



Twitter: Interação em 140 Caracteres ¹

Paulo Roberto Teixeira de ARAÚJO²

Natália Mendes MAIA³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

A Internet surge na contemporaneidade como um espaço privilegiado para a troca simbólica. O Twitter, ferramenta de *microblogging*, acentua os elementos interativos presentes na Internet, por permitir somente a difusão de textos com limite de 140 caracteres, agilizando o processo comunicativo e dinamizando aprendizagens mútuas. O objetivo desse artigo é vislumbrar as possibilidades e as limitações que essa nova ferramenta pode incutir na vida social, tendo em vista o crescimento ascendente de seu uso. Para isso, nos baseamos na semiótica de Peirce e no Interacionismo Simbólico de Mead e Blumer.

PALAVRAS-CHAVE: internet; twitter; interação; simbólico.

1 - Introdução

A Internet ocupa espaço central na tecnologia da informação. É inegável a transformação que causou no fluxo informacional nas últimas décadas, sobretudo nos últimos anos com a massificação da banda larga e a maior popularização das tecnologias *wireless* e *3G*. Com maior velocidade e com a portabilidade da rede, é possível estar conectado durante o dia inteiro, tendo contato com uma verdadeira avalanche informacional.

Vivemos em uma era onde a informação exerce papel preponderante no estabelecimento das relações sociais. Dessa forma, a Internet ocupa lugar central neste panorama informacional em que a comunicação está no cerne de funcionamento da sociedade. Não se pode ignorar a construção de um contexto social e tecnológico que permitiu que a Internet passasse de uma rede entre poucos computadores com fins militares a uma plataforma que permite a interconexão a partir de qualquer ponto do globo.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Orientado por Larissa de Almeida Pereira, professora substituta da disciplina Teorias da Comunicação II do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará.

² Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Ceará e bolsista do Programa de Educação Tutorial da Universidade Federal do Ceará, email: paulortaraujo@gmail.com

³ Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, email: natmaia90@gmail.com



À medida que novas tecnologias de geração e distribuição de energia tornaram possível a fábrica e a grande corporação como os fundamentos organizacionais da sociedade industrial, a Internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede. (CASTELLS, 2003, p. 7)

A busca por uma definição do que é a Internet certamente passa pela idéia de rede. E as duas idéias aqui apontadas seguem as apresentadas por Castells (2003):

Uma rede é um conjunto de nós interconectados. A formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet. As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação. (CASTELLS, 2003, p. 7)

Este grande ambiente em rede permite uma descentralização do poder de comunicação e uma maior liberdade no acesso à informação, permitindo processos comunicativos que encontravam grandes barreiras nos tradicionais meios de massa. Em Galli (2005), encontra-se uma tipologia dos dispositivos de comunicação, baseada nas relações entre emissores e receptores, proposta por Pierre Lévy (1999). Propondo três modelos de dispositivos, busca-se compreender as mudanças que a Internet trouxe para os processos de comunicação.

O primeiro modelo é o “Um e Todos”, que se estabelece nos meios de comunicação de massa modernos, como o rádio e a televisão. É o modelo em que a mensagem segue um caminho único, a partir de um centro emissor para múltiplos receptores, sem interatividade. O segundo modelo é o “Um e Um”, onde há uma interatividade plena, como via telefone e e-mail, mas “não possui a emergência do coletivo na transmissão da informação” (GALLI, 2005). O terceiro modelo é o “Todos e Todos”, introduzido no espaço cibernético pelas possibilidades tecnológicas da Internet. Neste modelo, emissores e receptores não são diferenciados, pois as duas posições podem ser ocupadas, ao mesmo tempo, pelas partes que interagem de uma nova forma. O próprio autor afirma:

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)



Dessa forma, tem-se que a Internet apresenta recursos de outras formas de comunicação, mas possibilitando o intercâmbio informacional de forma interativa, ela é potencializada pela dinamicidade inerente às redes e pela liberdade na busca de opiniões, que supera as barreiras geográficas. Aliado a isso, o controle do fluxo de mensagens por entidades governamentais é tecnicamente complexo, por vezes impraticável. A liberdade de expressão encontra, assim, uma aliada que permite a difusão de mensagens sem depender de mídias de massa.

