



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - CFH  
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Dalila Floriani

***SEGUINDO MINHA PARTICIPAÇÃO NO TWITTER***

*Descrição da experiência e interações vivenciadas a partir do Twitter*

Florianópolis

2010

Dalila Floriani

***SEGUINDO MINHA PARTICIPAÇÃO NO TWITTER***

*Descrição da experiência e interações vivenciadas a partir do Twitter*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Sociais sob orientação do Professor Doutor Theophilos Rifiotis.

Florianópolis  
2010

**DALILA FLORIANI**

***SEGUINDO MINHA PARTICIPAÇÃO NO TWITTER***

*Descrição da experiência e interações vivenciadas a partir do Twitter*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais, aprovado em 09/07/2010 pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

---

Prof. Dr. Theophilos Rifiotis (Orientador)

Departamento de Antropologia, UFSC

---

Doutorando Jean Segata

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, UFSC

---

Prof. Dra. Maria José Baldessar

Departamento de Jornalismo, UFSC

---

Prof. Dra. Maria Elisa Máximo

Associação Educacional Luterana Bom Jesus, IELUSC

Florianópolis  
2010

## AGRADECIMENTOS

Neste momento significativamente importante de minha trajetória acadêmica – e pessoal –, agradeço imensamente meus pais: José e Juceli. Por toda a (contínua) dedicação em me prover de educação em todos os sentidos, mostrarem-me, com seus exemplos de vida, o quão importante é estudar, respeitarem minhas escolhas e serem sempre meu maior ponto de apoio. Agradeço também a minha mãe por, mesmo sem entender – e tentei explicar – o que “é afinal esse Twitter?” apoiou e valorizou meu trabalho e a meu pai pela delicadeza e paciência de me perguntar o que eu estava estudando e ouvir minhas explicações, ver exemplos de *Twitters* e ainda achar interessante!

Agradeço também as minhas irmãs: Mirele e Taciana por serem minhas irmãs e escolherem serem minhas maiores amigas. Obrigada também ao cunhado “Gilzinho” por ouvir meu projeto de trabalho, não sem muito café, é claro, e ter me dito que era muito importante.

A “tia” e o “tio” (João e Regina) por terem sido muito importantes no meu processo de mudança para Florianópolis, sempre me apoiarem e ajudarem (os almoços e a companhia – tão bons – eram sempre “injeções de ânimo”). Obrigada pela presença inestimável.

Agradeço a todos os meus amigos – que o sabem que são – pela amizade e conseqüentemente, apoio.

Ao Fernando, por encher minha vida de poesia, dividir comigo os dias de felicidade (e de insônia), e, pacientemente, me ler. Por esticar meus horizontes e tornar os amanheceres sempre dias mais bonitos.

Agradeço especialmente ao Professor Theophilos Rifiotis por todos os ensinamentos, por toda ajuda, por aceitar orientar esse trabalho contribuindo sobremaneira para a consolidação dessa etapa de minha trajetória acadêmica. Obrigada pela dedicação, por me ensinar a ter / ver outros olhares / objetos e por ter sido tão presente com leituras, debates e sugestões.

Aos colegas do GrupCiber, a qual integro com muito orgulho. Maria Elisa Máximo, foram seus os primeiros trabalhos de Antropologia do Ciberespaço que tive contato e me inspiraram, obrigada também pela conversa animada e motivadora no Simpósio da ABCiber. Jean Segata, sua participação na Banca de Qualificação do projeto foi importantíssima, me ajudou a repensar. Agradeço também as indicações bibliográficas sempre pertinentes, as contribuições na disciplina de Cibercultura e Redes Sociotécnicas, as leituras, as conversas e os exemplos. Agradeço também ao amigo Alberto Lung pelos conversas “ao vivo” ou “virtuais”, pelo compartilhamento de questões e discussões de nossos trabalhos, sempre muito esclarecedoras e motivadoras para continuar.

