dos clubes, figura 13, 14, 15 e 16, e, como meio de expressar um protesto, figura 17.

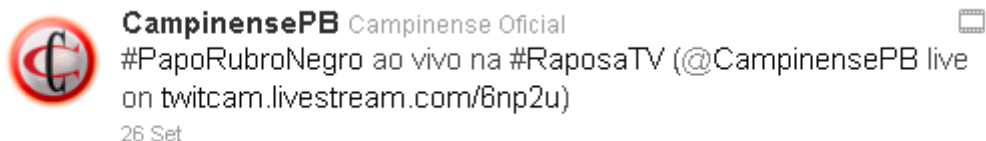


FIGURA 13 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 26/09/2011 às 14:30>

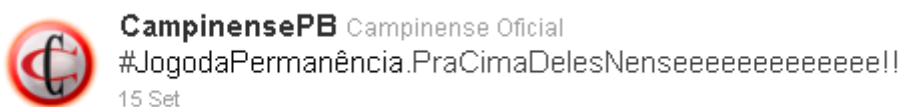


FIGURA 14 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 18/09/2011 às 16:30>



FIGURA 15 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 04/09/2011 às 10:30>



FIGURA 16 - <Twitter.com/TrezeFC acessado em 08/09/2011 às 20:30>

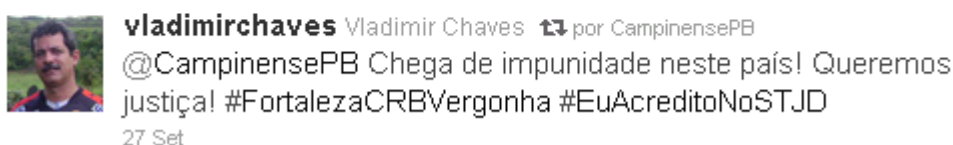


FIGURA 17 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 28/09/2011 às 14:30>

No que tange a publicação de informações, categoria de interação mais utilizada pelos perfis @CampinensePB e @TrezeFC, embora que em mensagens curtas, no *Twitter* acontece muito rápido, talvez este seja um dos pontos que expliquem seu sucesso. Neste ambiente, os fatos e notícias estão disponíveis em tempo real. Mesmo que o número de caracteres seja limitado, é possível inserir *links* de sites com as notícias na íntegra, caso o link seja muito extenso, ultrapassando o limite de caracteres, há ferramentas disponíveis no próprio *Twitter* para redução de *links*.

Dessa forma, com uma maior agilidade nos fatos e acontecimentos, o aumento na produção de informações e a necessidade de acessar as informações ao passo em que elas são produzidas e publicadas, os usuários de internet podem acessar o *Twitter* para acompanhar notícias, em tempo real, do seu clube preferido, conforme observamos nos exemplos abaixo:



FIGURA 18 - <Twitter.com/CampinensePB acessado em 07/09/2011 às 23:10>



FIGURA 19 - <Twitter.com/TrezeFC acessado em 02/09/2011 às 23:30>

5.3- Pesquisa com os usuários: a atuação dos clubes no *Twitter*

O questionário foi aplicado e divulgado no perfil deste Trabalho Acadêmico criado pelo autor (@TCCLETRAS2011) nos dias 15 a 16 de outubro de 2011 e obteve 10 respostas. O intuito era verificar a opinião dos usuários sobre as atuações das instituições no Twitter, desde sua logística de postagens à aceitação do público.

O público-alvo definido para as respostas foi estipulado com idades de 15 a 50 anos, sendo 70% de 21 a 25, 20% de 25 a 30 e 10% de 15 a 20 anos. Dentre as respostas, 50% afirmam seguir perfil do Campinense Clube no Twitter e 50% o perfil do Treze Futebol Clube. E 50% afirmam seguir o perfil do clube preterido apenas por ficar mais informado sobre as notícias do clube, já os outros 50% declaram não só ficar informado como também acompanhar promoções e criar um novo canal de relacionamento.

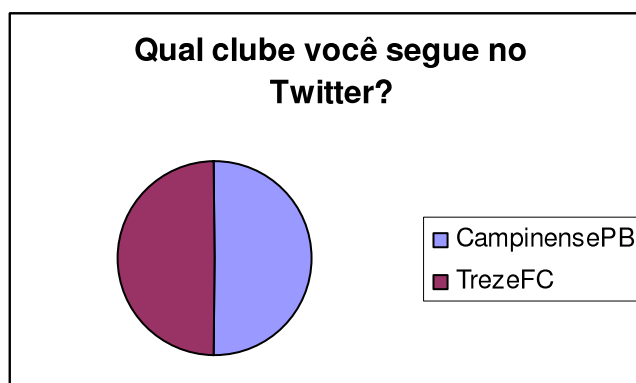


FIGURA 20 - GRÁFICO 3 – Qual clube você segue no *Twitter*?– Criação do autor.

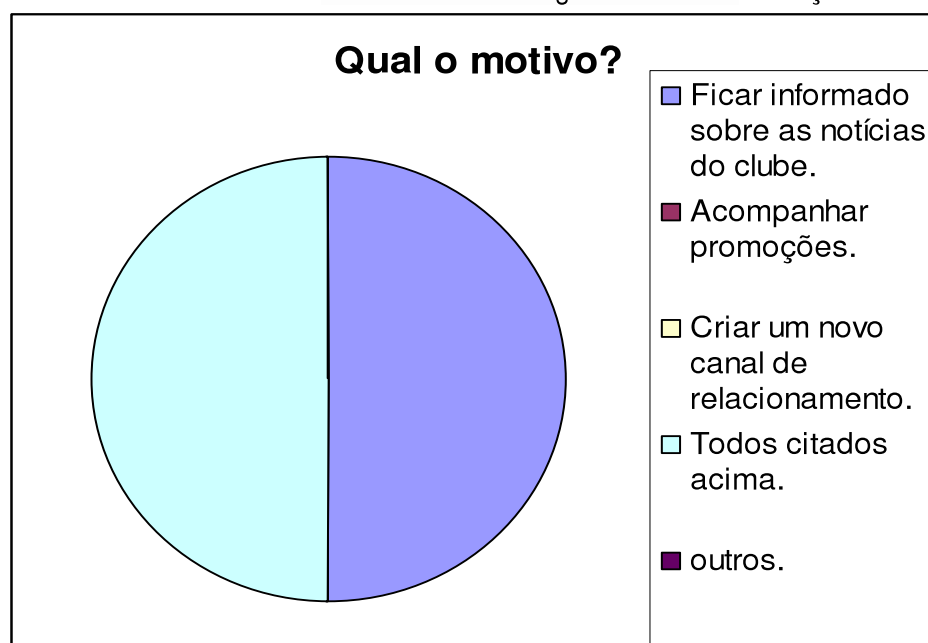


FIGURA 21 - GRÁFICO 4 – Qual motivo?– Criação do autor.

A pesquisa, também, mostra que 50% dos usuários afirmam ter passado a se interessar mais pelo clube, após a divulgação no *Twitter* já os outros 50% demonstraram que a utilização da ferramenta *Twitter* não fez com que se interessasse mais pelo clube preterido.