Esse paradigma de liberdade tinha bases tanto tecnológicas quanto institucionais. Tecnicamente, sua arquitetura de interconexão irrestrita de computadores, baseada em protocolos que interpretam a censura como uma falha técnica, e simplesmente a burlam na rede global, tornava difícil – embora não impossível – controlá-lo. Isso não está na “natureza” da Internet: isso é a própria Internet, como projetada por seus criadores iniciais. (CASTELLS, 2003, p. 139).

Tendo em mente a Internet como um ambiente livre e de amplas possibilidades, serão enfocadas ao longo deste artigo possibilidades da já citada interação entre os interlocutores via mensagens na rede. A comunicação na Internet ocorre baseada em especificidades da própria rede, mas, claro, sem se desligar de elementos que constroem a comunicação em outras situações sociais, como um conversa presencial entre colegas ou um telefonema entre familiares.

A interatividade entre os usuários e a relação cada vez mais estreita entre emissor e receptor, independente da distância física, marcam a apropriação e a experimentação que se faz da Internet. Pela utilização da Internet de várias maneiras, acaba-se por modificá-la.

A comunicação consciente (linguagem humana) é o que faz a especificidade biológica da espécie humana. Como nossa prática é baseada na comunicação, e a Internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. Por outro lado, ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria Internet. Um novo padrão sociotécnico emerge dessa interação. (CASTELLS, 2003, p. 10).

Com diferentes arcabouços teóricos centrados na interação, discute-se agora um dos principais palcos atuais de trocas de mensagens dentre os usuários da rede: o Twitter.



2 - O Twitter

O Twitter⁴ é uma rede social e ferramenta para *microblogging* que permite que os usuários enviem atualizações pessoais, *tweets*⁵, contendo apenas texto em menos de 140 caracteres via SMS, mensageiro instantâneo, e-mail, site oficial ou programa especializado.

Originalmente utilizado para simplesmente responder à pergunta “o que você está fazendo?”, o Twitter ampliou seu leque de possibilidades e tornou-se uma ferramenta útil e popular entre os usuários mais assíduos da rede. O serviço permite interação em tempo real entre emissor e receptor, possibilitando que essa interação ocorra entre desconhecidos, entre portais de notícias (são inúmeros os que já utilizam o sistema, como CNN, BBC, Uol e G1⁶) e usuários e entre celebridades e fãs.

Fundado em 2006, o Twitter vem crescendo rapidamente, sobretudo desde o último trimestre de 2008. Segundo o sistema de contagem GigaTweet⁷, em novembro de 2008, o sistema alcançou a marca de 1 bilhão de atualizações. Poucos meses depois, em junho de 2009, já superou os 2 bilhões de atualizações.

A revista Época apresenta números que refletem o crescimento vertiginoso do Twitter:

O Twitter cresce de forma explosiva. Segundo dados da consultoria americana Compete, especializada em estatísticas para a internet, o número de usuários saltou de 600 mil para 6 milhões em um ano. É a rede social que mais cresce nos Estados Unidos. (Revista Época, 14 de março de 2009)

No Brasil, o Twitter ganhou destaque no início de 2009. A mesma reportagem estima em 50 mil o número de usuários do sistema no país. Há um censo⁸ sobre o Twitter no Brasil, organizado por alguns usuários, que, em 15 de junho de 2009, contava com 12162 participantes. Os dados podem ser acessados em tempo real⁹.

A dinâmica do Twitter é o que o diferencia de outras ferramentas da Internet. Com o grande número de usuários, o intercâmbio de mensagens é massivo. Muito se pode dizer em 140 caracteres.

⁴ <http://twitter.com>

⁵ Segundo os próprios criadores do sistema, o termo *tweet* é utilizado por conta de uma onomatopéia ligada ao canto dos pássaros. Um pequeno pássaro, em inglês, pode ser chamado de *tweetybird*. O símbolo do Twitter é um pequeno pássaro azul.