Estendo também os agradecimentos ao professor Alberto Groisman que, além de ter sido o professor da disciplina de Estágio II contribuindo muito para o processo de elaboração do TCC com valiosas “dicas” de como proceder, como organizar-se, participou também da banca da minha qualificação do projeto, tendo fundamental participação no processo de repensar o trabalho, as questões pertinentes.

Agradeço novamente a Jean Segata e também Professora Maria José Baldessar por terem participado da pré-banca deste meu trabalho contribuindo para que eu pudesse rever algumas questões fundamentais: foi um momento importante de debate.

Agradeço também ao @evebreal, meu “amigo twittero” que me ajudou a desvendar vários “segredos do Twitter”, contribuindo para que eu vivenciasse mais intensamente a experiência de participar do Twitter.

Por fim, agradeço aos atores não humanos de meu trabalho, que tiveram participação, muitas vezes, ativas e determinantes para o desenvolvimento de minha experiência: meu computador, conexão da internet, Twitter...

## **RESUMO:**

Este trabalho procura descrever algumas interações ocorridas no chamado ciberespaço a partir de uma experiência pessoal ao participar do *Twitter*, um dispositivo de comunicação e interação conectado à internet. Baseado na Teoria do Ator-Rede (TAR), de Bruno Latour e adotando as perspectivas teórico-metodológicas do constante repensar etnográfico ao *experenciar*, este TCC desenvolveu-se a partir da criação e manutenção de um perfil no *Twitter*. A experiência de campo deu-se segundo as orientações de um plano de 30 dias de como “dominar” o Twitter, com sugestões para serem seguidas a cada dia. O trabalho objetiva descrever e discutir as interações e desdobramentos estabelecidos a partir dessa experiência, na tentativa de identificar algumas características e modos de atuação chaves a partir do *Twitter*.

### **Palavras-chave**

Internet ; Teoria do Ator-Rede ; Sociotécnico ; Ciberespaço ; Twitter.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	07
2. PERSPECTIVAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS .....	15
2.1 <i>Descrevendo e rastreando</i> modos de experienciar .....	18
2.2 A decisão de estudar o <i>Twitter</i> .....	22
3. DESCRIÇÕES – Minha experiência a partir do <i>Twitter</i> .....	26
3.1 A experiência de ler e seguir o livro .....	28
3.2 Antes do primeiro <i>Tweet</i> : o <i>Twitter</i> .....	34
4. PARTICIPAÇÃO – Minhas interações a partir do <i>Twitter</i> .....	38
4.1 O (des)cumprimento do plano de 30 dias .....	40
4.2 Plano de 30 dias para “dominar” o <i>Twitter</i> .....	41
4.3 A experiência de minha experiência .....	80
5. A MÁQUINA DE CHILREAR .....	82
5.1 Considerações sobre o Twitter – de minha experiência .....	83
5.2 Considerações sobre a minha experiência.....	87
REFERÊNCIAS .....	89

“Agora não estava mais submetido ao que acabara de viver, mas o que acabara de viver estava submetido ao que acabara de escrever.”

Milan Kundera. *A vida está em outro lugar*. 1991

## 1. INTRODUÇÃO

Em 14 de dezembro de 1999 eu concluí o curso de datilografia ou – como se dizia na época, para marcar a rápida substituição das máquinas de escrever pelos computadores – “curso de digitação no teclado”. Já possuíamos computador em minha casa e eu sabia digitar com certa destreza; porém, meus pais consideravam que seria fundamental para “meu futuro” que eu soubesse “datilografar corretamente”; além do que, minha irmã mais velha já havia feito o curso, só que em máquinas de escrever. Aprendi as técnicas de digitação, no entanto, em uma realidade bastante diferente da qual minha irmã havia aprendido, sobretudo porque o editor de texto *Microsoft* permitia que eu apagasse os erros, o que não era tão simples nas máquinas de escrever. Minha professora de digitação ainda estava se adequando à utilização dos computadores e se mostrava um pouco receosa com “até onde as tecnologias poderiam chegar”. Certo dia, ela me contou sobre falácias de que o computador seria a próxima “maldição da humanidade”, mas me tranquilizou dizendo que podíamos ficar “despreocupadas”, pois se o computador se tornasse “um monstro” bastava tirá-lo da tomada.