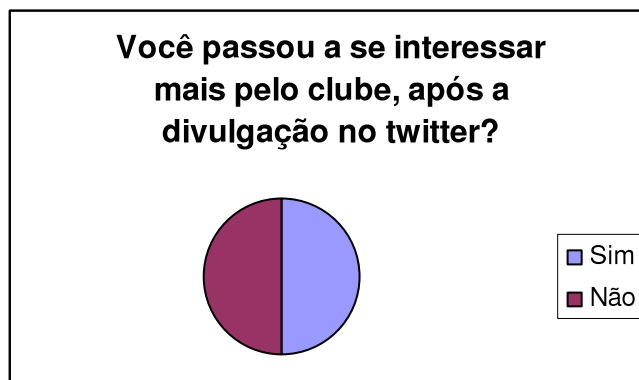


FIGURA 22 - GRÁFICO 5 – Você passou a se interessar mais pelo clube, após a divulgação no *twitter*? – Criação do autor

Sendo o *Twitter* uma rede que possibilita saber o que falam de sua agremiação no microblog, os usuários utilizam a rede para fazer elogios ou reclamações. Dos usuários pesquisados, 40% já reclamaram de seu clube preferido no *Twitter* e metade afirmou que sua reclamação não foi solucionada, enquanto a outra metade disse que sim.



FIGURA 23 - GRÁFICO 6 – Você já reclamou de algo do clube pelo *twitter*? – Criação do autor.

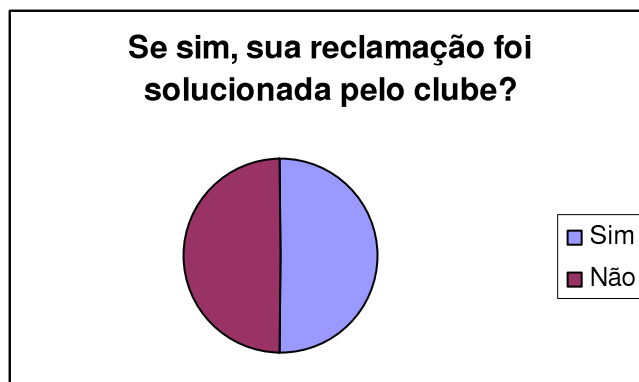


FIGURA 24 - GRÁFICO 7 – Se sim, sua reclamação foi solucionada pelo clube? - Criação do autor.

Após a divulgação no *Twitter*, 80% dos pesquisados acreditam que a atuação dos clubes no *Twitter* possa estreitar o relacionamento com os torcedores. Resultado que mostra que a constante atuação dos clubes no *Twitter*, pode agregar maior reconhecimento da marca na rede, aproximando o torcedor seu time de futebol.

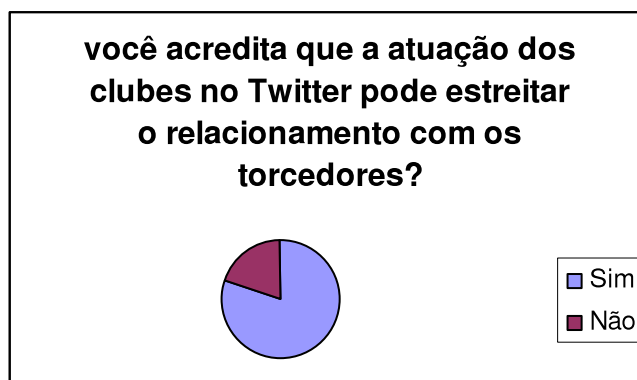


FIGURA 25 - GRÁFICO 8 - você acredita que a atuação dos clubes no Twitter pode estreitar o relacionamento com os torcedores? - Criação do autor.

Os resultados acima demonstram que os usuários aceitaram a atuação dos clubes no *Twitter*, mas que, ainda, existe a carência por um relacionamento maior com os clientes aproximando-os.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio das análises dos *tweets* publicados pelos clubes de futebol de Campina Grande-PB, Campinense Clube e Treze Futebol Clube, durante o mês de setembro de 2011 constatou-se, por meio do suportes teóricos, que as organizações aderiram ao uso da mídia social -*Twitter*- como um dos meios para se manter a interação com os seus torcedores e/ou seguidores.

Podemos concluir que o microblog -*Twitter*- é uma ferramenta de comunicação sólida e de rede social que se utiliza do suporte virtual, o computador, que tem como característica principal o ambiente dinâmico e interativo, através da junção de textos, imagens e sons nesse mesmo suporte. Oferecendo-nos uma forma de comunicação em rede, de fácil acesso, a preço acessível e com retorno para as agremiações futebolísticas, facilitando e incrementando o desenvolvimento de relações interpessoais na *Web*. E mesmo, assim, sendo um meio comunicacional com apenas 140 caracteres, o *Twitter* não impediu os clubes de se relacionar com os usuários ou divulgar informações de maior conteúdo.

Nesta ferramenta digital, o *Twitter*, tem o nível de interação e divulgação constante, para constatarmos tal interação classificamos os *tweets* em 3 categorias: 1) Informação, 2) Interação e 3) Criação de *Hashtags* que se adequaram as estratégias das instituições em se manter um contato direto com seus seguidores, sendo que a informação é a postagem mais utilizada, contendo as informações diárias e posicionamento dos clubes, seguida da interação, através de ações promocionais para alcançar determinado objetivos, e da Criação de *Hashtags*, o qual os seguidores participavam na divulgação daquilo que era proposto pelo clube.

Na pesquisa realizada com os usuários, de forma geral, constatou-se que os usuários aceitaram a atuação dos clubes através do microblog, declarando que não só ficam informados como também acompanham as promoções; criando, assim, um novo canal de relacionamento e que 80% dos usuários pesquisados acreditam que a atuação dos clubes no *Twitter* possa estreitar o relacionamento com os torcedores.

Por fim, os clubes têm a possibilidade de gerenciar sua marca no microblog de 140 caracteres, passando a ver essa atuação como um forte canal de envolvimento com os torcedores, seguidores, de forma sucinta, direta, capaz de atingir ao público-alvo desta mídia como os seus propósitos de informar e, também, interagir com os internautas.

REFERENCIAS

BARRETO, Jaqueline lé. Referir e argumentar: duas funções d os processos de referenciação indireta no twitter . **Revista Hipertextus** nº 5. Rio de Jnaeiro, 2010.

BRONCKART. **Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sociodiscursivo**. São Paulo: Educ, 1999.

CABRÉ, M. T .**La terminología**. Teoría, metodología, aplicaciones. Barcelona: Antártida/ Empúries, 1993.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CHARTIER. Línguas e leituras no mundo digital. In: _____.**Os desafios da escrita**. Trad. Fulvia M. L. Moretto. São Paulo: Editora da UNESP, 2002a. p.11-32.

COMM, Joel; O poder do Twitter: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez. São Paulo: Gente, 2009.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. Linguagem da internet: um meio de comunicação global. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. XAVIER, Antônio Carlos dos Santos (Org.) **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção do sentido. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 120-134

GOSCIOLA, V. **Roteiro para as novas mídias**: do game à TV interativa. São Paulo: SENAC, 2003.

KOCH, I.G.V. Texto e hipertexto. In: **Desvendando os segredos do texto**. São Paulo: Cortez, 2002. p.61-73.

