



## O Twitter dentro do Universo da Cibercultura – Uma Abordagem Teórica da Ferramenta<sup>1</sup>

Maurílio Luiz Hoffmann da SILVA<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Tocantins – UFT, Palmas, TO

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo estabelecer uma relação entre a teoria da cibercultura e a ferramenta de microblog Twitter. Para tanto, inicialmente, realiza-se uma exploração acerca dos conceitos inerentes a referida teoria, tais como o seu surgimento, as três leis propostas por Lemos (2006b) (liberação do pólo de emissão; conexão generalizada; e reconfiguração cultural), cibercidades, ciberativismo, e também os problemas elencados por Primo (2007c). Em seguida faz-se uma descrição da ferramenta de microblog, mostrando as principais características funcionais e as formas de interação entre os atores (tuiteiros). Propõe então a relação entre Teoria e Ferramenta, buscando no Twitter manifestações da cibercultura.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cibercultura; Microblog; Twitter.

### Introdução

O desenvolvimento das tecnologias, em especial da Internet, além de proporcionar acesso mais fácil a informação, também fomentou a produção científica, inclusive envolvendo esses temas.

Um dos conceitos criados a partir desta revolução tecnológica foi o de cibercultura (Lévy 1999), termo que descreve a cultura contemporânea, emergente a partir da evolução da informática e das telecomunicações.

No âmbito da Internet também é grande o número de novidades que surgem. Criações como o *e-mail*, *blogs* e as redes sociais, são algumas das ferramentas mais usadas, não só no Brasil como no resto do mundo. O Twitter, objeto de estudo deste

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares em Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Técnico em Informática pelo IFTO. Graduando do 8º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal do Tocantins e membro do grupo de pesquisa (CNPq) Jornalismo e Multimídia. e-mail: mauhoff@gmail.com.



trabalho, é uma dessas novidades que está ganhando cada vez mais adeptos. Em janeiro de 2010 o serviço contabilizava mais de 73 milhões de usuários e em março, mês em que o completou quatro anos, chegou a marca de 10 bilhões de mensagens postadas<sup>3</sup>.

Derivado de uma pesquisa maior, realizada para elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso, o presente artigo tem como objetivo principal relacionar o microblog Twitter com a teoria da cibercultura. Salienta-se, no entanto, que, devido à limitação do espaço, alguns aspectos não só da teoria, como também do objeto de análise não poderão ser contemplados no artigo, o qual busca trazer os conceitos tidos como mais relevantes na relação inicialmente proposta.

### **Uma Breve Visão sobre a Cibercultura**

O desenvolvimento da tecnologia a partir da década de 1970 (e sua posterior apropriação por parte da sociedade) está alterando os preceitos modernos e a lógica social, a qual passa a basear-se em um novo paradigma centrado no uso dessas novas tecnologias.

Para Lemos (2004, p. 52), o desenvolvimento tecnológico sempre esteve imerso no imaginário social. Ao fazer uma contextualização histórica, o autor afirma que a história do desenvolvimento tecnológico pode ser pensada em três grandes fases.

A primeira delas é a fase da indiferença, que durou até a Idade Média e é caracterizada pela mistura de arte, religião, ciência e mito, na qual a sociedade vivia um todo coerente em torno de um universo sagrado. “A técnica e a ciência não têm um estatuto privilegiado porque estão imersas na dimensão global. Nesta fase, o olhar em relação à técnica está próximo da indiferença” (LEMOS, 2004, p. 52).

Depois, veio a fase do conforto, situada no início da modernidade. Nela, a ciência substituiu a religião no monopólio da verdade, a razão se torna a norma que dirige o progresso, e a ideologia calcada na modernidade atua como promessa de transformação e controle da vida social. Lemos (2004, p. 52) afirma que esta pode ser vista, ainda, como a fase de preparação para o futuro.

Futuro que chega junto com a última fase: a da ubiquidade. Também chamada de fase da comunicação e da informação digital. É o fim da fase do conforto. O surgimento

---

<sup>3</sup> Cf.: FAGUNDES; MICHELSON, 2010.



da tecnologia digital permite a quebra de barreiras de tempo e de espaço. “Entram em jogo a telepresença, os mundo virtuais, o tempo instantâneo, a abolição do espaço físico, em suma, todos os poderes de transcendência e de controle simbólico do espaço e do tempo” (LEMOS, 2004, p. 53). É essa, portanto, a fase da cibercultura.