Alguns anos depois, com a popularização da internet – que chegou ao Brasil em 1989 (MÁXIMO, 2003) –, meu interesse e curiosidade acerca das temáticas que envolviam as modalidades da chamada Comunicação Mediada por Computador (CMC)<sup>1</sup> aumentaram consideravelmente; sobretudo por perceber que muitos dos meus amigos passavam a se utilizar cada vez mais das possibilidades comunicacionais engendradas a partir da internet.

Segata, logo no preâmbulo de seu trabalho sobre *Orkut*, afirma que

com o desenvolvimento das interfaces, a popularização dos computadores, a utilização civil da internet e com a sua expansão –

---

<sup>1</sup> A maioria das análises poderia ser mais bem designada por “Comunicação Intermediada por Computador” (CIC), uma vez que o termo “mediador” implica mediação, logo transformação, produção de diferenças nas relações por parte, no caso, do computador. No entanto, a maioria dos trabalhos situa o computador como “intermediador” das relações, assumindo um papel de “transmissor das informações”, como se o fato de as informações estarem sendo trocadas a partir de um computador não alterasse o seu *status*, sua maneira. Procura-se desenvolver aqui um trabalho que defina-se nos termos de uma Comunicação Mediada por Computador (CMC).

correios eletrônicos (*e-mail*), salas de bate-papo (*chats*), os compartilhadores de arquivos compactados de música e vídeo (*formato mp3*), as listas de discussão, as “comunidades virtuais” e, mais recentemente, os sistemas de comunicação e interação em tempo real por meio de texto, voz, ou vídeo (*MSN, skype, webcams*), além dos “diários” e “álbuns de fotos *on-line*” (*blogs, photologs*) e “sites de relacionamento”, como o orkut [...] – o ciberespaço vem sendo cada vez mais construído no cotidiano das pessoas na contemporaneidade. (2008b, p. 26, grifos do autor)

Eu e vários amigos acompanhamos e fizemos uso cotidianamente de muitos dos dispositivos<sup>2</sup> supracitados. Quando grande parte deles surgiu ou ficou conhecido eu estava em fase escolar; o que pressupunha, ao menos em meu grupo, uma célere socialização das informações técnicas necessárias para utilizar esses novos recursos e a possibilidade de atuar a partir de outros *espaços* de sociabilidade.

Diante de tantas inovações tecnológicas e novos ensejos de socializar-se, eu me questionava acerca das relações das pessoas com essas intensas transformações. No entanto, não encontrava nada além do que meu próprio eco e de matérias jornalísticas que apresentavam previsões fantásticas ou assustadoras. Digamos que meus amigos e meus círculos de convivência não estavam tão preocupados em refletir sobre os tais aspectos que eu julgava tão presentes e urgentes.

Ao iniciar a graduação – licenciatura em Ciências Sociais na Fundação Universidade Regional de Blumenau – entrei em contato com trabalhos acadêmicos que versavam sobre comunicação e novas mídias. O que era uma curiosidade passou então a ser uma vontade de pesquisa. Realizei um pequeno trabalho sobre os *photologs* para uma disciplina de antropologia que exigia um esforço de trabalho de campo, o que fiz criando e mantendo um *photolog* por certo período. Com essa pequena experiência, as temáticas ligadas ao contexto da internet passaram a me inquietar ainda mais.

Após concluir a licenciatura, passei a cursar o bacharelado em Ciências Sociais na Universidade Federal de Santa Catarina. Nessa Universidade tive a oportunidade de entrar em contato com o Prof. Dr.