LANDOW, George P. **Hipertexto**: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Tradução de Patrick Ducher. Barcelona: Paidós, 1992.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 1999.

LÉVY, P. **As Tecnologias da Inteligência**: O futuro do pensamento na era da informática. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora.34.,1993.

_____. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2003.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Por uma proposta para a classificação dos gêneros textuais. Recife (mimeo), 1999.

_____. A questão do suporte dos gêneros textuais. DLCV: Língua, Linguística e Literatura. João Pessoa, 2003, v. 1, n. 1, p. 9-40.

_____. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Ângela Paiva, MACHADO, Anna Rachel e BEZERRA, Maria Auxiliadora (orgs.). **Gêneros textuais e ensino**. 4 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p.19-36.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

O'REILLY, Tim; MILSTEIN, Sarah. **Desvendando o Twitter**. Trad. de Eduardo Fraguas. São Paulo: Digerati Books, 2009.

PINHEIRO, Najara Ferrari. A noção de gênero para análise de textos midiáticos. In: MEURER, J. L; MOTTA-ROTH (org). **Gêneros textuais e prática discursiva: subsídios para o ensino da linguagem**. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2002. cap.12. p. 259-290.

XAVIER, A.C.S. **Hipertexto na sociedade da informação**: a constituição do modo de enunciação digital. [Tese de Doutorado]. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, SP, 2002.

_____. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, L. A. & XAVIER, A. C. S. (Orgs). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

ZAGO, Gabriela da Silva; **Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características**. Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital do VI Congresso Nacional de História da Mídia, 2008.

Anexo

Questionário TCCLETRAS2011

Esta pesquisa vai servir de auxílio para obter resultados para o @TCCLETRAS2011, e pretende-se coletar as opiniões dos usuários referentes aos clubes de Campina Grande que atuam no microblog twitter.

*Obrigatório

Nome Completo *

Nome de usuário no twitter *

Idade *

- 15 a 20
- 21 a 25
- 25 a 30
- 31 a 35
- 36 a 45
- 46 a 50

Qual clube você segue no Twitter? *

- @CampinensePB
- @TrezeFC

10/12/11

Questionário TCCLETRAS2011

Você já reclamou de algo do clube pelo twitter? *

- Sim
 Não

Se sim, sua reclamação foi solucionada pelo clube?

- Sim
 Não

Você acredita que a atuação dos clubes no Twitter pode estreitar o relacionamento com os torcedores? *

- Sim
 Não

Possui alguma experiência positiva com o clube por meio do Twitter? Qual? Comente. ***Possui alguma experiência negativa com o clube por meio do Twitter? Qual? Comente. ***Tecnologia [Google Docs](#)[Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Termos Adicionais](#)

Questionário TCCLETRAS2011 - Página1

Indicação de data e hora	Nome Completo	Nome de usuário no twitter	Idade	Qual clube você segue no Twitter?	Qual o motivo?	Você passou a se interessar mais pelo clube, após a divulgação no twitter?	Você já reclamou de algo do clube pelo twitter?	Se sim, sua reclamação foi solucionada pelo clube?	você acredita que a atuação dos clubes no Twitter pode estreitar o relacionamento com os torcedores?	Possui alguma experiência positiva com o clube por meio do Twitter? Qual? Comente.	Possui alguma experiência negativa com o clube por meio do Twitter? Qual? Comente.
15/10/2011 04:49	Guilherme Adolfo De Sousa Da Silva	Guilherme19FC	21 e 25	@TreasFC	Todos clubes acima.	Não	Sim	Não	Não	Nunca me beneficiar de nada pelo twitter em relação ao TREZE FC já.	Como me deu o um "torcedor Engajado" do TREZE, mas em relação ao clube mesmo nunca tive acesso às informações, até por esses clubes de campanha tem um site muito bonito com o torcedor, esse também o torcedor acessa como um cliente.
15/10/2011 09:07	Muri Naves de Paula Jordão (Jô) Jordão	@YuriFari00	21 e 25	@CampanhaPS	Foi informado sobre as notícias do clube	Não	Sim	Sim	Sim	Informações, é a forma principal de saber algo sobre o clube.	Não
15/10/2011 10:31	Weslerson de Almeida	@weskatox	21 e 25	@CampanhaPS	Foi informado sobre as notícias do clube	Sim	Não	Não	Sim	Não	Não
15/10/2011 10:39	Jean Pierre de Oliveira Silva	@JeanPierre07	25 e 30	@CampanhaPS	Todos clubes acima.	Não	Não	Não	Sim	Não	Não
15/10/2011 14:34	Emerson Danilo Farias da Silva	@emilofarias	21 e 25	@CampanhaPS	Foi informado sobre as notícias do clube.	Não	Sim	Sim	Sim	Sim, quando eu participei de uma programação de um programa realizado no site oficial da Campanha Clube, no qual eu fiquei responsável por ler as notícias que eram enviadas pelo "torcedor engajado" e sendo um voluntário bem como um maior parte da programação do clube não só através do site como também de outros meios como fanpage, facebook, muito o trabalho das organizações com o torcedor que não tem a mesma dificuldade de se informar do que está acontecendo com o clube, sendo por de campanhas realizadas para incentivar a presença de torcedores no estádio.	Não.
15/10/2011 23:22	Wagner Silva de Souza	@WagnerSSouza	15 e 20	@TreasFC	Todos clubes acima.	Sim	Não	Não	Sim	Não	Não

1

Questionário TCCLETRAS2011 - Página1

Indicação de data e hora	Nome Completo	Nome de usuário no twitter	Idade	Qual clube você segue no Twitter?	Qual o motivo?	Você passou a se interessar mais pelo clube, após a divulgação no twitter?	Você já reclamou de algo do clube pelo twitter?	Se sim, sua reclamação foi solucionada pelo clube?	você acredita que a atuação dos clubes no Twitter pode estreitar o relacionamento com os torcedores?	Possui alguma experiência positiva com o clube por meio do Twitter? Qual? Comente.	Possui alguma experiência negativa com o clube por meio do Twitter? Qual? Comente.
15/10/2011 23:52	Erica Cristina Paquetim	@ericapaguetim	21 e 25	@TreasFC	Foi informado sobre as notícias do clube.	Sim	Não	Não	Sim	Sim, comecei a me interessar e ao mesmo tempo a ser mais ativo para torcedores no twitter.	Não entendo não.
15/10/2011 00:11	Diego Gomes de Souza	@DiegoSupino	25 e 30	@CampanhaPS	Todos clubes acima.	Não	Sim	Não	Sim	Ja participei de um programa feito por eles, vou me voltar sobre o clube como voluntário para apresentar o clube no twitter e bem movimentado e não deixem a parte de tudo sobre o clube.	Não
15/10/2011 00:34	Vinny Oliveira Figueiredo	@Vinny_Oliveira	21 e 25	@TreasFC	Todos clubes acima.	Sim	Não	Não	Sim	Sim, de informações de modo para o site oficial de futebol.	Não
15/10/2011 12:19	Fabiano Andrade	@fabianoandrade5	21 e 25	@TreasFC	Foi informado sobre as notícias do clube.	Sim	Não	Não	Não	Sim, passei a me interessar mais pelo clube através das informações através do twitter.	Não.

