



Sobre Blogs e Microblogs: A Cultura Snack e a Representação Social dos Usuários do Plurk¹

Marcos LEIVAS²

Francisco MENEZES³

Universidade Católica de Pelotas, RS

RESUMO

No presente texto aborda-se o surgimento de novos espaços interativos no ciberespaço, apontando algumas de suas características e usos a partir de formas de conteúdo e recorrentes representações sociais construídas. Na primeira parte do artigo fala-se sobre o surgimento, a transformação e os usos dos blogs e microblogs até a recente web 2.0; a segunda parte abriga uma contextualização sobre os estudos culturais e a recente cultura snack e, na terceira e última parte, foca-se o exemplo de case, o microblog Plurk, relacionando-o com as representações sociais construídas por seus usuários a partir do conteúdo construído dentro da plataforma.

PALAVRAS-CHAVE: blogs; cultura snack; estudos culturais; microblogs e Plurk.

INTRODUÇÃO

Conforme diz a história, a partir da segunda metade do século XX, os meios comunicativos que mexem com as tecnologias da informação começaram a ganhar novos impulsos e novas formas quanto à sua aplicação. Os espaços começaram a adquirir mais interatividade a partir de ideias oriundas – na sua grande parte – da necessidade da velocidade no repasse de informações através de um meio, entre emissores e receptores.

Em meados dos anos 50, o lado informático começou a ganhar força estendendo seus limites pela criatividade e necessidade do homem. Cerca de 40 anos depois, essa necessidade transformou-se em uma rede de computadores que interliga o planeta, a fim de aproximar, atualizar, informar, enfim, estabelecer um laço mais forte com quem não

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, no DT 5 – Comunicação Multimídia, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pelotas (UCPel), email: leivas@vetorial.net.

³ Orientador do trabalho. Professor do Centro Universitário Feevale (Novo Hamburgo-RS), e-mail: franciscomartins@feevale.br.



está por perto (ou não, atualmente) a partir de vários utilitários imersos em todos os cantos da rede, a web – até mais recentemente com a denominação de web 2.0.

Através do aperfeiçoamento das ferramentas criadas e de diversos espaços comunicativos criados, o homem foi dando espaço para novas possibilidades de interação social dentro dos espaços comunicativos, especialmente, neste caso, das mídias digitais. E, dentro dessas, forneceu aos milhares de usuários utilitários interativos capazes de mexer com os ambientes culturais de uma forma muito “silenciosa” e ao mesmo tempo muito grande e rápida: os blogs (em dezembro de 1997, por John Barger) e, mais recentemente, os microblogs (termo citado em julho de 2002, por Natalie Solent⁴ e tendo sido criado em meados de 2006, a partir do Twitter⁵ e do não tão difundido Jaiku⁶, primeiramente).

Com essas ferramentas digitais forneceu-se então a chance dos usuários, das plataformas que abrigam esses formatos, em produzirem ou ainda interferirem – seja de modo positivo ou negativo – no fluxo de informações no ciberespaço, ganhando esses personagens, de um lado, novas “caras”, novos “papéis”, sendo elementos de produção jornalística (informativa, interpretativa ou, na maioria das vezes opinativa), diretos ou indiretos, fontes, pauteiros, personagens ou, de outro lado, sendo meros usuários de ambientes culturais da blogosfera ou da já microblogosfera.

Desta forma, este texto pretende fazer uma contextualização histórica do surgimento dessas duas ferramentas (blogs e microblogs) no ciberespaço como forma de compreensão de seus usos. Em seguida, se falará sobre os estudos culturais e da cultura “snack” a fim de apontar possíveis apropriações pelos usuários do microblog Plurk na formação de suas representações sociais.

O surgimento dos Blogs e os Microblogs na Web

Os blogs – já chamados de *weblogs* – estão ligados diretamente com o crescimento gradual que a Internet trouxe, bem como o surgimento da *web* – *World*

⁴ Termo “Microblogging” através do Word Spy, em 7 jun. 2007. Disponível em <<http://www.wordspy.com/words/microblogging.asp>>. Acesso em 2 jun. 2009.