A cibercultura pode ser conceituada como a “forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70” (LEMOS, 2003, p. 11). Vive-se hoje a cibercultura. São muitos os exemplos dessa reconfiguração sociocultural eminente depois dos anos de 1970, tais como: *Internet banking*, voto eletrônico, *netbooks*, celular e tecnologia 3G (os maiores exemplos de convergência entre microinformática e telecomunicações). As gerações de hoje se adaptam facilmente às novidades tecnológicas, mas o princípio dessa evolução se deu há algumas décadas atrás.

Segundo Lemos (2007), o desenvolvimento tecnológico deve muito de sua existência a cultura *cyberpunk*. Ela cria a microinformática com os punks da informática alimentados pelas noções de despesa, de apropriação e desvio. O movimento punk surge na Inglaterra, explodindo em 1977, mesmo ano do Jubileu de prata da rainha Elisabeth II, tendo como mote principal o “faça você mesmo”, e ganha expressões na música, na literatura e na moda<sup>4</sup>.

A cultura eletrônica contemporânea, a cibercultura, herda essa atitude em diversas formas de suas expressões atuais como *blogs*, *hacking*, *softwares livres*, *games*, *redes p2p*... Na cibercultura, a máxima é ‘a informação quer ser livre’, ‘distribua, reutilize, misture conteúdo’, ‘crie, edite e divulgue informações’ (LEMOS, 2007, p.2, grifos do autor).

Os desdobramentos da atitude *cyberpunk* transformam a sociedade no sentido que essa passa a viver, o tempo todo, uma sensação de tempo real. Para Lemos (2003, p. 13), essa sensação é consequência da ubiquidade e da instantaneidade decorrentes da conectividade generalizada<sup>5</sup>. Nesse sentido, ele afirma que: “cada transformação midiática altera nossa percepção espaço temporal, chegando na contemporaneidade a vivenciarmos uma sensação de tempo real, imediato, ‘live’, e de abolição do espaço

---

<sup>4</sup> Cf.: Bivar, 2006.

<sup>5</sup> A conexão generalizada está presente na segunda lei da cibercultura, que será apresentada ainda nesta seção.



físico-geográfico”.

Uma das consequências da cibercultura na sociedade é o que vem se chamando de cibercidades. Os projetos de cibercidades têm como objetivo principal usar o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs) para reaquecer e recuperar o interesse pelo espaço público, criar novas formas de relações comunitárias, ajudar a população na apropriação dessas novas tecnologias e dinamizar a participação política (LEMOS, 2003, p. 18).

As mudanças no campo da política se dão, pelo menos, de duas formas distintas. A primeira se evidencia pelo controle exercido sobre os cidadãos no mundo digital. Câmeras de vigilância, *spams*, monitoração de acesso a páginas na web e manutenção de banco de dados com informações pessoais são alguns dos exemplos elencados por Lemos (2003, p. 17) que instauram “um verdadeiro panóptico eletrônico”.

A segunda forma se dá no uso das ferramentas de comunicação como a Internet, por exemplo, para se organizar movimentos políticos. Pessoas que realizam esse tipo de atividade estão sendo chamadas de ciberativistas. Para Gomes (2005, p. 5), “a democracia digital se apresenta como uma alternativa de uma nova experiência democrática fundada numa nova noção de democracia”.

Todas essas mudanças ocorridas na sociedade e na cultura a partir do desenvolvimento tecnológico encontram embasamento no que Lemos (2006b) chama de “as três leis da cibercultura”<sup>6</sup>.

A primeira delas é a liberação do pólo de emissão, cujo preceito está ligado às manifestações socioculturais contemporâneas, mostrando que o excesso de informação em circulação deve-se a possibilidade de expressão de vozes reprimidas pelos meios de comunicação de massa. “[...] Aqui a máxima é ‘tem tudo na internet’, ‘pode tudo na internet’” (LEMOS, 2006a, p.54).

A segunda lei fala sobre o princípio em rede. Aqui o lema é “a rede está em todo lugar”. Essa segunda lei também é conhecida como princípio da conexão generalizada. Segundo Lemos (2006a), ela tem início com a transformação do computador pessoal (1970) em computador coletivo (com o surgimento e popularização da Internet nas décadas de 1980 e 1990) e no atual computador coletivo móvel (surgido na era da

---

<sup>6</sup> No original: Les trois lois de la cyberculture (LEMOS, 2006b).



ubiquidade<sup>7</sup> e da computação pervasiva<sup>8</sup> do início do século XXI, com a exploração dos celulares e das redes *Wi-Fi*). “Tudo comunica e tudo está em rede: pessoas, máquinas, objetos, monumentos, cidades” (LEMOS, 2006a).