2

TWEETS DO CAMPINENSE CLUBE DE 01 A 30/09/2011

Data	Informação	Interação	Criação de Hashtags
03/09		<p>Batalha do Amigão: Torcida pode fazer a diferença. bit.ly/rh8T3I via @ADDThis</p> <p>O Campinense precisa da força de sua torcida, neste momento. E nós mostramos que somos fortes.</p> <p>Não vamos deixar que o time fique abandonado. Vamos APOIAR! Vamos ao Amigão! Lotar nossa casa! JOGAR COM O TIME!</p> <p>O América virá com 11 jogadores em campo. Nós iremos 11+ a nação Rubro Negra. Pra Cima deles Nenseeeeeeeeeee!</p> <p>VAMOS EMPURRAR NOSSA RAPOSA PARA A VITÓRIA!!!!</p>	
04/09	<p>A torcida Raposeira irá realizar no domingo uma carreata para acompanhar a saída dos jogadores do campinense da concentração até o Amigão.</p>	<p>@CampinensePB rumo aos 5 mil seguidores.</p>	<p>#BatalhadoAmigão</p>
	<p>A concentração dos torcedores para carreata será no Hotel Marc Center a partir das 13:30</p>	<p>Daqui a pouco sorteio de ingressos para a Batalha do Amigão nas rádios Campina FM e Correio FM.</p>	<p>#RaposaTV</p>
	<p>Raposa e América-RN em campo daqui a pouco começa a #BatalhadoAmigão (@CampinensePB live on twitcam.livestream.com/6eqvx)</p>	<p>Torcedor: VOCÊ FAZ A DIFERENÇA! VOCÊ PODE DECIDIR O JOGO!</p>	<p>#RadioRaposa</p>
	<p>twitcam.livestream.com/6eqvx - #RaposaTV e</p>	<p>O Campinense precisa da força de sua torcida,</p>	<p>#VamosvirarNense</p>

- #RadioRaposa neste momento. E nós mostramos que somos fortes.
- #VamosvirarNense (@CampinensePB live on twitcam.livestream.com/6e seg) Com preços de R\$10, R\$20 e R\$40 não há outra escolha para este domingo.
- Parabéns torcida Raposeira pela grande presença no Amigão! Não vamos deixar que o time fique abandonado. Vamos APOIAR! Vamos ao Amigão! Lotar nossa casa! JOGAR COM O TIME!
- Energisa adere ao Programa Gol de Placa do Campinense. bit.ly/oGovQ2 via @ADDThis O América virá com 11 jogadores em campo. Nós iremos 11+ a nação Rubro Negra. Pra Cima deles Nenseeeeeeeeeee! VAMOS EMPURRAR NOSSA RAPOSA PARA A VITÓRIA!!!! Galera vamos seguir o @CampinensePB, vamos retweetar!!!!
- 06/09 Categoria de base realiza amistoso nesta quarta. bit.ly/nfG3V8 via @ADDThis Saiba primeiro as notícias da Raposa, acessando: www.campinenseclube.net
- Grupo realizou trabalho com bola no renatão. bit.ly/qmSW0K via @ADDThis
- CBF define arbitragem para CRB x Campinense. bit.ly/qG2bU8 via @ADDThis
- 07/09 Números de seguidores no Twitter Oficial segue crescendo: bit.ly/qJw8nj via @ADDThis Facebook.com/profile.php?id... add ai galera nosso facebook
- Jogadores participam de coletivo no Renatão: bit.ly/oPQF7r via @ADDThis @CampinensePB rumo aos 5 mil seguidores.
- Segundo Analistas, o rubro negro vem fazendo um ótimo trabalho nas Acesse www.twitter.com/CampinensePB e seja mais

redes sociais.

um nesse time vencedor.

Além do Twitter o campinense está presente no Orkut, Facebook e youtube.

- 08/09 Antes de viagem, Raposa faz coletivo no Amigão: bit.ly/rsXMYp via @ADDThis
Delegação do Campinense deixa daqui a pouco Campina Grande rumo a Maceió. Boa Viagem Galera! Traga um resultado positivo!
- @CampinensePB seja mais um nesse time vencedor! rumo aos 5 mil seguidores!
Vamos Galera mandar nossas mensagens de otimismo para a delegação da Raposa que se encontra em Maceió.
PraCimadelesNenseee eeeeeee!

A torcida do Campinense vem se destacando no Campeonato Brasileiro da série C.

O Campinense teve uma média de 7.062 torcedores por jogo.

Colocando a raposa como a terceira melhor média de público da série C, atrás de Fortaleza-CE (9.167) e Paysandu-PA (10.806)

Preços dos ingressos para @CRBoficial x @CampinensePB: R\$20, R\$40 e R\$80, com estudantes e idosos pagando a metade do preço.

A expectativa é de um público superior a 15 mil torcedores.

PraCimaDelesRaposa

- 09/09 O elenco rubro-negro encerrou na manhã dessa sexta-feira, no CT do CSA-AL, os preparativos para o importante compromisso contra o CRB/AL
- @CampinensePB rumo aos 5 mil seguidores. #EuAcreditoNaRaposa
- A diretoria rubro-negra para agradecer a direção do CSA/AL pela atenção #EuAcreditoNaRaposa #PraCimaNense – Todo Raposeiro dando RT!!!

- destinada e cessão do estádio para o treino de hoje.
- 10/10 O Campinense Clube entra em campo neste sábado, a partir das 15h30, para aquele que é considerado o “jogo mais importante do ano”. Em Maceió – 40’ no 2/T – segue @CRBoficial 1x0 @CampinensePB #PraCimaNense
- Em Goianinha acabou América 4x0 Fortaleza
- Gooooooooooooooooooll
LLLLLLL DA
RAPOSAAAAAAAAA
- Gilberto Matuto aos 42’ 2/T
- Em Maceió – 43’ no 2/T – segue @CRBoficial 1x0 @CampinensePB #PraCimaNense
- 11/09 A torcida do Campinense possui a terceira melhor média de público da série C, com 7.062 torcedores por partida. Toda segunda, a partir das 19h, na Raposa TV Programa Papo Rubro Negro.
- Torcedores do Campinense começaram a se mobilizar pelas redes sociais, onde iniciaram
- Vamos lá Nação Raposeira começando a partir de agora a grande corrente de pensamento positivo!!! Rumo a vitória!!! @CampinensePB rumo aos 5 mil seguidores.
- Campanha 5 mil seguidores até o jogo contra o Guarany-CE. Vamos lá galera! dando RT!
- SABADO, 16 HORAS, ESTÁDIO AMIGÃO. CAMPINA GRANDE VAI PARAR! CAMPINENSE X GUARANY DE SOBRAL
- CHEGOU A HORA DO VERDADEIRO TORCEDOR RAPOSEIRO MOSTRAR SUA FORÇA!
- Compareça e faça parte dessa grande demonstração de força da torcida do Campinense!!!
- Saiba primeiro as notícias da Raposa, acessando: www.campinenseclubenet
- Campanha 5 mil seguidores até o jogo contra o Guarany-CE. Vamos lá galera! dando RT!