⁵ O Twitter é uma rede social para microblogging que permite aos usuários o envio e a leitura de atualizações pessoais de outros perfis. As mensagens (atualizações) são limitadas em até 140 caracteres (tweets) através da Web ou ainda por SMS. As atualizações são exibidas no perfil do usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários que sigam o determinado perfil ou também assinado via feed. A plataforma encontra-se à disposição em: <http://www.twitter.com>.

⁶ Rede de microblogging antecessora do Twitter – um mês mais antiga, criada em fevereiro de 2006 – que não teve tanto retorno quanto a explosão do Twitter. Possui o mecanismo bem parecido com o Twitter. Entretanto, em relação a números de acesso e usuários, não chega a 1/5 da plataforma concorrente. A partir de 2007, o Google tornou-se seu dono.



Wide Web. Outrora tendo raízes em comunicação oriunda entre militares na década de 50, 40 anos depois com o surgimento da Rede Mundial, criada por Tim Berners-Lee, em 1990, novas formas de distribuição de informações começaram a ser difundidas como, por exemplo, os hiperlinks. Todavia, esse foi apenas uma das primeiras facilidades.

Entre várias versões apontadas do primeiro blog, Tissot (2003, p. 7) afirma que o primeiro blog surgido na rede foi na verdade um *website*, criado justamente por Tim Berners-Lee sobre a criação da web. Outras ideias aparecem, como em 1993, com o *Mosaic's What's New Page*, do NCSA – National Center for Supercomputing Applications, juntamente com a Netscape, sendo consideradas as maiores representações de blogs entre 1993 e 1996 – mesmo que ainda não usassem essa denominação –, pois apresentavam características prioritárias como, por exemplo, a organização do tempo através do seu conteúdo inverso de textos (atualizações) e ainda os hiperlinks externos, dando a chance de se construir novos caminhos.

Em outros apontamentos, Lemos (2002a, online), comenta que o primeiro blog da rede foi realmente criado em 1997, por John Barger, com o intuito de que esses espaços fossem sites pessoais onde os usuários poderiam atualizar com frequência o conteúdo, tendo espaço para comentários externos e ainda links que levassem para estruturas internas ou externas.

Até o ano seguinte, em 1998, os blogs não surgiram como uma grande novidade no espaço virtual. Segundo dados da Technorati⁷, seus números na blogosfera não chegavam a cem unidades, tendo como possível explicação a limitação das pessoas no conhecimento do uso do HTML como forma de criação da estrutura de um blog – restringindo-se então o seu uso apenas a programadores dessa linguagem.

Já em 1999, uma empresa chamada *Pyra Labs* criou um sistema capaz de fornecer espaços para o armazenamento de blogs aos usuários, o *Blogger*⁸. Possibilitou também um software on-line capaz de construir rapidamente um blog em poucos minutos, dando a chance do usuário escolher um layout e começar a produzir o seu conteúdo. Nesse mesmo nicho de mercado digital, outras empresas surgiram como, por exemplo: a *GroukSoup* (<http://grouksoup.com>), a *Edit This Page* (<http://editthispage.com>), entre outras.

⁷ Sistema de indexação de blogs. Disponível em: <http://technorati.com>.

⁸ A partir de 2003, pertencente a Google. Disponível em: <http://blogger.com>.



Atualmente, de acordo com a Technorati, os blogs ativos no ciberespaço⁹ chegam a quase um bilhão (99,9 milhões). Desde março deste ano, houve um crescimento de 41% (números anteriores apontavam 70,6 milhões) e a perspectiva apontada é que se bata a casa dos bilhões, visto que a média diária de novos blogs é de 175 mil por dia. Ainda de acordo com os dados, percebe-se que a simplicidade de criação e manutenção atrai cada vez mais novos usuários, tornando-o uma ferramenta popular no ciberespaço.

Para compreender a função de um blog, Moura (2002, p.2) os define como “páginas pessoais de caráter remissivo, assentes num software muito particular, caracterizado pela inserção datada de informação a que qualquer leitor pode reagir através de comentários e mensagens”.

De acordo com Recuero, os blogs se caracterizam...

principalmente, pela forma, baseada em microconteúdo, na organização cronológica e em frequente atualização (pequenas quantidades de textos publicadas periodicamente e atualizadas em função do tempo – o mais recente no início da página) e são populares pela facilidade de publicação na Internet (dispensam o conhecimento de ferramentas como o HTML, e simplificam o processo de construção de um site pessoal) (2004, p. 1).