A terceira lei está relacionada com a reconfiguração cultural. A máxima desta lei é “tudo muda, mas nem tanto”. Deve-se evitar a lógica da substituição ou da destruição nas diversas formas de expressão da cibercultura. O que acontece é a reconfiguração de práticas e modelos midiáticos sem necessariamente substituí-los. Lemos (2006a, p. 55) afirma que:

O que chamamos aqui de reconfiguração encontra eco na idéia de “remediação” (*remediation*) de Bolter e Grusin (2002). A idéia de reconfiguração vai, entretanto, além da remediação de um meio sobre o outro (por exemplo o cinema nos jogos eletrônicos e vice-versa). Por reconfiguração compreendemos a idéia de remediação, mas também a de modificação das estruturas sociais, das instituições e das práticas comunicacionais.

Seguindo os preceitos dessas três leis, outra forma de expressão que se desenvolve é a cultura do *copyleft*. Ela surge em oposição aos princípios capitalistas de noção de autor e obra sobre bens tangíveis e intangíveis: o *copyright*. Segundo Lemos (2006a), essa lógica permanece estável até meados do século XX, quando os artistas passam a usar referências a trabalhos de outros artistas no processo de criação. Manifestações dessa filosofia podem ser encontradas nas licenças GPL (*General Public License* - Licença Pública Geral) dos programas de código aberto.

Outra forma é o uso da licença *Creative Commons*<sup>9</sup>, na qual o autor da obra define, antes de divulgá-la, quais os usos que poderão ser feitos dela. Exemplificando: um autor de um livro, ao escrevê-lo, decide que ele poderá ser copiado e distribuído livremente, desde que se façam os devidos créditos autorais. A *Creative Commons* pode prever também o desenvolvimento da obra por parte do público ao qual ela se destina<sup>10</sup>.

É possível notar ainda modificações ocorridas nas práticas comunicacionais bem como nas relações sociais. Dentre as novidades na comunicação, uma das ferramentas que mais se destacaram foi o *e-mail*, ou correio eletrônico, o qual, levando-se em conta

<sup>7</sup> O termo ubiquidade pode ser entendido como a capacidade de estar em vários locais ao mesmo tempo.

<sup>8</sup> Computação pervasiva prevê a transparência na interação entre homem e máquina.

<sup>9</sup> Cf. <<http://creativecommons.org/>>.

<sup>10</sup> A ideia da licença *Creative Commons* pode ser entendida assistindo-se ao vídeo *Get Creative* disponível no endereço eletrônico: <<http://creativecommons.org/videos/get-creative>>.



a terceira lei exposta anteriormente, alterou a lógica dos correios e conectou todo o globo em uma forma de comunicação instantânea e, na maioria das vezes, gratuita. Além do e-mail, outras novas formas de comunicação são as salas de bate-papo, os fóruns e grupos de discussão, e os comunicadores instantâneos, também conhecidos como *Instant Messenger* (IM).

A cibercultura ampliou também as formas tradicionais de comunicação: o jornalismo *online*, as rádios e televisões web, as revistas eletrônicas e sites de informação. Esses são alguns exemplos ressaltados por Lemos (2003, p. 5) aos quais poderia ser adicionado o que vem se chamando de jornalismo participativo ou jornalismo cidadão e o advento das versões digitais de livros, os *e-books*. Sobre esse assunto Lemos (2003, p.5) argumenta:

Trata-se aqui da migração dos formatos, da lógica da reconfiguração e não do aniquilamento de formas anteriores. Não é transposição e não é aniquilação. Estamos mais uma vez diante da liberação do pólo da emissão, do surgimento de uma comunicação bidirecional sem controle de conteúdo. E novos instrumentos surgem a cada dia...

Com relação às novas práticas de relações sociais, Lemos (2003) ressalta que a cibercultura está recheada de possibilidades de se relacionar com o outro e com o mundo, mas que, assim como as formas de comunicação citadas acima, não se trata aqui de substituição das formas de relação social já estabelecidas, como o face a face, telefone, correio, espaço público.

Primo (2007c) criou um mapa mental da cibercultura que resume os principais tópicos relacionados ao assunto<sup>11</sup> (ver Figura 1).