---

<sup>2</sup> A noção de “dispositivo” refere-se aqui não apenas ao *software* ou *hardware*, mas a esses “espaços” e suas potencialidades como um todo. Tal conceituação será detalhada mais adiante.

Theophilos Rifiotis e o Grupo de Estudos em Antropologia do Ciberespaço (GrupCiber) integrado ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina. Tal contato propicia e culmina no presente Trabalho de Conclusão de Curso, que está vinculado às pesquisas desenvolvidas no grupo. Esse esforço consolida, portanto, o início de minha efetiva trajetória nos estudos de *Cibercultura*, tema que há tanto tempo me desperta interesse.

Compreende-se, portanto, nesse trabalho, que a *cibercultura* pode ser entendida “em sentido amplo, como categoria referente às configurações socioculturais contemporâneas articuladas por tecnologias e redes digitais”, conforme definição apresentada pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber)<sup>3</sup>. Nesse sentido, os estudos acerca dessa temática abrem a possibilidade de refletir acerca da conjugação de novas tecnologias, novas mídias e seus diversos usos a partir do *ciberespaço*. O GrupCiber, desde o início de suas pesquisas, tem como uma de suas preocupações centrais justamente essa reflexão. Guimarães (1999), ao discutir o ciberespaço como um cenário para as ciências sociais, afirma que esse termo pode ser “definido como *locus* virtual criado pela conjunção das diferentes tecnologias de telecomunicação e telemática, em especial, mas não exclusivamente, as mediadas por computador”, e que o ciberespaço assim definido

configura-se como um *locus* de extrema complexidade, de difícil compreensão em termos gerais, cuja heterogeneidade é notória ao percebermos o grande número de ambientes de sociabilidade existentes, no interior dos quais se estabelecem as mais diversas e variadas formas de interação, tanto entre homens, quanto entre homens e máquinas e, inclusive, entre máquinas.<sup>4</sup>

Desafiar-se a pensar o *ciberespaço* é, portanto, estar atento à heterogeneidade desse *locus*, aceitar a prerrogativa de variabilidade das interações e abrir-se a

---

<sup>3</sup> Disponível no site da ABCiber <[http://abciber.org.metas\\_objetivos1024.html](http://abciber.org.metas_objetivos1024.html)>, acessado em 05/09/09.

<sup>4</sup> Disponível em: <[http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/ciber\\_cenario.html#n7](http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/ciber_cenario.html#n7)>, acessado em 10/06/09.

um campo de estudos intensamente dinâmico e que exige repensar a própria prática de pesquisa constantemente<sup>5</sup>.

Já é de grande monta as discussões acerca das mudanças e relações a partir do uso da internet. Vários trabalhos a respeito do ciberespaço, da utilização e impactos da internet, sobretudo a partir dos anos 90, foram sendo acumulados. Podemos perceber, grosso modo, posições bastante polarizadas na maioria dos trabalhos produzidos, como apresenta Rifiotis:

digamos que a análise dos fenômenos ligados à “cibercultura”, devido a sua atualidade e centralidade, tende a ser muito polarizada em termos como os de Pierre Lévy (“virtualização” e “inteligência coletiva”, enfatizando os aspectos interativos, a autonomia, a democracia e o nascimento de uma nova sociedade), ou aqueles de *voyeurismo* e controle como para Paul Virilo. (2008, p. 21)

Pode-se dizer, portanto, que em um dos pólos desse debate predomina uma visão “catastrofista”, na qual a internet assumiria um papel de controle exacerbado. Além de Paul Virilo, um dos autores que assume tal postura é Jean Baudrillard. Ele concebe a internet de maneira totalmente negativa e apocalíptica. Baudrillard considera que não somos nós quem pensamos o virtual; mas sim que somos pensados por ele: a potência de agência que o virtual possui supera a nossa. O autor afirma que “a extensão incondicional do virtual (...) determina a desertificação sem precedentes do espaço real e de tudo que nos cerca” (1997, p. 24). É predominante, pois, em tal compreensão, uma *negativização* do virtual por considerar que ele pode *substituir a vida real* por uma *vida espectral*.