Com relação ao microconteúdo citado por Recuero (2004), essa noção vem de Nielsen (1998) e foi atualizada por Dash (2002, online) que disse:

“Hoje, microconteúdo tem sido usado como um termo mais geral indicando conteúdo que compreende uma ideia principal ou conceito, é acessível a partir de uma URL única ou permalink, e é escrito e formatado para ser visualizado em programas de e-mail, navegadores de web ou dispositivos portáteis.”

Compreende-se então que a noção de microconteúdo tem ligação com o tipo de informação própria para web. Atende ao suporte digital, ao espaço digital em que ela será inserida e ainda fornece possibilidades de visualização ou atualização através de outros meios móveis como, por exemplo, o celular, via SMS.

Ligando-se a características do microconteúdo em blogs, nos últimos quatro anos, surgiu então a aplicação da denominação microblog. Um espaço simplificado

⁹ Para Lévy (1999), o ciberespaço vem a ser um meio onde existem possibilidades de se colocar em prática a tecnodemocracia. Ainda de acordo com o autor, uma nova concepção política em que a tecnologia concede novas formas de interação e desenvolvimento a partir dos indivíduos e também de suas comunidades, sendo eles capazes de autogerir.



tendo como prioridade a compactação da postagem (mensagem) com limitação de tamanho (caracteres), dando a entender como a ideia da mobilidade de um SMS que priva a sua página a 160 caracteres. Entretanto, as redes de microblogging limitam os caracteres a 140 (Plurk e Twitter).

Por definições de McFedries (2007), microblogging “é a ação de postar pequenos textos em um blog pessoal, em especial a partir de comunicadores instantâneos ou de um celular”. O autor diz que esse novo formato apresenta “uma singularidade” pelo fato da adaptação no tamanho das postagens. Reforça ainda que a intenção seja de “que haja uma maior facilidade na integração com outras ferramentas digitais e ainda virtuais”.

“A palavra virtual pode ser entendida em ao menos três sentidos: o primeiro, *técnico*, ligado à informática, um segundo *corrente* e um terceiro *filosófico*. O fascínio pela “realidade virtual” decorre em boa parte da confusão entre esses três sentidos. Na acepção filosófica, é virtual aquilo que existe apenas em potência e não em ato” (LÉVY, 1999, p. 47).

Tratando-se de uma plataforma armazenada no meio virtual, Lévy (1999, p. 49) ainda completa dizendo que “o desenvolvimento de redes digitais interativas favorece outros movimentos de virtualização que não o da informação propriamente dita”. Aponta-se então o fato de que em redes digitais de microblogging nem todo conteúdo propagado através dos espaços virtuais sempre será uma informação.

Para o Lévy (1999), o virtual pode ser entendido como um processo de questionamento, de descolamento do “aqui e agora”. Já Lemos (2002) diz que “toda a forma de leitura (interpretação) é um processo de virtualização e, na direção oposta, toda forma de escrita é um processo de atualização”. Entre as duas visões, culmina que a realidade é constituída em um processo constante e não limitado de atualizações e virtualizações sucessivas.

Seguindo o mesmo modelo dos blogs em relação à adaptação às fases do meio digital, dentre as raras bibliografias existentes sobre o assunto analisado de modo isolado – já que o objeto em questão é bem recente –, pode-se apontar que os microblogs privam pela informação em pílulas, o conteúdo de modo econômico, dando preferência pela rapidez da propagação da informação do que pelo fato contado na íntegra. A partir disso, pode-se dizer que algumas das respostas para esse novo formato “comprimido” se encontram nas fontes culturais das quais os indivíduos dos grupos sociais bebem.



Os Estudos Culturais e a Cultura “Snack”

Antes de falar sobre os Estudos Culturais, é necessário voltar um pouco no tempo e compreender rapidamente o conceito de cultura. Ele surgiu no final do século XVIII e início do XIX, sendo moldado por filósofos e historiadores, tendo seu significado como uma concepção clássica. Thompson (1995, p. 170) diz que “a cultura é o processo de desenvolvimento e enobrecimento das faculdades humanas, um processo facilitado pela assimilação de trabalhos acadêmicos e artísticos, ligados ao caráter progressista da era moderna”.