⁶ <http://twitter.com/cnn>, <http://twitter.com/bbc>, http://twitter.com/uol_noticias, <http://twitter.com/g1>

⁷ <http://popacular.com/gigatweet/>

⁸ <http://www.twittercentral.com.br/censo/>

⁹ http://www.twittercentral.com.br/censobr/realtime_html.php



Além de pequenas frases com comentários sobre acontecimentos do dia-a-dia, tornou-se comum o compartilhamento de links via Twitter. Um site interessante, um vídeo engraçado, uma notícia de última hora, uma foto tirada pelo celular, enfim, os links são parte fundamental do compartilhamento de conteúdo da web, uma das apropriações do sistema de *microblogging* que mais ganha força.

O princípio de funcionamento do Twitter é o *follow* (em inglês, seguir). Cada usuário do sistema escolhe quais outros usuários ele deseja seguir. Isto é, de quais usuários partirão as mensagens que constarão na sua *home*, sua página inicial. Ainda que seja possível, até para um internauta que não possua cadastro no Twitter, ver diretamente a página de um usuário e assim conferir seus *tweets*, a agilidade do sistema está baseada na visão dos *tweets* de quem se segue na *home*.

É vendo quais as últimas atualizações que constam em sua página inicial que se pode saber quais assuntos estão sendo comentados e, de lá, interagir com eles pelo mecanismo de resposta, o *reply*. Ao escolher responder a um *tweet*, sua mensagem será iniciada com o sinal gráfico @, símbolo de arroba utilizado na internet como indicação de lugar ou domínio, seguido do nome do usuário a quem se vai responder.

Por exemplo, ao decidir responder um *tweet* de Paulo Araújo, um dos autores deste artigo cujo nome de usuário no Twitter é pauloaraujo87, sua mensagem será iniciada por @pauloaraujo87.

É através do mecanismo de resposta que se estabelece também o *chat*, o bate-papo, pelo Twitter. Da mesma forma, para conversar com um usuário, basta adicionar um @ precedendo o nome de usuário em sua mensagem, estabelecendo uma conversação que pode ser assíncrona.

Outro ponto que já se percebe como largamente utilizado entre os usuários do sistema é o *retweet*, mais utilizado com a sigla RT. É a repetição de uma mensagem já enviada por alguém para que esta mensagem chegue aos seus *followers*, as pessoas que o seguem e vêem suas mensagens. O *retweet* muitas vezes vai além da própria repetição, sendo acompanhado de um comentário, um *link* ou uma *tag*. Este último pode ser definido da seguinte maneira:

Uma *tag* é uma palavra-chave (relevante) ou termo associado com uma informação (por exemplo: uma imagem, um artigo, um vídeo) que o descreve e permite uma classificação da informação baseada em palavras-chave. *Tags* são, usualmente, escolhidas informalmente e como escolha pessoal do autor ou criador do item de conteúdo - isto é,



não é parte de um esquema formal de classificação. (WIKIPEDIA¹⁰, acesso em 13 de junho de 2009).

O uso de *tags* é comum, sobretudo, em sites de conteúdo colaborativo, como o Twitter e a Wikipedia, uma enciclopédia multilíngüe online livre, colaborativa e fonte do excerto acima. No Twitter, o símbolo #, a cerquilha, marca o uso das *tags* e é mais conhecido como *hashtag*.

É na página inicial do usuário que ele pode visualizar, na barra lateral, os *Trending Topics*, isto é, os assuntos mais comentados no momento pelos usuários do sistema. Comumente, a maior parte dos *Trending Topics* são *tags* precedidas pelo #.

Um fenômeno interessante de se notar é que, após a popularização do sistema de *microblogging* em 2008, outros sites ganharam popularidade por oferecem serviços que facilitam o uso do Twitter. Outros surgiram já ligados ao funcionamento do Twitter e buscam atrair público também com facilidades para aqueles que espalham seus *tweets*.

O TinyURL¹¹, existente desde 2002, permite gerar URLs (de *Uniform Resource Locator*), isto é, endereços na rede, com menos caracteres que os originais. Utilizado em situações em que se desejava diminuir ou ocultar uma URL, caiu no gosto dos usuários do Twitter, facilitando o trabalho de quem deseja compartilhar links em seus *tweets*, mas se vê preso ao limite de 140 caracteres. Diversos sites que oferecem serviços com a mesma finalidade surgiram aproveitando o *boom* do Twitter, como o bit.ly¹², o Twurl¹³, dentre outros.