No outro pólo dessa discussão; que seria o “não catastrofista”, no qual há uma ênfase dos aspectos interativos e democráticos oriundos da popularização da internet; Pierre Lévi, logo na introdução do seu conhecido *O que é o Virtual?*, admite uma postura otimista:

---

<sup>5</sup> Rifiotis (2003) nos lembra que no estudo das interações mediadas por computador a Antropologia tem se defrontado com uma série de desafios teórico-metodológicos, e que as interrogações suscitadas por esses desafios reafirmam a necessidades de aprofundarmos os debates em torno dos problemas cruciais da disciplina, avançando, assim, a compreensão da natureza do conhecimento antropológico.

deve-se temer uma desrealização geral? Uma espécie de desaparecimento universal, como sugere Jean Baudrillard? Estamos ameaçados por um apocalipse cultural? Por uma aterrorizante implosão do espaço-tempo, como Paul Virilio anuncia a vários anos? Este livro defende uma hipótese diferente, não catastrofista: entre as evoluções culturais em andamento nesta virada do terceiro milênio – e apesar de seus inegáveis aspectos sombrios e terríveis –, exprime-se uma busca da hominização (1996, p. 11).

Para ele, “o virtual não ‘substitui’ o ‘real’, ele multiplica as oportunidades para atualizá-lo” (2008, p. 88). De modo que se percebe, nessa perspectiva, uma exaltação às potencialidades engendradas pelo virtual ovacionando uma “sociedade mais democrática” – pois a informação, nesse caso, seria mais bem distribuída a partir da internet – e até mesmo uma “evolução cultural em busca de uma hominização”.

Rifiotis, ao discorrer sobre tal polaridade teórica, afirma que “os discursos dos “que viam o nascimento de um novo mundo com acesso mais democrático à comunicação e à informação, [...] eram chamados de ‘apologéticos’” enquanto os “‘apocalípticos’, [seriam] aqueles que viam um processo de segmentação e homogeneização” (2003, p. 05). Diante de tal dicotomia, Rifiotis (2008) afirma a opção adotada pelo GrupCiber de

nos perguntar se teríamos que tomar posição entre um pólo e outro, aceitando uma oposição pré-configurada e uma competição entre aquelas duas correntes. Entendemos que se trata de um dilema cujo posicionamento, de princípio, nos afastaria daquilo que efetivamente os sujeitos sociais fazem no seu cotidiano (...). A nossa solução, digamos assim, é antropológica, ou seja, procuramos estudar os sujeitos sociais em contexto do exercício da chamada “cibercultura” através da chamada “observação direta e participante” e num sentido mais amplo da etnografia. (...) mostramos a pertinência de estudar a “cibercultura” a partir da dimensão vivencial dos sujeitos, sem necessidade daquele alinhamento teórico.

Portanto, e segundo Rifiotis (2003), essa polaridade teórica, e até ideológica, vem perdendo sua centralidade e, atualmente, as posições são mais nuançadas, afinal, nos últimos anos acumulou-se de modo significativo “trabalhos específicos sobre as modalidades de interação concreta *na* e *pela* Internet, ou seja, a produtividade social no ciberespaço” (*ibidem*, p. 06).