Para Geertz (1989), a cultura “é pensada como sistema simbólico, claramente possível pelo isolamento histórico de grupos humanos”. Ainda para o autor, ela “expressa as relações próprias da comunidade, passando por gerações, até caracterizar-se por um sistema integrado de ações conjuntas”. Compreendendo que suas ações podem ser identificadas por sua ideologia, crenças, expressões, formas de ser e estar. Já Bourdieu (1989) diz que a cultura é “uma construção coletiva totalmente influenciada pela representação explícita e da expressão verbal”.

Já com relação aos Estudos Culturais, a cultura pôde ser vista de uma maneira agora relacionada à comunicação. Os primeiros Estudos Culturais foram realizados na Inglaterra no final dos anos 50 e giraram em torno do trabalho de Raymond Williams e Edward Palmer Thompson.

Esses autores apontam que a cultura é uma rede vivida de práticas e relações que constituem a vida cotidiana, na qual está em primeiro plano o papel do indivíduo. É a partir dessa época que os Estudos Culturais passam a se preocupar com as relações presentes no campo da cultura, questionando sobre as mútuas determinações entre culturas populares e outras formações discursivas, dando atenção para o cotidiano da vida popular, bem como para as suas mais diversas práticas culturais. Já para Kellner (2001), os estudos culturais britânicos concebem que “todas as formas de cultura e comunicação como dignas de exame e crítica”, tendo então a publicidade e os novos meios comunicativos como elementos que passam a ser vistos como objetos relevantes de análise através das relações entre cultura, comunicação e ideologia.

Entre todas as formas de cultura globais, formou-se recentemente uma denominação intitulada “*Snack Culture*”, traduzido aqui no Brasil para “Cultura em



Pedaços”. Ela tem base no “*Minifest Snack Attack*”¹⁰, publicado em março deste ano pela revista Wired – especializada em novas tecnologias. A denominação “em pedaços” tem relação com entretenimento de consumo rápido, baseado no estilo de vida da sociedade contemporânea, no imediatismo que se tem em comunicar no menor espaço de tempo a maior quantidade de experiências ou visões sobre um grande número de produtos/serviços ou ainda sobre as novas tecnologias.

A grande parte que adere a essa denominação de cultura particionada acaba por nem realmente perceber que já faz parte do grande grupo, já que sua adesão é quase imperceptível justamente pela velocidade de como as novas tecnologias avançam na sociedade do consumo. Blogs, microblogs, redes sociais (especialmente *Orkut* e *Facebook*) e outras aplicações como o *Youtube* acabam persuadindo em uma larga amplitude os usuários. Isso sem contar os jogos eletrônicos, sites de downloads e aparelhos de música móveis (*iPod*), entre outros tantos.

Até que ponto isso se torna benéfico ou maléfico? Quais são os pontos positivos e negativos nesse modelo pílula de espaço interativo? Lemos (2002), diz que as “novas ferramentas de comunicação geram efetivamente novas formas de relacionamento social”. O autor ainda completa: “não se trata, mais uma vez, de substituição de formas estabelecidas de relação social (face a face, telefone, correio, espaço público físico), mas do surgimento de novas relações mediadas” (2002, p. 17).

Podem-se apontar alguns pontos positivos. Serão citados três: a) como a criação de um novo repertório cultural baseado no modelo pílula de repassar o conteúdo, abrindo possibilidades de quem recebê-lo, analisá-lo, decodificá-lo, e aí sim caso haja interesse, procure mais dados sobre tal mensagem; b) Também o de criar uma diversidade de fontes com a mesma temática a fim de fornecer “x” possibilidades e o interessado escolher a que mais lhe agrada; c) Novas visões sobre um determinado fato poderão ser vistas. O canal interativo ganhará em velocidade e provavelmente, de imediato, careça em qualidade devido à rapidez.