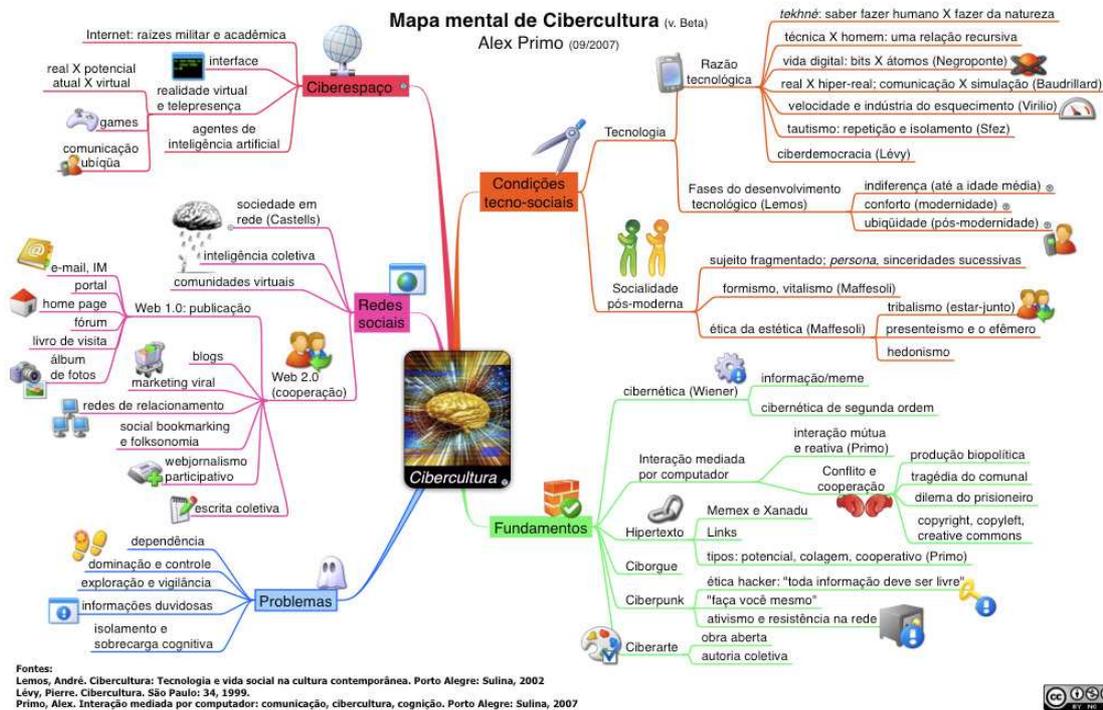
A dependência é o primeiro dos “problemas” elencados por Primo (2007c). Segundo Rocha et al. (2003), a informática está se tornando tão presente na vida das pessoas que elas nem percebem o quanto estão dependentes e, da mesma forma, expostas.

Hoje em dia a vida social de um indivíduo começa fazendo-se o registro de nascimento, passa pela carteira de identidade (RG), cadastro de pessoa física (CPF), carteira de motorista (CNH), além do registro junto às forças armadas e as declarações

---

<sup>11</sup> Os tópicos mais inerentes a este trabalho já foram, ou ainda serão analisados. Os outros, pelo distanciamento com o tema central, e pela limitação de espaço, aparecerão apenas no esquema proposto pelo autor.

de imposto de renda (ROCHA et al., 2003). Apesar dos autores destacarem apenas os registros oficiais, é importante lembrar os registros em lojas virtuais, sites de relacionamento, grupos de discussão, blogs, entre outros.



Fonte: PRIMO, 2007c.

**Figura 1 – Mapa Mental da Cibercultura**

Tais apontamentos remetem a outros problemas como dominação e controle destas informações por parte de quem as detém e exploração e vigilância por parte de quem as deseja, para qualquer que seja o fim.

Além disso, a dominação/controlado também pode ocorrer quando existem relações de poder (como visto anteriormente com relação à política na cibercultura): quando o pai decide dar um celular pré-pago ao filho, está exercendo controle e dominação sobre as ligações; quando uma empresa proíbe o acesso a determinados sites, está também exercendo controle e dominação de seus empregados.

Ainda com relação à dependência, há a chamada dependência de Internet, que se manifesta como uma inabilidade do indivíduo em controlar o uso e o envolvimento crescente com a Internet e com os assuntos afins, que por sua vez conduzem a uma perda progressiva de controle e aumento do desconforto emocional<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Cf.: <<http://www.dependenciadeinternet.com.br>>. Acesso em: 29 ago. 2009.