- uma campanha para lotar o estádio "O Amigão", Sábado.
- 12/09 www.campinenseclube.net - #RaposasTV Participe do #RaposasTV PapoRubroNegro por SMS (83) 8815- 7819 ou @CampinensePB @CampinensePB rumo #PapoRubroNeg aos 5 mil seguidores! ro Dando RT!
- www.campinenseclube.net - #PapoRubroNegro na #RaposasTV Acompanhe o #PapoRubroNegro por www.campinenseclube.net - #RaposasTV - www.campinenseclube.net Grupo se apresenta com treinamento físico bit.ly/nZG6NZ via @ADDThis Jogo da permanência preços dos ingressos. bit.ly/pbSq0W via @ADDThis Campinense reinicia treino pensando no Guarany-CE, só a vitória interessa /globoesporte.com
- 13/09 Boa noite a todos os seguidores do único hexa campeão da Paraíba! "O Jogo da Permanência", nome dado pela acessória de imprensa do clube à partida que vai decidir se a Raposa continua na Terceirona. Adiquira já sua camisa a preço promocional: bit.ly/ooaaCd via @ADDThis Diretoria do Campinense divulgou os preços dos ingressos para o jogo contra o Guarany de Sobral, às 16h do próximo sábado, no Amigão. Vamos fazer a campanha "Quem está no Orkut do CC, também está no Twitter do @CampinensePB"
- Saiba primeiro as notícias da Raposa, acessando: www.campinenseclube.net
- 15/09 CRB- Não tem chances de ser rebaixado. Tem 81,81% de chances de A presença do raposeiro será fundamental. Vamos #JogodaPermanência

classificação, segundo a Statsport. lotar o Estádio e empurrar nossos guerreiros pra cima deles.

Guarany de Sobral segundo Statsport tem 18,19% de chances de classificação e 2,29% de cair. A raposa precisa de você. Vista sua camisa, traga sua bandeira e mostre seu orgulho pelo único hexa da Paraíba.

O Fortaleza tem 66,44% de cair, segundo o site Statsport. Galera continuem seguindo e indicando o @CampinensePB rumo aos 5 mil seguidores!

Os torcedores rubros negros prometem fazer o Estádio Amigão "fever" para embalar a vitória do time sábado no jogo da Permanência!

Os ingressos para o jogo da Permanência na Série C começaram a ser vendidos nesta quinta-feira.

A preços de: R\$10 arquibancada geral; R\$20 arquibancada sombra e R\$40 nas cadeiras. Crianças até 12 anos não paga.

Liz convoca jogadores para encarar o Guarany: bit.ly/nAwFjZ via @ADDThis

A diretoria do Campinense que ver o Amigão lotado no jogo que vale a permanência na série C.

16/09 O Campinense recebe o Guarany de Sobral, em Campina Grande, neste sábado, às 16:00, em Campina grande no Estádio Amigão. Saiba primeiro as notícias da Raposa, acessando: www.campinenseclube.net

A partida está sendo chamada do jogo da Permanência do Campinense da série C 2012. NESTE SABADO Vamos pintar Campina Grande de preto e vermelho e mostrar quem é a maior torcida

A torcida do Campinense organizou nesta sexta-feira um movimento em apoio o time, que decide contra o Guarany, sua permanência na série C.

O "PIT-STOP" tem como objetivo promover as partidas do Campinense na cidade e incentivar torcedores para que compareçam ao Estádio o Amigão.

A reunião da torcida do Campinense vai continuar na Praça da Bandeira Até as 9h da manhã deste sábado.

A partida entre Campinense e Guarany de Sobral começa as 16h no Estádio Amigão. @CampinensePB vai acompanhar em tempo Real o jogo decisivo.

1709 Faltam apenas 35 seguidores para o @CampinensePB chegar ao 5 mil!!

Daqui a pouco na Praça da Bandeira mais um Pit-Stop da Torcida Raposeira! Hoje é dia de fazer o Amigão um caldeirão rubro-negro!

Na sorte e num jogo "estranho", CRB se classifica na série C.

O jogo deste sábado(17) entre Fortaleza x CRB é uma página que deve ser rasgada na história do futebol nordestino.

Uma vergonha, como diria aquele jornalista, jogando o mesmo futebol medíocre das ultimas rodadas.

CRB acabou sendo coadjuvante da

da Paraíba.

Compareça e faça sua parte dessa grande demonstração de força da torcida do Campinense!!!

CHEGOU A HORA DO TORCEDOR RAPOSEIRO MOSTRAR SUA FORÇA!

VAMOS EMPURRAR A RAPOSA PRA CIMA DO GUARANY.

A diretoria do Campinense quer ver o Amigão lotado no jogo que vale a permanência da série C.

@CampinensePB rumo aos 5 mil seguidores! Dando RT!

vergonhosa jornada do Fortaleza que precisava vencer para não cair para a série D.

Parece que aos poucos o Futebol vai se juntando a outros esportes, onde suspeitas de arrumadinhos é constantes. Site Maceió Agora.

18/09 Quem quiser ver a polêmica partida entre @fortalezaec e @CRBoficial – maceioagora.com.br

Agradecemos o material da torcida que estamos recebendo no nosso email está tudo sendo encaminhado para o Presidente do Campinense.

@CampinensePB

Raposeiro que é Raposeiro nunca deixa de acreditar.

GANHOU NA RAÇA? MAIOR PALHAÇADA JÁ VISTA NA HISTÓRIA DO PV!

youtube.com/watch?v=Zye7VU...

“Vergonha Nacional” termo utilizado pelo narrador Cezar Pita no jogo entre @fortalezaec e @CRBoficial

19/09 #RaposaTVHD ao vivo com o #PapoRubroNegro (@CampinensePB live on twitcam.livestream.com/8Kuz8)

Participe do #PapoRubroNegro (83) 8815- 7819 ou tt @CampinensePB (@CampinensePB live on twitcam.livestream.com /8Kuz8)

Daqui a instante Papo Rubro Negro com a participação do diretor jurídico, Paulo de Tarso e do presidente Willian

- Simões.
- 20/09 A Torcida Fação Jovem do Campinense esta prometendo entrar na justiça contra O CRB E O FORTALEZA SE VALENDO DO ESTATUTO DO TORCEDOR. Vamos lá Campinense #EUACREDITO #EUACREDITONOSTJ NOSTJD D!!
- Agradecemos ao EXCELENTES índices de acesso ao Papo Rubro Negro ontem, na Raposa TV. #FORTALEZACRBVE #FORTALEZACRBVERGONHA Vamos cobrar justiça do STJD!
- CBF suspende primeira rodada do Grupo E da série C diarioonline.com.br/noticias-inter
- 21/09 Site internacional destaca a polêmica sobre suposta 'armação' na Série C. <http://globoesporte.globo.com/pb/noticia/2011/09/site-internacional-destaca-polemica-sobre-suposta-armacao-na-serie-c.html>
- Site francês Sambafoot aborda a polêmica partida entre Fortaleza e CRB, que acarretou o rebaixamento do Campinense à Série D do Brasileirão
- 22/09 O Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) marcou julgamento da partida Fortaleza x CRB para próxima terça-feira(27), às 17h. Decisão rápida sobre a maior polêmica desta semana no futebol brasileiro. STJD acata pedido e marca julgamento de FortalezaxCRB #EuacreditonoSTJD @CampinensePB Após novas 'provas',