Pontos negativos são vistos: a) A instantaneidade poderá fazer com que se tenha um tempo menor para análise e possível ação sobre o que se está recebendo e/ou consumindo, o que perderia em qualidade e também se tornaria um tanto quanto supérfluo; b) No contexto jornalístico, a não checagem do conteúdo emitido às pressas devido ao imediatismo ou ao realismo do fato acontecido (isso é percebido em perfis de

¹⁰ Disponível em: <http://www.wired.com/wired/archive/15.03/snackminifesto.html>.



grandes veículos de comunicação no Twitter, por exemplo), poderá acarretar em uma informação pela metade ou ainda de modo mais grave, em uma falsa informação chegando até o público; c) O recorrente tempo mínimo que se dá ao conteúdo que é recebido (seja de cunho jornalístico ou de entretenimento) faz com que se tenha uma maior quantidade de mensagens recebidas, mas não a totalidade de sua estrutura.

Receber o conteúdo no “modo pílula” já é uma realidade e cada vez mais atrai novos seguidores, Twitters, Plurkers ou usuários de outras plataformas. Torna-se necessário compreender e saber selecionar o que é recebido, a fim de que essa tomada do imediatismo, do interativo, não exerça uma falsa realidade do que se emite e do que é recebido. Lévy (1999, p. 82) diz que “a interatividade assiná-la muito mais que um problema, a necessidade de um novo trabalho de observação, de concepção e de avaliação dos modos comunicação”. Para o autor é preciso estar atento às novas formas de interação, já que elas são “mídias híbridas e mutantes” que “proliferam sob o efeito da virtualização da informação”.

Ainda para o autor, a interatividade possui três dispositivos de comunicação: a) A difusão unilateral (imprensa, rádio, TV e cinema); b) De diálogo e reciprocidade (correspondência entre duas pessoas) e c) De diálogo entre vários participantes (rede de correspondência, sistema das publicações em uma comunidade, correio eletrônico e conferências eletrônicas). Percebe-se que as redes de microblogging se encaixam nas fases “b” e “c” propostas por Lévy, pois podem apresentar interrupção e reorientação de fluxo informacional em tempo real, bem como a implicação do participante na mensagem.

O Plurk e a Representação Social dos Usuários

Com uma abordagem e roupagem diferente do mais populoso microblogging global, o Twitter, o Plurk¹¹ foi lançado em maio de 2008, pela “*The A-Team*”¹² seguindo a mesma linha de repasse de mensagens. A grande diferença está no visual que a plataforma oferece, concedendo ao usuário uma linha do tempo (horizontal) onde estarão disponíveis todas as frases enviadas e recebidas pelo próprio usuário ou ainda pelos amigos ou fãs.

¹¹ Aplicativo de microblogging freeware. Disponível em: <http://www.plurk.com>.

¹² Equipe criadora, em avatares. Disponível em: <http://www.plurk.com/plurkteam>.

O Plurk traz um perfil sucinto com informações pessoais, a possibilidade de adicionar amigos/fãs, o uso de etiquetas de ação (que contribuirão para a criação de frases e também ao compartilhamento de conteúdo como imagens, links e vídeos) e o karma (de 0 a 100). Quanto mais ele o usar, preenchendo o perfil, adicionando amigos, e sendo aceito por eles, produzindo conteúdo dentro da média (não excedendo 30 frases diárias), mais karma ganhará e, ainda, receberá como recompensa outras regalias que o sistema vai gradualmente oferecendo. Entretanto, ele também poderá cair, mas isso dependerá da produção de conteúdo e do comportamento de uso do usuário.

A interação no Plurk acontece a partir das frases emitidas através de etiquetas e ação [ama, gosta, compartilha (imagem, link ou vídeo), dá, odeia, quer, deseja, precisa, vai, espera, pergunta, tem, estava, admira, sente, pensa, diz, está e a opção sem etiquetas, a freestyle]. Arrastando a linha do tempo com o mouse ou com as setas do teclado, o usuário poderá responder as frases de seus amigos, bem como continuar um diálogo em seu próprio “balão”, ainda podendo utilizar as mesmas etiquetas. Veja mais detalhes nas figuras a seguir:



Figura 1: Tela inicial do microblogging. Cadastro ou acesso através do e-mail/senha do usuário.



Figura 2: Parte inferior do perfil já criado. Informações-Perfil, Karma, Amigos, Fãs e Feeds.



Figura 3: Parte superior do perfil, com as frases dos Plurkers (balões) e barra p/ textos.