O que se pretendeu observar na realização desse trabalho foi, portanto, essa perspectiva sugerida por Rifiotis de “retomar as interrogações básicas sobre como se dão as interações nesse espaço” (*idem*), e não optar por decidir se a internet seria a próxima – ou atual – *maravilha* ou *maldição*. Ou ainda, como sugere Segata, também do GrupCiber,

caminhar-se-ia para uma posição onde se levaria em consideração a possibilidade de uma hibridez [...] das fronteiras entre aquilo que pode ser compreendido como apocalíptico, ou apologético, ou seja, não seria nem tanto uma coisa, nem tanto outra e, quem sabe, mais complexamente, as duas ao mesmo tempo. (2008b, p. 28-29)

No interior das muitas inovações que podem ser percebidas no ciberespaço, uma das que tem gozado grande destaque e utilização, seja pelo elevado e crescente número de usuários que computa, seja a partir da intensa utilização que muitos atores dispensam, seja ainda pela quantidade de informação que é gerada, é o **Twitter**<sup>6</sup>.

O Twitter é, normalmente, caracterizado como um “serviço de microblog” por permitir mensagens curtas e atualizações rápidas. O’Reilly e Milstein<sup>7</sup> o definem como

um serviço de mensagens que tem as mesmas características que outras ferramentas de comunicação que você já utiliza. Possui elementos similares ao e-mail, MSN, mensagens de texto, blogs, RSS, redes sociais, entre outros. Mas alguns poucos fatores, particularmente combinados o transformam em uma ferramenta única (p. 15)

A opção pela escolha do Twitter<sup>8</sup> como “objeto” ou ponto de partida desse estudo está situada nas imensas e intensas possibilidades que podem ser

---

<sup>6</sup> <www.twitter.com>.

<sup>7</sup> Tal definição é apresentada no livro intitulado “Desvendando o Twitter – O guia definitivo da ferramenta que está revolucionando a comunicação em todo o mundo”. Há, no mercado editorial, uma grande quantidade de “livros-guia” sobre o Twitter, como será tratado mais adiante. As principais características e dinâmicas do Twitter serão apresentadas no Capítulo 3 deste trabalho.

<sup>8</sup> Optou-se por apresentar definições e explicar o funcionamento do Twitter mais detalhadamente no capítulo dedicado à descrição da minha experiência. Esta estratégia é

criadas e seguidas a partir dos usos. Além de que o Twitter, contemporaneamente, é um dispositivo que conta com intensa, em termos numéricos, utilização e potencializa singulares e inúmeras dimensões vivenciais da experiência na internet (Rifiotis, 2008). Como o Twitter goza de intensa mobilidade<sup>9</sup> e é possível que encontremos conexão de internet sem fio em muitos lugares – inclusive ambientes públicos, como *shoppings*, cafés, Universidades, até mesmo em praças públicas –, assim como temos computadores portáteis e com baterias, podendo-se ter autonomia em relação às tomadas por várias horas. Diante de tal realidade, parece-me que apenas “tirar o computador da tomada” como garantiu a minha professora de datilografia não significa não estar mais “ligado”, “conectado” a ele. No entanto, ao contrário de minha antiga professora, não percebo tal realidade de maneira tão assustadora, mas considero que tais mudanças, tal presença deva ser refletida, estudada.

O objetivo central do presente trabalho é a descrição da experiência que desenvolvi ao longo do trabalho de campo, que consistiu em seguir as sugestões presentes no “plano de 30 dias para dominar o Twitter” do livro “O poder do Twitter: Estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um *tweet* por vez”<sup>10</sup> de Joel Comm e Ken Burgue. Para cada um dos trinta dias do guia há atividades e sugestões específicas para construir um “Twitter poderoso” – que seria um Twitter “popular”, com muita adesão.

Não se pretende enquadrar este trabalho no interior de alguma teoria específica ou demonstrar como as interações que ocorrem no Twitter podem ser definidas a partir de conceitos particulares. Pretende-se, ao contrário, descrever minha experiência<sup>11</sup> de campo e, a partir dela, destacar usos e possibilidades cotidianas do Twitter, àquelas que eu vivenciei ou “assisti”. Tal determinação vai ao encontro das perspectivas teóricas da Teoria do Ator-

---

coerente com as perspectivas teórico-metodológicas adotadas nesse trabalho e que serão apresentadas no próximo capítulo.