O TwitPic¹⁴ possibilita o compartilhamento de fotos, hospedando-as e oferecendo URLs curtas para os links. O TwitterCounter¹⁵ oferece serviços de estatística para os usuários do Twitter, como gráficos com o crescimento do número de *followers* e rankings com usuários mais seguidos por país. O What the Trend?¹⁶ Propõe-se a explicar quais são os *Trending Topics* do momento e o porquê de eles estarem sendo comentados.

A popularidade do Twitter segue crescendo. Muitos de suas características e de seus usos ainda podem ser modificados com novas apropriações que podem surgir espontaneamente entre os usuários, já que foi desta forma que se montou o painel

¹⁰ [http://pt.wikipedia.org/wiki/Tag_\(metadata\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Tag_(metadata))

¹¹ <http://tinyurl.com/>

¹² <http://bit.ly/>

¹³ <http://twurl.cc/>

¹⁴ <http://twitpic.com/>

¹⁵ <http://twittercounter.com/>

¹⁶ <http://www.whatthetrend.com/>



apresentado acima. Mais do que dizer como se usar o Twitter, este trecho busca mostrar como se está usando a ferramenta em 2009, onde as tendências de crescimento nos levam a pensar que o sistema ainda não alcançou seu pico de usuários.

3 - O Twitter, a interação e a troca simbólica

3.1 – Interação na Internet: a suposição do outro

Os usos da Internet, enquanto base para um processo de comunicação, evocam questões que fazem pensar acerca da relação interativa entre emissor e receptor. Numa comunicação escrita via Internet, o interlocutor não é um outro sujeito, e sim a idéia do outro, um ente imagético que se cristaliza apenas enquanto discurso. O outro é um texto.

A idéia criada deste interlocutor pode ser baseada em experiências anteriores na própria rede ou em outros ambientes, como escola e trabalho, mas pode também ser estabelecida no momento da conversação. Muito já se escreveu quanto à Internet como ambiente ideal para a representação de papéis fictícios por conta da presença do imaginário como real dentro de uma comunicação virtual. Contudo, como defende Castells (2003), esta é uma prática que pouco se estabelece na rede:

A representação de papéis e a construção de identidade como base de interação on-line representam uma proporção minúscula da sociabilidade baseada na Internet, e esse tipo de prática parece estar fortemente concentrado entre adolescentes. [...] O mais das vezes, ela não é isso. É uma extensão da vida como ela é, em todas as suas dimensões e sob todas as suas modalidades. Ademais, mesmo na representação de papéis e nas salas informais de chat, vidas reais (inclusive vidas reais on-line) parecem moldar a interação on-line. (CASTELLS, 2003, p. 99-100)

Assim, a conversação estabelece-se entre as idéias de interlocutores normalmente assentadas na realidade. Apreende-se essa comunicação virtual como a própria realidade, apesar da ausência de elementos que proporcionem um contexto mais amplo, como o gestual, o tom de voz e as expressões faciais, por ser essa comunicação imagética de natureza não-verbal. Estes elementos podem ser expressos por signos, como, por exemplo, caracteres que representam expressões faciais ou emoções (conhecidos como *smiles* ou *emoticons*) ou com o uso de letras maiúsculas representando um aumento no tom de voz.

Fundamentando-se nos estudos da linguagem da semiótica de Peirce (1999), e apoiando-se nos argumentos de Feres (2006), será apresentada a idéia de signo a ser aqui utilizada.



Como seres sociais, localizamo-nos no interior da linguagem com o intuito de usufruir daquilo que é comum ao outro, caso contrário, não seria possível a comunicação, a interação, a troca. Os signos *significam* com o apoio daquilo que fora experienciado anteriormente, num re-conhecimento das relações *inter* e *intrasignificativas* que os constituem como tal. (FERES, 2006, p. 2)

Com o uso freqüente desta comunicação aliado a idéia de real na Internet, passa-se a não apreender tais signos apenas como signos, como apresenta Sousa (1995) ao acentuar as características da racionalidade na pós-modernidade: “Os signos não são mais representação, são o real, e o próprio simulacro se torna realidade” (SOUSA, 1995, p. 23). Essa tese se embasa num conceito de real, para além da concretude realista do positivismo e do empirismo, mas de um real calcado na objetividade intersubjetiva garantida pelo simbólico.