Com relação às informações duvidosas, Primo (2007a; 2007b) lembra que não é só na Internet que ocorre divulgação de conteúdo errôneo. A mídia tradicional também comete deslizes na publicação. Entretanto, o autor ressalta que na Internet o que conta muito é a reputação, mais do que a credibilidade. A página (ou o blog, alvo da discussão de Primo) deve manter-se fiel ao seu fundamento. Ele argumenta que não se pode cobrar credibilidade de um blog humorístico, por exemplo, no entanto, ele precisa ter reputação junto à sua audiência, por menor que ela seja.

Quanto ao isolamento e a sobrecarga cognitiva, Wolton (2007, p. 104) faz uma crítica ao que ele denominou de “solidões interativas”. O autor observa que exímios internautas e também estudantes de informática e computação se dão muito bem com computadores, mas que por outro lado não se relacionam bem com pessoas. Wolton critica também as pessoas que têm obsessão (ou dependência) por conexão:

Milhares de indivíduos saem assim, celular à mão, correio eletrônico conectado e a secretária eletrônica ligada como última medida de segurança! Como se tudo fosse urgente e importante, como se fosse morrer caso não pudesse ser encontrado a qualquer instante.

Com relação a esses problemas, Lemos (2003, p. 16) ressalta que é preciso analisar com cuidado as relações *online*, pois estas guardam similitudes com as relações de proximidade tipo face a face. Segundo o autor, essas aproximações se dão por que:

[...] desempenhamos todos papéis diferentes em diferentes situações sociais e, nesse sentido, a relação com o outro é sempre complexa e problemática, na rede e fora dela. No fundo, todo o conflito está na contradição entre sermos em função do outro (‘Je est un autre’<sup>13</sup> - Rimbaud) e delegar ao outro nossa (sic) mazelas e problemas (‘L’enfer c’est l’autre’<sup>14</sup> - Sartre).

Neste sentido, pode-se afirmar que é necessário estar atento à potência da Internet, haja vista que o maior uso da rede hoje é para a busca efetiva de conexão social (*e-mail*, listas, fóruns, blogs, entre outros).

Outra ramificação proposta por Primo (2007c) denomina-se “redes sociais”. Segundo Recuero (2009, p. 24), uma rede social pode ser definida como um conjunto de dois elementos: atores e suas conexões. Os atores são os nós da rede, as pessoas, instituições ou grupos. As conexões são as interações e os laços sociais existentes entre

---

<sup>13</sup> Em vernáculo: Eu é outro.

<sup>14</sup> Em vernáculo: O inferno é o outro.



os atores. Como afirma a autora, a rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo, a partir das conexões estabelecidas entre os atores deste grupo. “A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões”.

Dentre as subdivisões propostas por Primo para esta ramificação destaca-se a evolução da web 1.0 para a web 2.0. A principal diferença entre as duas é que a primeira tem um caráter de publicação, ou seja, o conteúdo está ali apenas para ser lido. Já com a passagem para web 2.0, o foco voltou-se à participação do leitor/internauta na produção de conteúdo.

Os blogs e suas variações são o tópico relacionado à web 2.0 mais relevante para este trabalho, assim como o objeto de estudo aqui selecionado, a ferramenta de microblog Twitter.

## **O microblog Twitter**

Os microblogs são uma variante blogs que apresentam algum tipo de limitação do conteúdo seja do tamanho dos arquivos ou na quantidade de caracteres. Orihuela (2007) vê os microblogs como um misto de blog com rede social e comunicador instantâneo<sup>15</sup>.

É blog porque se encaixa nas características vistas na subseção anterior. Possui espaço para comentário, lista de *blogroll* e, principalmente, atualizações frequentes e entrada de conteúdo na ordem cronológica inversa. Já o conceito de rede social se aplica porque os usuários possuem um espaço próprio, bem como uma lista de contatos (atores), com os quais podem interagir (conexões). A ideia de comunicador ou mensageiro instantâneo advém das mensagens curtas e diretas (também com a possibilidade de serem direcionadas a uma pessoa) como acontece nas ferramentas de comunicação instantânea como *Google Talk* e *MSN Messenger*.

Dentre os microblogs existentes, o Twitter é o que possui o maior número de usuários cadastrados, por isso já é considerável o número de publicações relacionadas ao tema, desde guias de uso (CARMONA, 2009; DICAS INFO, 2009; SPYER, 2009) até trabalhos acadêmicos (CAMARGO, 2008; ZAGO 2008; SILVA 2009). Apesar de se

---

<sup>15</sup> No original: “[...] una mezcla de blogging con red social y mensajería instantánea” (ORIHUELA, 2007, *online*)



usar grande parte deste material como base na construção desta seção, não se pretende fazer aqui uma descrição exaustiva do Twitter, no entanto, se buscará apresentar as principais características do serviço.