<sup>9</sup> Uma vez que é possível compartilhar mensagens também a partir de telefones celulares.

<sup>10</sup> O livro será exposto e problematizado, enquanto estratégia para o trabalho de campo no capítulo três que será dedicado à experiência de campo desenvolvida.

<sup>11</sup> Em seus próprios enredos, contextos.

Rede desenvolvida por Bruno Latour (2008), sobretudo no sentido de não pressupor de antemão – sem conhecê-los – os atores da minha experiência, mas percebê-los ao longo dela, no momento mesmo em que vão surgindo e demonstrando agência. Pretende-se, também, que o trabalho tenha uma orientação que privilegie o sociotécnico, ou seja, possa perceber a agência de atores também não-humanos ao longo da experiência, evidenciando-se a tanto características “sociais” quanto “técnicas”.

Evidencia-se e destaca-se que este trabalho é de cunho experimental, constitui-se em um ensaio, uma busca de alternativas para pensar a prática antropológica relativa à cibercultura que possa “dar conta” de seus múltiplos e concomitantes aspectos; e, de certo modo, pioneiro. Situa-se também em um primeiro esforço sistemático de minha formação acadêmica. Pretende-se que este esforço possa possibilitar e ampliar o aprofundamento das questões teórico-metodológicas em outros níveis de pesquisa.

O próximo capítulo “Perspectivas teórico-metodológicas” apresenta as principais noções que orientaram a produção deste trabalho, procurando discutir o modo através do qual a descrição foi engendrada e transformada em um relato etnográfico. O terceiro capítulo “Descrições – minhas experiências a partir do Twitter” apresenta e problematiza o “livro-guia” que utilizei para inspirar minha participação no Twitter, assim como apresenta algumas características e possibilidades técnicas do Twitter. Em seguida, o quarto capítulo “Participação – minhas interações a partir do Twitter” é dedicado à descrição da minha participação no Twitter, no qual apresento minha trajetória no Twitter. Por fim, o último capítulo “A máquina de chilrear” apresenta algumas considerações sobre o Twitter e minhas experiências ao participar desse dispositivo.

## 2. PERSPECTIVAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

As questões teórico-metodológicas pertinentes a qualquer campo de pesquisa são fundamentais e determinantes para realizações de estudos científicos. Tais questões estão particularmente presentes nas pautas de preocupações e reflexões da Antropologia, sobretudo ao se pretender a produção de uma “etnografia” que implica em “observar” para “narrar” ou “descrever”. Portanto, a *maneira*, o *modo* como se observa influencia diretamente na produção do conhecimento antropológico.

A observação e *presença* – para narrar ou etnografar – enquanto marcas distintivas da disciplina foram intensificadas a partir do trabalho de Malinowski, especialmente com a famigerada obra “Os Argonautas do Pacífico Ocidental”. Como assinala Clifford (1998), ao destacar as distinções da Antropologia a partir da pesquisa realizada entre os trobriandeses, ela passa a contar com métodos ou elementos teórico-metodológicos a fim de pensar seu próprio fazer, dentre os quais: a validação da pesquisa pela estadia no *campo*, a centralização das observações nos próprios nativos, o uso da língua local etc. A partir dessas noções, muitos estudos antropológicos passam a requerer o estatuto de *deslocamento* físico para validação dos trabalhos – a *autoridade etnográfica*. Podemos aferir, desse modo, que as questões teórico-metodológicas próprias da Antropologia são constantemente repensadas e *atualizadas*.

Outra grande mudança constitutiva da disciplina é apresentada e discutida por Rifiotis (2002): a expansão do campo de análise e intervenção ocorridas nos anos 70-80, quando os antropólogos anunciavam que se dedicariam cada vez mais ao estudo das “sociedades urbano-industriais”. O autor traça um paralelo dessa mudança com as questões e desafios teórico-metodológicos surgidos a partir do estudo das interações mediadas por computador – que são intensificados no final dos anos 90.