Peirce explicita a semiose a partir da “relação triádica entre signo (veículo que comunica à mente algo do exterior), objeto (aquilo em cujo lugar o signo está) e interpretante (a idéia que o signo provoca)” (FERES, 2006, p.2). Grosso modo, os signos podem ser categorizados como icônicos, os que representam seus objetos, sobretudo, por similaridade; indiciais, pautados pela contigüidade com o objeto; e os símbolos, “signos convencionais, que atuam sob regras socialmente impostas” (FERES, 2006, p. 2).

Há uma prevalência da linguagem simbólica na Internet por um discurso limitado ao textual, já que não há o presencial, dificultando relações por experiências anteriores (icônicas) ou vivência presente (índices). Mas, como dito há pouco, há signos que buscam representar elementos do presencial ausente. E, quando estes signos icônicos e indiciais passam a ser aceitos não apenas como signos ausentes, vê-se que o simulacro aproxima-se de uma construção holística do presencial, que é tida como real.

Numa ferramenta como o Twitter, em que o a comunicação se estabelece a partir de mensagens de texto limitadas a 140 caracteres, ainda há mais uma limitação para a representação da realidade: o espaço. Não se pode enviar a mensagem que quiser, há um tamanho máximo para a troca de mensagens, sejam elas públicas ou exclusivamente para o destinatário.

O *chat* no Twitter, como já dito, é estabelecido com o uso do *reply* (responder, em inglês). A conversa no Twitter tende a ser rápida e direta. Mas pode assimilar-se mais à troca de e-mails quando um dos usuários não está on-line, o que demonstra o caráter assíncrono da ferramenta. Ao contrário de um bate-papo



convencional, o usuário pode enviar ou responder uma mensagem para seu interlocutor independente deste estar on-line.

Em suma, pode-se dizer que há uma mudança da interação entre os indivíduos, comparando-se a outros meios mais tradicionais. Percebe-se uma aproximação de características de outras formas de comunicação via Internet, que em linhas gerais procura-se construir neste tópico sob o viés discutido, mas também notam-se elementos diferenciados da ferramenta.

Dentre esses elementos, vale destacar o exposto no parágrafo anterior. No *chat* via Twitter há uma espécie de aproximação temporal entre as mensagens que se configura no momento em que o usuário vê a mensagem, não sendo, assim, instantânea. Por mais que isso já ocorra em e-mails e afins, aqui nota-se que a limitação de espaço provoca mensagens com características de instantaneidade, como a tentativa de demonstrar a reação à mensagem com *smiles* e a representação de traços de oralidade, além do próprio tamanho da mensagem, que, por si só, dá a agilidade de um diálogo ao bate-papo virtual. O *chat* pelo Twitter, portanto, quebra a instantaneidade, mas não perde elementos presentes nesta.

Para exemplificar este estudo, serão analisados os perfis de duas jovens estudantes universitárias da cidade de Fortaleza, Ceará: Larissa Lima (nome de usuário: *larislina*¹⁷), 20 anos, estudante de Jornalismo e Natália Memória (nome de usuário: *queijo_*¹⁸), 20 anos, estudante de Ciências Sociais.

Observando as trocas de mensagens ao longo do dia 16 de junho de 2009¹⁹, vê-se o estabelecimento de um diálogo via Twitter, onde se pode detectar alguns dos elementos aqui apontados.

larislina: "no meu caminho, não tem pedras, nem espinhos. eu durmo sereno e acordo com o canto dos passarinhos."

queijo_: RT @larislina "no meu caminho, não tem pedras, nem espinhos. eu durmo sereno e acordo com o canto dos passarinhos." [de quem é?] tão belo!

larislina: @queijo_ marisá monté :D

queijo_: @larislina muito bonito demais, ó :~ "colo" é essa? conhecia não ._.

larislina: @queijo_ ouve aê, brota <http://bit.ly/17Ls8j> :*

queijo_: @larislina :D blicada :* :B

¹⁷ <http://twitter.com/larislina>

¹⁸ http://twitter.com/queijo_

¹⁹ Acesso em 18 de junho de 2009.