- 23/09 Campinense quer
eliminação direta do
Fortaleza.
globoesporte.globo.com/P
B/noticia/201...
MP do Ceara solicita
investigação criminal
sobre o jogo Fortaleza x
CRB-
- 24/05 Agradecemos o apoio dos
torcedores espalhados
pelo Brasil, em especial a
galera do @CearaSC -
#FortalezaCrbVergonha
Veja.abril.com.br/noticia/es
port...
Futebolointerior.com.br/c
ampeonato/bra...
Repercussão internacional:
sambafoot.com/em/news/2
4018...
- 25/09 Agradecemos o apoio dos
torcedores espalhados
pelo Brasil, em especial a
galera do @CearaSC -
#FortalezaCrbVergonha
Terça-feira(27) poderá ser
o dia que o STJD dirá não
ao futebol sujo!
#FortalezaCrbVergonha -
#EuAcreditoNoSTJD
Fala Galvão: @CampinensePB rumo
youtube.com/watch?v=Ha aos 5 mil seguidores!
XoJX...
No citado vídeo, os
jogadores do Fortaleza
conversam com o atacante
Aluisio Chulapa, do CRB,
à beira do gramado.
E dizem que só falta um
gol para o Fortaleza se
livrar do rebaixamento
para a série D no
campeonato Brasileiro.
globoesporte.globo.com/fu
tebol/times/...
- 26/09 Daqui a pouco Participe da #PapoRubroNeg
#PapoRubroNegro ao vivo transmissão ao vivo ro
na #RaposaTV pelo (83) 8815- 7819
(@CampinensePB live on ou tt @CampinensePB

- twitcam.livestream.com/6np2u) (@CampinensePB live on twitcam.livestream.com/6np2u)
- twitcam.livestream.com/6np2u - #RaposaTV #PapoRubroNegro ao vivo na #RaposaTV (@CampinensePB live on twitcam.livestream.com/6np2u) #RaposaTV
- globoesporte.globo.com/futebol/times/... @CampinensePB rumo aos 5 mil seguidores! #FortalezaCrbVergonha
- 27/09 @CampinensePB acompanhando em tempo real o julgamento do polêmico jogo entre Fortaleza x CRB Agradecemos o apoio dos torcedores do Brasil, em especial do @CearaSC Deus é maior #EUACREDITONOSTJD #EUACREDITONOSTJD #EUACREDITONOSTJD FORÇA #FORTALEZACRBVERGONHA #EuAcreditoNoSTJD
- 28/09 Campinense vai recorrer da decisão do STJD sobre o jogo Fortaleza. bit.ly/oJGNZg via @ADDThis
- 29/09 Terminou em Pizza! bit.ly/oYuJsK via @ADDThis I uploaded a @Youtube video youtu.be/Rn10PoEU9mQ? A RedeTV! Em rede com você – Julgamento na série C acaba em P. Redetv.com.br/Vídeo.aspx?26,...

TWEETS DO TREZE FUTEBOL CLUBE DE 01 A 30/09/2011

Data	Informação	Interação	Criação de Hashtags
01/09	<p>Bom dia, nação trezeana. Vcs já sabem q a diretoria baixou os preços dos ingressos, né? Contamos com o apoio de vcs http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6917</p> <p>Os ingressos promocionais já estão à venda. Vamos botar mais de 10 mil no Amigão!</p> <p>Site do Núcleo Alvinegro http://www.nucleoalvinegro.com</p> <p>Haverá um jantar de adesão em comemoração aos 86 anos do Galo. Mais informações em breve!</p> <p>A torcida está do nosso lado. Temos certeza que sábado botaremos mais de 10 mil pessoas no Amigão. Lembrando que hj à tarde o coletivo será no Amigão</p> <p>Treze FC - Treze doa camisa para campanha do Hospital Regional http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6918 via @TrezeFC</p> <p>Treze FC - Galo pronto para decisão de sábado http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6919 via @TrezeFC</p>	<p>Comprem seus ingressos antecipados http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6917 Divulguem!</p>	
02/09	<p>Treze FC - Diretoria decide baixar preços de ingressos http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6917 via @TrezeFC</p> <p>Treze FC - Treze B realiza amistoso no dia 7 http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6921 via @TrezeFC</p> <p>Loja do Treze abre uma</p>	<p>Se você ainda não comprou seu ingresso para o jogão de amanhã, CORRA! O Treze precisa muito do apoio da torcida nesta DECISÃO!</p>	

- hora mais cedo neste sábado (7 horas), p venda de ingressos, q ficarão disponíveis aos preços promocionais até as 12h
- 03/09 Ótima notícia para quem ainda não adquiriu o ingresso do jogo
Na bilheteria do Amigão, o preço promocional da geral será mantido, ou seja: Apenas R\$ 10 inteira
Promoção tb para a sombra: R\$ 30 inteira e R\$ 15 estudante
Na hora do jogo mulher paga apenas R\$ 10 (geral ou sombra) e criança apenas R\$ 5. Não deixem pra chegar de última hora. Vamos lotar o Amigão
Treze FC - Treze vence Bahia de Feira e permanece na liderança <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6922> via [@TrezeFC](#)
- 05/09 Comissão técnica resolveu dar folga hj aos jogadores que foram relacionados no jogo de sábado. Reapresentação acontece amanhã de manhã
Marcelo Vilar está de folga em Fortaleza-CE, onde reside sua família. O comandante alvinegro se reapresenta nesta terça à tarde
Treze FC - Treze Vôlei é campeão!<http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6924> via [@TrezeFC](#)
Treze FC - Time se reapresenta nesta terça (06)<http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6925> via [@TrezeFC](#)
- 06/09 Treze FC - Handebol feminino do Treze ocupa 1ª posição no Paraibano <http://trezefc.co> Que tal colocarmos o Treze nos TT's nacional neste dia 7 de setembro, quando o Galo comemora [#TREZE86Anos](#)

- m.br/noticia.php?id=6926 via [@TrezeFC](https://twitter.com/TrezeFC)
- 86 anos de fundação? Qual tag (#) vcs sugerem? Continuem sugerindo. Vcs decidem. Qual tag usaremos? A hashtag é #TREZE86Anos. Simples assim. A partir de agora vamos twittar e retwittar. Vamos botar o Galo nos TT's nacional! :) #TREZE86Anos já está bombando! Continuem twittando e retwittando!!!
- 07/09 Treze chega aos 86 anos mirando o acesso à Série C <http://paraibaonline.com.br/index.php/editorias/inc/8/821245>
- Todos twittando #TREZE86Anos
- #TREZE86Anos
#TREZE86Anos
#TREZE86Anos
#TREZE86Anos
#TREZE86Anos
#TREZE86Anos
#TREZE86Anos
#TREZE86Anos
#TREZE86Anos
#TREZE86Anos
- Treze comemora 86 anos sonhando com o acesso para a Terceirona <http://glo.bo/qiDvrG#ge3>
- Treze comemora aniversário com jogo no PV <http://www.agoraesportes.com.br/html/noticia.asp?not=47237>
- 08/09 Warley é destaque no site do Profissão Repórter <http://g1.globo.com/profissao-reporter/noticia/2011/09/zico-do-acre-e-um-dos-destaques-da-serie-d-do-brasileirao.html>
- 09/09 Treze FC - Vilar comanda coletivo no PV <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6930> via [@TrezeFC](https://twitter.com/TrezeFC)
- 11/09 Treze FC - Bahia de Feira perde e Treze se classifica <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6931> via