O Twitter é um serviço de *microblogging* criado em 2006 pela empresa Obvious. A proposta inicial do serviço era que as pessoas postassem o que estivessem fazendo. “*What are you doing?*”<sup>16</sup> era a pergunta da página inicial. Entretanto, o microblog começou a ser usado para as mais diversas finalidades, desde trivialidades até difusão de notícias, temas que vão além de responder a pergunta inicialmente proposta.

Uma das características mais marcantes do Twitter é o fato das suas atualizações (*posts*, também chamadas de *tweets*) possuírem a limitação de 140 caracteres (ou toques). Apesar disso, ele permite que as mensagens sejam enviadas da própria página do Twitter, de *plugins* criados a partir da sua API, de comunicadores instantâneos (IM), e de celulares – via web ou via mensagem de texto (SMS<sup>17</sup>).

Além disso, todos os *posts* são indexados na base de dados em tempo real. Isso permite que as pesquisas sejam feitas considerando-se conteúdos adicionados no momento da sua realização.

Ao criar uma conta no Twitter é possível adicionar uma foto (avatar), um endereço eletrônico e uma pequena biografia. Essas informações, mais o nome da pessoa e o nome de usuário (*username*), são os dados informados por padrão pelo Twitter.

Os usuários, também conhecidos como tuiteiros, possuem, ainda, a opção de proteger suas atualizações (*tweets*). Dessa forma, ao invés de serem publicados livremente na web, seus *tweets* ficam restritos às pessoas que o usuário autorizar: os seus seguidores.

No Twitter a relação dos atores (usuários) acontece baseada na lógica do “siga-me” (*follow*). Se o usuário *Alfa* decidir seguir o usuário *Beta*, ele receberá em sua página inicial os *tweets* de *Beta*. Dessa forma, quanto mais pessoas *Alfa* seguir, mais conteúdo ele receberá em sua página inicial. Da mesma forma que *Alfa* segue as pessoas que escolher (*following*), ele também pode ter pessoas que o sigam (*followers*), uma

---

<sup>16</sup> Em vernáculo: O que você está fazendo?

<sup>17</sup> SMS: Sigla em inglês para *Short Message Service* (Serviço de Mensagens Curtas). Tecnologia utilizada na transmissão de mensagens de texto entre telefones celulares.



delas pode ser ou não *Beta*.

Uma forma de comunicação privada entre os atores são as mensagens diretas (*Direct Messages*, ou simplesmente “*DMs*”) que são visíveis apenas pelos dois atores envolvidos (emissor e receptor), entretanto, um ator só consegue enviar uma “*DM*” se o receptor for seu seguidor.

Além das “*DMs*”, existem outras expressões que foram convencionadas pelos usuários do Twitter para padronizar suas conversas. O uso de uma @ (arroba) seguida do nome de um usuário indica uma resposta ou uma referência a esse outro usuário<sup>18</sup>.

Para manter uma coerência nas conversas, passou-se a usar o sinal # (*hash*, em inglês) para indicar o tema do *post*. A união do sinal # e uma expressão recebe o nome de *hashtag*. Dessa forma, os usuários sabem, de maneira mais fácil, do que trata o texto da atualização. Algumas *hashtags* famosas no Twitter são: #MusicMonday, usada para sugerir uma música nas segundas-feiras, a #FollowFriday, criada para que os tuiteiros indicassem pessoas para seus seguidores também seguirem, e a #NowPlaying, usada para informar o que o tuiteiro está executando naquele momento.

Outra prática comum no Twitter é o RT, que significa “retuitar”. A principal finalidade aqui é passar informações recebidas adiante, dando sempre o crédito ao autor do *post*. Existem duas formas de “retuitar” um *tweet*. A primeira é usar a expressão RT”, seguida do @*username* do autor, e depois a mensagem em si. Como a prática do RT é bastante comum o Twitter desenvolveu um botão que aparece ao lado dos tweets recebidos, uma maneira mais prática.

Como o espaço para escrever é limitado, grande parte dos *posts* possui *links* para páginas externas e como a inserção deles usa o limite de caracteres, é comum usar ferramentas de compactação de URLs para economizar espaço. Essas URLs compactadas recebem o nome de *microlinks*.