3.2 – O Interacionismo Simbólico no Twitter: possibilidades e limitações da ferramenta no ato social

O Interacionismo Simbólico é um termo cunhado por Herbert Blumer, da Escola de Chicago, que assume a herança de George Herbert Mead, psicólogo social que fomentou e conceitualizou a maior parte do arcabouço teórico em que se fundamenta esse conceito.

O Interacionismo assume a natureza simbólica da vida social como algo preponderante no processo interpretativo individual. A individualização é, portanto, o resultado da socialização e não sua antítese: deve-se compreender o ser humano tanto filogeneticamente (em termos de evolução da espécie) quanto ontogeneticamente (em termos de desenvolvimento particular de cada indivíduo). Os pressupostos dessa corrente apontam a sociedade como um processo, numa relação extremamente interdependente entre indivíduo e sociedade que valoriza o aspecto subjetivo do comportamento humano como parte necessária no processo de formação e manutenção da dinâmica do self social.

Para Mead, o principal dado do comportamento humano é o ato social, que se desdobra num viés de ato comunicativo, compreendido no contexto da linguagem, e num viés social, compreendido numa dimensão mais ampla, evolutiva. Esse ato é concebido não só como realidade externa e observável, mas como dimensão oculta (internalizada) que seria, em última instância, precedida pela sociedade.

Os objetos do mundo são vistos em termos de sentidos, como criações sociais. São enxergados apenas a partir de processos de definição e interpretação decorrentes da interação humana. O *self* (o “eu”, a consciência) seria, assim como os demais objetos, formado por definições de outrem que serviriam de referencial para que o indivíduo enxergasse a si mesmo. A natureza da consciência nos seres humanos é uma consciência do *self* em relação aos outros. A consciência é, desta feita, inerentemente um processo social.

Blumer (1969) adota como objetivo do Interacionismo o estudo da interpretação por parte dos atores, dos símbolos nascidos de suas atividades interpretativas. Seguidor dos preceitos defendidos por Mead, Blumer retoma a idéia de que os comportamentos humanos envolvem uma expectativa à resposta futura do outro, não correspondendo apenas ao imediato, ao presente. O ator social, a partir de sua experiência – sobretudo a experiência presencial – pode antecipar as reações dos outros e ajustar suas ações de



acordo com sua expectativa. A própria maneira como o indivíduo constrói a sua conduta é pautada no cultural, na dimensão social que repousa dentro dele.

“O *self* surge do processo de interação social no qual outras pessoas estão definindo alguém para si mesmo. A fim de tornar-se um objeto para si mesmo a pessoa deve ver-se “de fora”, ou seja, colocando-se no papel dos outros e vendo a si próprio ou agindo para si daquela posição” (HAGUETTE, 1997, p.34)

O fato de estar submetido ao olhar de um Outro social sugere a necessidade do reconhecimento e aprovação. Procuram-se, então, referências comuns, consensuais, entre o discurso do indivíduo e de seu interlocutor, que permitam a partilha de experiências, a aprendizagem.

No Twitter, esse reconhecimento vai para além da troca de informações, permitindo também a apropriação simbólica do outro, por meio do *retweet* (RT). O fato de se tomar para si a voz do outro e resignificá-la a partir das próprias experiências denota a convergência entre o individual e o social.

O uso da cerquilha (#) antes de uma palavra é um artifício usado para complementar uma frase, que cede um caráter mais indicial à frase, podendo identificar tanto um estado de humor quanto um juízo de valor à sentença. Tal fato evidencia novas formas de indexação de mensagens a partir do uso de tags para pesquisa. Ao usar o elemento, há compartilhamento do símbolo e aprovação pelos pares.

Para Mead, o comportamento humano inteligente tem sua raiz fincada nessa relação entre o sujeito e o social, que só pode ocorrer através da dinâmica comunicativa, da interação a partir de símbolos:

“Como um *self* pode surgir somente numa sociedade onde haja comunicação, da mesma forma só pode emergir um *self* ou personalidade dentro da qual esta conversação de atitudes ou participação social toma lugar. É esta conversação, esta interação simbólica, interposta como uma parte integral do ato, que constitui a mente” (MEAD, 1936:384-385, apud HAGUETTE, pag. 29)

Assim como Mead, Peirce (1999) vê o *self* como algo que emerge no processo interativo, e não como algo dado a priori. Para esses dois teóricos, o pensamento é uma forma de diálogo. Gallie expõe o pensamento de Peirce, no qual ele define a linguagem como explicitamente social:

“Palavras ou sinais de qualquer tipo são elementos cuja função não se resume à expressão de nossos próprios pensamentos particulares, isto é, esse ‘sinal de leitura’ é essencialmente do mesmo tipo, sejam sinais que nós lemos, construímos por nós mesmos, ou sejam eles



construídos por outras pessoas” (GALLIE, 1952, p.82, apud FARR, p.100).