- 12/09 @TrezeFC
 Time se reapresenta hj à tarde (15h30), no PV
 Definida programação da viagem. Time treina na quinta de tarde e depois do trabalho segue com destino a Vitória da Conquista
 O Treze Vôlei terminou na 3ª posição entre 12 participantes da 15ª Copa Jorge Guimarães, em Currais Novos-RN, no último fds. Parabéns!
 Treze FC - Alunos de escola pública visitam Presidente Vargas <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6932> via @TrezeFC
- 13/09 Campina Grande-PB, Treze Futebol Clube (@TrezeFC), #CensoNordesteOrgulho
 Atenção mulherada!!! #CensoNordesteOrgulho
 Muitas novidades para vcs na Loja do Treze. Artigos femininos com preços camaradas!
 Boné do Galo na Loja do Treze: apenas R\$ 20 <http://twitpic.com/6kfzfh>
 Camisas polo femininas. Adquira já a sua na Loja do Treze. <http://twitpic.com/6kfyw0>
 Treze FC - Treze B joga amistoso domingo <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6933> via @TrezeFC
- 14/09 @franciscodeacis Infelizmente não temos \$ para isso, já que as rendas dos jogos foram aquém do esperado. Seria ideal, mas não o possível.
 Lembrando que #CensoNordesteOrgulho chegaram produtos novos na Loja do Treze. Vale a pena conferir!
 Campina Grande - Paraíba Time: @TrezeFC #CensoNordesteOrgulho @NordesteOrgulho
 Twitter do Galo rumo aos 9 mil seguidores
 COLETIVO, HOJE À TARDE, NO AMIGÃO
 Nada de punição para o meia Doda, como não poderia ser diferente. Só a suspensão automática, já cumprida.

- 15/09 Treze FC - Time ainda Rumo aos 9 mil seguidores ;) treina nesta quinta à tarde, no PV <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6934> via @TrezeFC
- Terminado o técnico/recreativo, a delegação trezeana começa a se preparar para a maratona de viagem a Vitória da Conquista
- Ex-trezeanos, hj no Guarany de Sobral, conversando c/ Alexandre Duarte e Walter Bahia, no treino de agora há pouco <http://twitpic.com/6ld2m9>
- Treze FC - Treze pronto para duelar contra o Bode Baiano <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6935> via @TrezeFC
- 16/09 Treze FC - Garça comanda coletivo entre 'veteranos' e garotos <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6936> via @TrezeFC
- @WaguinhoMaia @mariopordeus Não divulgo lista de relacionados por opção de Marcelo Vilar. Fazemos o melhor para o desempenho do time. Obg!
- Tudo certo com nosso time que vai jogar domingo. Jogadores já estão descansando no hotel.
- Amanhã de manhã o time deve realizar um treino leve no CT do Vitória da Conquista
- O time está muito focado na vitória!
- 17/09 Neste momento nosso time realiza o último treino antes do jogo de amanhã. A ordem é TRABALHO, TRABALHO E TRABALHO! Na estrada! Apesar do cansaço, todo mundo

animado!<http://pic.twitter.com/MC4kHJMM>

Recuperado de contusão, nosso paredão viajou com o grupo e promete fechar o gol contra o Conquista!<http://pic.twitter.com/wEb683t1>

O time do Treze acaba de retornar ao hotel em Vitória da Conquista, depois de um treino leve na Toca do Bode, CT do adversário de amanhã

Quem ficou em CG tb treinou hj pela manhã. Todo mundo se preparando com muito afinco!

- 18/09 Os jogadores que vinham atuando na titularidade ficaram em CG se preparando para a 2ª fase. Vai dar tudo certo, nação! Vamos apoiar! =)
- Vamos começar a campanha para colocarmos mais de 20 mil fanáticos trezeanos no Amigão, domingo. Chegou a hora da verdade, nação alvinegra! Nosso time está focado no acesso. Precisamos do apoio de vcs nessa difícil jornada. #Avante Domingo provaremos, + uma vez, qual é a MAIOR e mais APAIXONADA torcida da PB. Vamos lotar o Amigão e ajudar o Galo a conquistar a vitória!!
- 19/09 Até o presente momento não foi confirmada nenhuma nova contratação. Contatos estão sendo feitos para reforçarmos ainda mais nosso time
- Treze FC - Basquete do Treze representa a PB em campeonato nacional <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6939> via [@TrezeFC](#)
- Garça e Alexandre Duarte comandam treino com altetas que n foram

relacionados. Time q
enfrentou o Conquista deve
chegar no início da noite
Nosso presidente estará
no [@debate1050](#) a partir
das 21h30. Todos ligados!
O vice-presidente Hélio
Soares Filho tb confirmou
presença no [@debate1050](#).
Em instantes!

20/09 Bom dia. Hj definiremos os
preços dos ingressos. A
grande novidade é q
haverá catracas eletrônicas
no jogo de domingo. 20 mil
no Amigão! :)
Iniciado o treinamento aqui
no PV. Jogadores focados!

Quem vai ajudar a lotar o [#Avante](#)
Amigão domingo dê RT!!!

Uma boa noite a todos. E
não esqueçam: VAMOS
LOTAR O AMIGÃO,
DOMINGO! =)

Diretoria deve se reunir hj à
tarde para definir preços
dos ingressos para Treze x
Sta Cruz-RN. Mais tarde
devemos ter novidades.

A programação de amanhã
prevê um treino tático, no
Amigão

Treze FC - Vilar intensifica
trabalhos de
finalização [http://trezefc.co
m.br/noticia.php?id=6941](http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6941) vi
a [@TrezeFC](#)

Mais um dia de trabalho
bastante positivo! [#Avante](#)
Diretoria confirmou agora
que só define os preços
dos ingressos amanhã. A
novidade é que a
bilhetagem será através de
catracas eletrônicas

21/09

A meta agora é chegar
aos 10 mil seguidores.
Alguém duvida que
conseguiremos o feito
logo? ;)

Treze FC - Definidos
preços dos ingressos para
Treze x Santa-
RN [http://trezefc.com.br/not
icia.php?id=6944](http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6944) via [@Tre
zeFC](#)

Lembrem-se: não basta
sermos A MAIOR apenas
no Twitter. Vamos provar
nossa força domingo,
lotando o Amigão!