Figura 4: São 19 Etiquetas de ação para as frases. Por exemplo, “Marcos [diz] fui ao jogo do Inter”.



Figura 5: Um dos balões de frases aberto com o diálogo entre os Plurkers.



Figura 6: Compartilhamento de vídeo através do Plurk. Também imagens e links.

Pode-se dizer, mesmo que de modo sucinto, que a partir dos elementos descritos nas seis figuras acima, aponta-se nos conteúdos criados pelos indivíduos relações com suas representações sociais através dos textos e ainda de seus perfis. Seguindo a linha proposta por Hall (1997), três abordagens podem determinar como funcionam as representações sociais dos indivíduos:

- a) **Abordagem reflexiva:** está no significado do objeto, pessoa, ideia ou evento do mundo real, sendo que a linguagem funciona como um espelho que reflete o verdadeiro significado.
- b) **Abordagem intencional:** é o autor que impõe ao mundo, através da linguagem seu significado único. Ela é problemática, de acordo com Hall (1997), já que não se pode ser exclusivamente uma única fonte de significados de uma linguagem.
- c) **Abordagem construcionista ou construtivista:** é a representação que produz significação forjando elos entre a ordem das coisas: mundo das coisas, pessoas, eventos, ações e experiências.

Por consequência, os atores sociais vão utilizar um sistema cultural e linguístico para construir significados, sendo a representação social uma prática que usa objetos e efeitos materiais com um significado que depende de sua construção simbólica. Ela pode ser vista nas palavras, nas mensagens, nos discursos construídos em conjunto com outros usuários e ainda nas convergências midiáticas compartilhadas no Plurk, especialmente as imagens e vídeos.

Tem-se então que a representação social de um ator no ciberespaço tem a intenção de dominar o ambiente a fim de compreender os fatos e ideias. Aparece então o



agir para com os outros, situando-se no mesmo meio que eles com a intenção de se comunicar através de um canal – o Plurk.

Com as interações ocorrendo entre as partes envolvidas (um, dois, três ou quantos forem o número de pessoas – amigos/fãs – ativas na conversação), apontar-se-á que as representações serão produtos finais das relações que ali se criaram entre os envolvidos. Simultaneamente, se compreenderá que perceber as trocas e as formações de uma representação será através de um conhecimento prático, imergindo dentro das relações que deram dados para o período de análise, a fim de interpretar a realidade – mesmo que essa seja mediada por uma meio digital e codificada por signos textuais ou imagéticos.

Será a partir das representações construídas no microblogging, que os usuários produzirão significação através do conteúdo criado e dividido. É neste universo de cunho simbólico que os “plurkers” compartilharam com outros receptores as suas experiências de vida e produziram significados e feedbacks a partir delas.

Contudo é importante salientar que as identidades são produzidas por mais de um sistema de representação, mesmo que ajam de modo coletivo. Woodward comenta que:

a representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidade individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem sou eu? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? (2000, p. 17).

O que se leva a crer, com fortes evidências, que os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos possam se posicionar a partir dos quais podem falar.

Sendo assim, através de uma abordagem construcionista ou construtivista (Hall, 1997) é preciso não confundir o mundo material (onde as coisas, os objetos e as pessoas existem), com o mundo simbólico (onde a representação, a língua e o significado existem). Os “Plurkers”, por si só ou ainda coletivamente, produzem significação a partir de um sistema linguístico e também imagético. Em um meio virtual constroem ou dividem momentos, onde a realidade é criada e/ou dividida com seus amigos utilizando o microblogging como meio e veículo, deste modo exemplificando as representações sociais e culturais anteriormente contextualizadas.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se dizer que os blogs já fazem parte da vida do blogueiro, já que eles tornaram-se construções pessoais e utilitárias em intensos momentos – seja de modo informativo para questões jornalísticas ou apenas em forma de entreter – nesse modelo de web 2.0, onde todos têm possibilidades de construir.