A concepção interpretativa que ilustra o Interacionismo Simbólico cede ao sujeito uma dimensão ativa, de ator social, aproximando-o da noção de visão circular do processo comunicativo. A interação pode ser definida como “a produção, ao longo do tempo de cadeias de atos dependentes do outro, construídas por dois ou mais agentes, cada um dos quais exerce e constrói sobre as ações do outro” (Levingston 1993, apud Volli, p.226). Nesse processo, as ações comunicativas fazem parte de uma troca recíproca, mútua, modificando tanto o emissor quanto o receptor da mensagem.

O contexto, espaço onde ocorre a troca simbólica, é determinante para identificar diversos pontos de vista a respeito dos interlocutores (suas identidades, o parâmetro espaço/tempo, as crenças, conhecimentos, intenção de quem participa). A comunicação intencional decorre justamente desse reconhecimento entre o emissor e o receptor, no jogo de antecipações próprio do Interacionismo Simbólico.

“Os interagentes oferecem um ao outro definições de suas relações, ou, pode-se dizer, cada um tentaria definir a natureza da relação. É importante salientar, porém, que cada um reage com sua definição de relação, podendo confirmar, rejeitar ou até modificar a do outro” (PRIMO, 1998, p. 4).

O Twitter parece ter ganhado grande aprovação social por conta de ser um canal aberto que permite a comunicação. Nele há um espaço de viés democrático, onde cada usuário tem uma liberdade e uma relevância maior do que em mídias institucionalizadas, podendo o emissor da mensagem dialogar e apreender a idéia do outro com muito mais facilidade, dinamizando aprendizagens mútuas. As trocas simbólicas, que já são pertinentes nesse contexto tendo em vista que é um espaço compartilhado, acentuam-se pelo caráter de velocidade que o canal imprime aos textos, pelo fato de só se poder usar 140 caracteres por mensagem. Essa agilidade, que proporciona um *feedback* quase imediato, concede um *status* de online à ferramenta, a possibilidade de se aproximar do presencial (mecanismo que fundamenta os *chats*). Além de ganhar velocidade, a necessidade de comprimir o volume do texto obriga o usuário a condensar suas idéias, gerando um aumento quantitativo no número de textos por usuário. O fluxo ininterrupto de mensagens acelera o processo simbólico na medida em que abre terreno para as possibilidades de interação comunicativa.



Mas, ao mesmo tempo em que o Twitter possibilita todos esses avanços em termos de interatividade, possui limitações e desvantagens que são singulares na própria Internet e que se acentuam nessa ferramenta.

O fato de ser um ambiente virtual, característica própria do meio em que se insere, resulta na perda do elemento histórico e contextual, das propriedades icônicas (que permitem analogias por similaridades, por experiências passadas) e indiciais (que dependem da contigüidade com o objeto que representam, ou seja, da vivência presente). Essa perda acarreta relações pautadas preferencialmente no simbólico, obliterando as dimensões do presencial e do icônico fundamentais para a comunicação.

O espaço de texto comprimido do Twitter, que possibilita a velocidade da ferramenta, acaba por gerar argumentos e discursos superficiais, numa clara superposição do quantitativo em relação ao qualitativo. O Twitter se vale prioritariamente da dimensão simbólica para unir os interlocutores, mas por conta da limitação do espaço, uma das características mais pertinentes dessa dimensão lingüística é comprometida. O simbólico possibilita a entrada num consenso de argumentações passíveis de serem aprofundadas (a dimensão simbólica se projeta para o tempo futuro, que deve ser amparado também no passado, algo que só se alcança mediante introspecção, reflexão). O Twitter, pelo caráter imediatista de aqui-e-agora (numa paradoxal indiciação), pode dificultar a “digestão” da mensagem, ou seja, que ela seja pensada de uma forma mais ampla.