- Treze FC - Diretoria do Treze contrata técnico para a Copa Paraíba <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6945> via [@TrezeFC](#)
- 22/09 O goleiro Lopes, ex-Fortaleza-CE, já está em CG. Às 10h30 será submetido a exames médicos. Se for aprovado, assina contrato e reforça o Galo
Goleiro Lopes aprovado nos exames. Assina contrato hj à tarde.
Goleiro Lopes acaba de assinar o contrato. Agora sim, ele é do GALO!
NOVO PAREDÃO DO GALO <http://www.trezefc.com.br/noticia.php?id=6947>
Treze FC - Confira os preços dos ingressos para sócios <http://www.trezefc.com.br/noticia.php?id=6948> via [@TrezeFC](#)
- 23/09 Treze FC - Goleiro recém contratado está regularizado <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6949> via [@TrezeFC](#)
Treze FC - Vavá de volta ao Galo <http://www.trezefc.com.br/noticia.php?id=6950> via [@TrezeFC](#)
Treze FC - Handebol masculino joga este sábado em CG <http://www.trezefc.com.br/noticia.php?id=6951> via [@TrezeFC](#)
- 24/09 [@AndersonGomesL](#) trezefc.com.br/noticia.php?id=... O grupo está unido em prol do acesso. Juntos quebraremos todas as barreiras e alcançaremos nossos objetivos!!!
Quem vai pro jogo amanhã e já comprou seu ingresso, dê RT!
O Núcleo Alvinegro, a
- A MAIOR DA PARAÍBA, FOI DEUS QUEM CONSAGROU!!!!
- VAMOS LOTAR O AMIGÃO, DOMINGO! ESSA É A HORA DA TORCIDA CHEGAR JUNTO! [#AVANTE](#)

Jovem do Galo e a Tocha prometem fazer grande festa amanhã. O Amigão estará lotado e muito bonito. Vamos incentivar!!!

Colaborem com a grande festa do Núcleo Alvinegro http://www.nucleoalvinegro.com/index.php?option=com_content&view=article&id=57:treze-x-santa-cruzr-preparativos&catid=37:ultimas&Itemid=56

Todo trezeano tem uma meta a ser cumprida até amanhã: convencer um indeciso a ir pro Amigão (se é que tem alguém indeciso).

Gaaaaaaaaalooooo

Amanhã vamos provar pq temos torcida de Série A! Amanhã é casa cheia!

Neste domingo a Loja do Treze fica aberta até 12h. Ótima oportunidade para quem ainda não adquiriu o ingresso promocional antecipado!

25/09 Neste momento os nossos atletas estão num hotel 'terminando' o regime de concentração. Em instantes a delegação segue para o Amigão!

Do roupeiro ao capitão do time: todos estão FOCADÍSSIMOS!

A [@tona_13](#) conseguiu arrecadar 400 rolos de papel higiênico e vai fazer uma bela festa hj no Amigão, com a Tocha e [@jovemdogalo13](#)

Nosso grupo de jogadores está UNIDO. Todos querem muito esse acesso! Fizemos o dever de casa. Agora é manter o foco para

A CRIANÇADA só paga R\$ 5. Vamos lotaaaaaaaaaar! #Fé

Ôôôô, vamos subir
Galôôô, vamos subir
Galôôô, vamos subir
Galôôô, ôô!

Convença mais um a ir pro jogo. Lugar de trezeano hoje é no Amigão!!!

A maior torcida da PB vai mostrar seu poder hoje!

Lembrem-se:
PROMOÇÃO para

o jogo de volta. OBG a MULHERES e todos pelo apoio hoje à CRIANÇAS também nas tarde! bilheterias do Amigão: Apenas R\$ 10 e R\$ 5, respectivamente!

#Fé pic.twitter.com/F0UmgX6S

Treze FC - DEVER DE CASA: Galo vence Santa Cruz-RN por 3 a 1 <http://www.trezefc.com.br/noticia.php?id=6952> via @TrezeFC

Amanhã será folga para os que jogaram hoje

Treze FC - Conselho Deliberativo se reúne nesta segunda <http://www.trezefc.com.br/noticia.php?id=6954> via @TrezeFC

Treze FC - FICHA TÉCNICA: Treze x Santa Cruz-RN <http://www.trezefc.com.br/noticia.php?id=6955> via @TrezeFC

26/09 Treze FC - Sub-20 do Galo é campeão da Taça Paraíba de Futsal <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6957> via @TrezeFC

Treze FC - Confira os preços dos ingressos para a estreia na Copa PB <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6958> via @TrezeFC

Lembrando que amanhã tem estreia do Galo na Copa PB. Compareçam! <http://www.trezefc.com.br/noticia.php?id=6958>

Nossos garotos precisam do apoio de vcs amanhã, diante do Sousa, pela estreia da Copa PB. Todos no Amigão, a partir das 20h15! ;)

Presidente @fabioazevedo13 no @debate1050

27/09 O clima no Presidente Vargas é MUITO BOM. Só quem está por lá diariamente sabe.

Salários em dia, jogadores satisfeitos e focados num só objetivo: passar pelo Santa Cruz-RN e continuar firme em busca do acesso! =)

Treze FC - 1, 2, 3, 4,

A maior força do Treze é sua própria TORCIDA!

- 5 <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6960> via [@TrezeFC](#)
 Nosso time B jogou muita bola hoje. É o futuro do Galo se desenhando muito bem. Parabéns aos garotos! =)
- 28/09 Próximos compromissos do Galo na Copa PB será sábado, contra o Botafogo, no Almeidão, às 16h
- Vem aí a nova campanha da Loja do Treze, referente ao Dia das Crianças... <http://pic.twitter.com/BINNsOny>
- Treze FC - Alteração na programação <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6961> via [@TrezeFC](#)
 Final de coletivo no PV. Mais um proveitoso treinamento!
 Um senhora torcedora do Treze enviou um super bolo para o lanche dos atletas depois do treino. Jogadores já estão enchendo a pança! :P
 Treze FC - Torcedora do Treze presenteia atletas com bolo <http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6963> via [@TrezeFC](#)
 Amanhã o time treina em dois períodos, no PV
 Lembrando que o jogo do Galo domingo, em Santa Cruz-RN, será às 17h. A torcida alvinegra promete invadir!
- 29/09 Muita gente se mobilizando pra ir pro jogo do Galo, domingo. VAMOS INVADIR SANTA CRUZ-RN!!! A participação da torcida será fundamental!!!
- 30/09 Apita o jogo do Treze B, sábado, às 16h, em JP, o juiz José Renato, q será auxiliado por Griselildo Dantas e Tarcísio José. Olho neles!!!
- Lembrando que o coletivo é a partir das 15h30, no Presidente Vargas. Sejam todos bem-vindos! =)

O coletivo-apronto do time principal será a partir das 15h30 de hoje, no PV

Sugerimos

a [@MiltonNeves](#) que na Paraíba torça por nós. O Galo (da Borborema) mais lindo do mundo é o de Campina Grande! =P

Torcida promete ir ao PV em bom número hj à tarde para incentivar nossos atletas, q terão difícil compromisso no domingo =)

A maior da PB é assim mesmo. Presente em jogos e treinos!

Impressionante a vibração da torcida no coletivo-apronto. O clima é dos melhores no PV! <http://pic.twitter.com/QVYkj398>

"Tua torcida é uma LEGIÃO..."<http://trezefc.com.br/noticia.php?id=6966>

Meninas do handebol, q estrearam com vitória na Liga NE, perderam hj. Amanhã é dia de reabilitação contra as donas da casa (Horizonte-CE)