No Twitter, há ainda um espaço denominado “*Trending Topics*”, o qual relaciona as expressões mais tuitadas em tempo real. Os “*TTs*” não relacionam apenas *hashtags*, mas palavras simples e compostas também. Existem versões locais para os “*TTs*”, como para o Brasil (TTBr), por exemplo.

Como última característica marcante do Twitter, pode-se destacar o fato de o

---

<sup>18</sup> A @ é usada pelos usuários para se manter conversas curtas, visto que para conversas mais longas existem ferramentas mais eficientes como os *Instant Messengers* (IM).



serviço permitir o acesso a sua base de dados por meio da abertura de uma Interface de Programação de Aplicativo (API). Essa abertura proporciona a criação de *softwares* e aplicativos (*plugins* e *mashups*) voltados para facilitar a operação do serviço, ou mesmo para outros fins.

### **A Relação entre o Twitter e a Cibercultura**

Para classificar o Twitter na *cibercultura*, basta perceber que ele reúne características da terceira fase de desenvolvimento apontada por Lemos (2004), tanto com relação à *comunicação e à informação digitais*, quanto à *ubiquidade* manifestada pela capacidade de realizar atualizações de qualquer lugar, inclusive de fora da web, utilizando mensagens SMS, por exemplo.

Com relação ao conceito de *cibercidades*, pode-se destacar a apropriação do Twitter por parte dos órgãos públicos, inclusive algumas prefeituras, como a de São Paulo<sup>19</sup>. A abertura de uma conta no Twitter representando uma organização pública pode servir tanto para divulgação de material informativo (assessoria de comunicação), como também para estimular a participação pública, fomentando, assim, o debate.

Quanto às manifestações da *política na cibercultura*, apesar da impossibilidade de controle e perseguição, ainda assim é possível que haja o monitoramento dos *posts* por algum indivíduo mal intencionado, afinal as pessoas podem escrever o que quiserem e algumas publicam intimidades sobre sua vida particular.

O *ciberativismo* também não está excluído do Twitter. Para cada movimento, em geral, é atribuída uma *hashtag*, presente em todos os *posts* relacionados ao movimento. Foi assim no caso do movimento relacionado às eleições no Irã (*#iranelections*<sup>20</sup>) e também no movimento *#ForaSarney*<sup>21</sup>.

Seguindo a tendência do *copyleft* e da *creative commons*, o Twitter é um serviço gratuito. Entretanto, a principal contribuição para a possibilidade de disseminação do serviço está no fato de a empresa abrir sua base de dados através da Interface de Programação de Aplicativo (API).

---

<sup>19</sup> Cf. <<http://twitter.com/prefeituraSP>>.

<sup>20</sup> Cf. <<http://search.twitter.com/search?q=%23iranelection>>.

<sup>21</sup> Cf. <<http://search.twitter.com/search?q=%23forasarney>>.



Alguns *problemas* podem ser encontrados no Twitter, como a *dependência*, e a *vigilância*. Mas dois são os mais recorrentes: a *sobrecarga cognitiva* e as *informações duvidosas*. A *sobrecarga* pode acontecer ao se seguir um número muito grande de pessoas, despendendo-se assim muito tempo para ler todas as atualizações. As *informações duvidosas* estão presentes, principalmente porque não há como saber para onde aponta um *microlink* postado.

Relembrando as *três leis da cibercultura*, pode-se notar a *liberação do pólo de emissão* nos blogs em geral e, conseqüentemente, no Twitter. O *princípio em rede* e a *conexão generalizada* exprimem-se na hospedagem do serviço na web e na possibilidade de fazer atualizações de qualquer lugar, via aplicativos móveis e mensagens de texto (SMS). Já a *reconfiguração cultural* pode ser notada no número de adeptos ao microblog e a presença de empresas e organizações públicas e, principalmente, na apropriação do serviço por parte das empresas de comunicação.

### **Considerações Finais**

Tendo em vista o referencial teórico adotado, percebe-se que o Twitter pode ser considerado uma ferramenta típica da cibercultura. Ele reúne várias das características inerentes à referida teoria, como foi apontado na seção anterior, principalmente ao que se refere às “três leis da cibercultura” propostas por Lemos (2006b).

É necessário ressaltar, no entanto, que não foram abordadas todas as possíveis relações entre o Twitter e a teoria da cibercultura e sim as possíveis de acordo com o referencial teórico adotado.



## Referências

BIVAR, Antonio. **O que é punk**. São Paulo: Brasiliense, 2006. (Coleção Primeiros Passos).