Pelo próprio princípio de funcionamento da ferramenta (o *follow*), há uma evidente perda da privacidade, onde não se sabe até que ponto o Outro adentra no que é próprio a cada um, particular, subjetivo, denotando talvez um caráter persecutório do canal. Esse caráter, por sua vez, gera um nível de ansiedade mais elevado nos usuários, pela constante e ininterrupta demanda de mensagens que geram uma expectativa de resposta. Tal bombardeamento, essa inflação de informações, é uma das maiores problemáticas na contemporânea Sociedade da Informação.

4 - Considerações Finais

Esse artigo mostrou que a rede telemática oferece diversas possibilidades de democratização e compartilhamento das experiências subjetivas, constituindo-se num campo fértil para a aprendizagem, para as apropriações e (re)significações de dados da vida social. A própria noção de *rede*, etimologicamente, pressupõe interconexão, interação.



A rede carrega como princípio fundamental a descentralização. Não há um centro de onde as mensagens sejam espalhadas. São vários nós que se articulam. A rede é, em si mesma, interativa. Não é uma mera característica, mas ponto nevrálgico de sua existência. A rede se estabelece com a interação. A Internet, enquanto rede, carrega tal ponto em si em sua própria arquitetura tecnológica. São vários computadores interligados que são o suporte da grande rede. A Internet é a interconexão entre máquinas.

O Twitter surge, nesse contexto, como uma ferramenta que agiliza o processo de troca simbólica, devido ao espaço comprimido para veiculação de mensagens que incorre em grande fluxo de pequenos textos. Muitas de suas características e de seus usos são abertos. Ainda podem ser modificadas por novas apropriações que surgem espontaneamente entre os próprios sujeitos que fazem uso da ferramenta, o que denota seu caráter democrático e suas possibilidades de (re)construção, por meio das interações simbólicas entre usuários.

O presente artigo não busca definir concepções acerca dessa nova ferramenta, ainda mais pelo fato dela constituir-se em algo incipiente cujos desdobramentos não se podem garantir, mas sim delinear reflexões sobre as possíveis conseqüências que ela pode trazer para a sociedade, em que medida ela é capaz de modificar as relações entre os indivíduos. Tendo em vista a ascendente popularização do Twitter, o que comprova que ele vem ocupando um lugar de destaque na vida social, torna-se importante a discussão sobre seu devir, sobre como ele pode favorecer a reformulação ou a modificação de uma série de posturas do sujeito em relação ao Outro e a si mesmo.

Faz-se necessário uma atenção crítica sobre as repercussões que o Twitter pode causar nos sujeitos sociais, tanto no que diz respeito aos avanços em termos de interatividade e aprendizagem, quanto às suas limitações e perdas, na medida em que afeta profundamente as relações interativas e as formas de apropriação da realidade simbólica.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

FARR, R. M. **As Raízes da Psicologia Social Moderna**. Petrópolis: Vozes, 2001.



FERES, Beatriz dos Santos. De Peirce a Charaudeau: As qualidades do poético ilustradas por Ziraldo. **Cadernos de Semiótica Aplicada**, São Paulo, v. 4, n. 2, dez. 2006.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. **Linguagem da Internet: um meio de comunicação global**. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (orgs.) Hipertexto e gêneros digitais. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. 120 – 134.

HAGUETTE, Teresa M. F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTINS, I.; LEAL, R. O Twitter vê e mostra tudo. **Revista Época**, São Paulo, 14 mar 2009.

MATTELART, Armand; e MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

PRIMO, Alex; **Interação Mútua e Interação reativa: uma proposta de estudo**. XXI Congresso da Intercom - Recife, PE, de 9 a 12 de setembro de 1998.

SOUSA, M. W. **Recepção e comunicação: a busca do sujeito**. In: SOUSA, M. W.(org.). Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TAG (metadata). In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em:
<[http://pt.wikipedia.org/wiki/Tag_\(metadata\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Tag_(metadata))> Acesso em: 13 jun 2009

VOLLI, Ugo. **Manual de Semiótica**. São Paulo: Loyola, 2007.