Torna-se necessário entender que a cultura possui diferentes níveis de compreensão e novas aplicações durante o passar dos anos, como é o caso da “Cultura Snack”. Nesta contemporaneidade, novas formações surgirão em resposta ao modelo globalizado de vida humana. Novos e diferentes níveis de compreensão culturais irão integrar-se às outras formas (antigas, novas ou um misto entre elas), trazendo outros formatos de aprendizado e ainda de influência no comportamento dos indivíduos; eles reagirão na criação de novos veículos comunicativos e também na construção de conteúdo dentro desses.

Tomando a Internet como modelo de uma comunicação “todos-todos” (Lévy, 1999), todas as pessoas integrantes do ciberespaço podem produzir e publicar seus conteúdos na rede como formas de construção/interação/participação. Entretanto, torna-se supra-necessário utilizar-se da checagem para classificar os blogs e microblogs e já as informações dentro deles, de acordo com a finalidade concedida pelos seus emissores.

É preciso compreender que através das práticas colaborativas da web 2.0, de produção de conteúdo, pode-se, muitas vezes, criar o seu próprio conteúdo com a simples intenção de criar o seu próprio canal comunicativo. Carece-se compreender que os microblogs, acabam por se definirem como uma nova alternativa na produção de conteúdo, não necessariamente substituindo as formas jornalísticas ou as formas sociais de entretenimento digital, mas sendo um complemento, um utilitário para tais formatos, a fim de acelerarem a comunicação para com os receptores ou amigos/fãs, no caso do microblogging Plurk.

A construção de uma representação social (construtivista), proposta por Hall, 1997, dentro do Plurk, fica apontada como a base dos conteúdos cognitivos¹³ das falas construídas e também dos componentes complementares (construções dialogais,

¹³ Cognição é o ato ou processo de conhecer, que envolve atenção, percepção, memória, raciocínio, juízo, imaginação, pensamento e linguagem. A palavra cognição tem origem nos escritos de Platão e Aristóteles.



imagens, links, vídeos, enfim), tendo sido vistas como ações afetivas, mentais e sociais, mediadas através da cognição da comunicação e da linguagem, bem como as recorrentes relações com as realidades materiais e sociais dos “Plurkers”.

Desta forma, neste breve histórico sobre blogs e microblogs juntamente a uma rápida análise no case deste texto, abre-se e sugere-se espaço a novos estudos que venham a contribuir para uma construção de sentido mais completa sobre a representação social nos usuários de microblogs. Para compreender novos fenômenos virtuais, seguindo palavras de Lemos (2002, p. 173), “o verdadeiro problema não é dizer que tudo é virtualizado e, que, por isso, vamos perder o senso da realidade, mas apontar com um dedo arrogante o que é, ou o que deve ser a “A” realidade”. Levantem seus dedos e vamos lá, mãos à obra para compreender as novas ferramentas colaborativas, bem como as ações e representações sociais de seus usuários.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. **Poder simbólico**. Rio de Janeiro: Brasil, 1989.

DASH, Anil. **Introducing the Microcontent Client**. Magazine, Nov 2002. Disponível em <http://www.anildash.com/magazine/2002/11/introducing_the.html>. Acesso em 3 jun. 2009.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

HALL, S. **The Work of Representation**. In: HALL, S. *Representation. Cultural Representation and Signifying Practices*. Sage/Open University: London/Thousand Oaks/New Delhi: 1997.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC.

LEMOS, André. **Arte da vida: Diários pessoais e Webcams na Internet**. In *Cultura da Rede*.

Revista Comunicação e Linguagem, Lisboa, 2002a. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/arte%20da%20vida.htm>>. Acesso em 4 jun. 2009.

LEMOS, André. **Cibercultura – Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

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



McFEDRIES, Paul. **All A-Twitter**. Spectrum, IEEE Publication, v. 44. n. 10, p. 84, 2007.

NIELSEN, Jakob. **Microcontent: How to Write Headlines, Page Titles, and Subject Lines**. Alertbox, 6 Set 1998. Disponível em <<http://www.useit.com/alertbox/980906.html>>. Acesso em 3 jun. 2009.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Weblogs, webrings e comunidades virtuais**. 2003. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.pdf>> Acesso em 3 jun. 2009.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

TISSOT, Leonardo Camacho. **Uma Análise dos Weblogs enquanto formas de Jornalismo Online**. 2003. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas (UCPel).

WOODWARD, K. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: Silva, T.T. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, Vozes, 2000.