CAMARGO, Raquel Graciele. **A interação enquanto características comum entre blogs e twitter**. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social - Jornalismo), Centro Universitário Newton Paiva, 2008.

CARMONA, Tadeu. **Tudo o que você precisa saber sobre Twitter**. São Paulo: Digerati Books, 2009.

**DEPENDÊNCIA de internet**. [200-]. Disponível em:  
<<http://www.dependenciadeinternet.com.br/article/archive/2/>>. Acesso em: 29 ago. 2009.

**DICAS INFO: twitter**. São Paulo: Abril, n. 67, ago. 2009.

FAGUNDES, Renan Dissenha; MICHELSON, David. **Twitter completa quatro anos**. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/1,,EMI128003-15224,00.html>>. Acesso em: 24 mar. 2010.

**Get Creative**. Produção de Creative Commons Corporation. 2008. 6min e 36seg. Disponível em: <<http://creativecommons.org/videos/get-creative>>. Acesso em: 29 ago. 2009.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras** – Estudos midiáticos, São Leopoldo – RS, v. 7, n. 3, art. 06, set/dez 2005. Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/fronteiras/article/view/3120/2930/3120-9303-1-PB.pdf>>. Acesso em: 27 ago. 2009.

LEMOS, André. Cibercultura: Alguns pontos para entender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Orgs.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 11-23.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004. (Coleção Cibercultura).

LEMOS, André. Ciber-cultura-remix. In: ARAUJO, Denize Correa (Org.). **Imagem (ir)realidade: comunicação e cibermídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006a. p. 52-65.

LEMOS, André. Les trois lois de la cyberculture. Libération de l'émission, principe en réseaux e réconfiguration culturelle. **Revue Société**, Bruxelas, n. 91, p. 37-48, 2006b. Disponível em <[www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remixfr.pdf](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remixfr.pdf)>. Acesso em: 16 set. 2007.

LEMOS, André. Lixo ou luxo na cibercultura? Origens e atualidades da cultura “Digital Trash”. In: PEREIRA, Vinicius Andrade, (Org.). **Cultura digital trash: linguagens, comportamentos e desafios**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007. Disponível em: <[www.andrelemos.info/artigos/digital\\_trash.pdf](http://www.andrelemos.info/artigos/digital_trash.pdf)>. Acesso em: 26 mar. 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. (Coleção TRANS).

ORIHUELA, José Luis. **Twitter y el boom del microblogging**. 2007. Disponível em <<http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/super-sitios/twitter-y-el-boom-del-microblo.php>>. Acesso em 29 ago. 2009.



PRIMO, Alex. **A relevância e credibilidade de blogs – parte 1.** 2007a. Disponível em <<http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2007/09/10/a-releva-226-ncia-e-credibilidade-de-blo-1/>>. Acesso em: 29 ago. 2009.

PRIMO, Alex. **A relevância e credibilidade de blogs – parte 2.** 2007b. Disponível em <<http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2007/09/18/a-releva-226-ncia-e-credibilidade-de-blo-2/>>. Acesso em: 29 ago. 2009.

PRIMO, Alex. **Mapa mental de cibercultura.** v. beta. 2007c. Altura: 662 pixels. Largura: 1029 pixels. Resolução: 96 dpi. Formato JPG. Disponível em: <<http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2007/09/25/mapa-mental-de-cibercultura/>>. Acesso em: 29 ago. 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

ROCHA, Anderson de Rezende et al. **Os impactos da informática:** implicações sobre os indivíduos e a cultura. 2003. Disponível em: <<http://www.ic.unicamp.br/~rocha/grad/src/informaticsImpactsOnPeople.pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2009.

SILVA, Maurílio Luiz Hoffmann da. **O Twitter como ferramenta de comunicação da Cibercultura.** Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social - Jornalismo), Universidade Federal do Tocantins, 2009.

SPYER, Juliano. **Tudo o que você precisa saber sobre Twitter** (você já aprendeu em uma mesa de bar): um guia prático para pessoas e organizações. 2009. Disponível em: <<http://www.talk2.com.br/geral/baixeo-guia-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-twitter/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

WOLTON, Domenique. **Internet, e depois:** uma teoria crítica das novas mídias. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007. (Coleção Cibercultura).

ZAGO, Gabriela da Silva. **Jornalismo em Microblogs:** Um Estudo das Apropriações Jornalísticas Do Twitter. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social - Jornalismo), Universidade Católica da Pelotas, 2008.