Com o surgimento, consolidação e crescente utilização da internet, o *ciberespaço* constituiu-se em uma temática também da agenda antropológica, exigindo, portanto, o repensar teórico-metodológico; sobretudo porque as pesquisas relacionadas a esse tema possibilitam experiências de campo

diferenciadas ao não apresentar um *lugar específico*, ao contrário das referências que se costuma encontrar aos trabalhos de antropólogos que passavam meses morando em lugares distantes, vivenciando suas experiências de campo cotidianamente e de maneira muito intensiva.

Uma das motivações que levam à realização desse trabalho é, portanto e justamente, de ordem teórico-metodológica, situada no interesse de repensar a prática da pesquisa que se pretende antropológica no campo da cibercultura. Afinal, parece-me que pensar o *ciberespaço* é, em primeiro lugar, repensar a teoria e a metodologia. Até porque cada campo / *experiência* no interior do que é chamado de cibercultura apresentam muitas particularidades em relação a outros temas que podem ser considerados *tradicionais*<sup>12</sup>. Além das especificidades relacionadas à formação, posturas teóricas, subjetividades de cada pesquisador ao vivenciar suas experiências e apresentar percepções, cada dispositivo estudado à luz da cibercultura apresenta gramáticas comunicacionais próprias, dispõe de possibilidades técnicas específicas e *exige* competências para usos (por mais que possam ser exercidos de muitas maneiras diferentes) também específicas. Portanto, refletir acerca do Twitter, como aqui se pretende, significou empreender estratégias metodológicas nos termos de possibilidades de usos que o próprio Twitter poderia suscitar, de maneira que o próprio dispositivo no qual concentrei minhas reflexões foi determinante para o modo *como* pude fazê-las, de modo que muito do alcance do que fiz está intimamente relacionado ao alcance que o Twitter me *permitiu*.

A realização deste trabalho se deu, enfim, a partir da minha experiência com a utilização do Twitter. Dessa maneira, uma das preocupações centrais que procurei manter foi com as “notas de campo”, seguindo algumas orientações apresentadas no livro *Writting Ethnographic Fieldnotes* (Emerson, *et al.*, 1995): dispensar cuidado ao escrever as notas de campo para fazê-lo com o máximo possível de riqueza nos detalhes; procurar torná-las uma atividade auto-reflexiva que pudesse auxiliar na problematização das próprias ações ao ler o diário de campo para a escrita do relatório final; e, procurar manter em foco a perspectiva de que registrar o observado envolve processos de seleção,

---

<sup>12</sup> Entendendo por *tradicionais* aqueles temas que podem possibilitar que as experiências de campo se dêem principalmente em lugares específicos, que exijam algum deslocamento físico, como instituições públicas, escolas, bairros etc.

ou seja, ao escrever sobre determinados aspectos outros são deixados de lado. Portanto, o trabalho que apresento é baseado em *minha* experiência no *mundo dos outros* – ou, nesse caso, com / no *twitter de outros* – e claro, meu também –, afinal, “descriptions involve issues of perception and interpretation, different descriptions of ‘the same’ situations and events are possible” (*idem*, p. 5). As arguições que apresento neste trabalho estão, desse modo, relacionadas e fundamentadas a partir das experiências que vivenciei ao desenvolver o campo, que, por sua vez, estão intrinsecamente ligadas às minhas percepções, aspectos que mais chamaram a minha atenção, minhas interpretações do que observei, minha subjetividade.

Optei, especificadamente para essa experiência, escrever minhas notas em um diário de campo de papel, ao contrário de escrevê-las em um arquivo no computador – o que parece ser mais comum atualmente entre muitos pesquisadores, principalmente pela praticidade de já ter as notas digitalizadas, sendo mais fácil de trabalhar com os dados nos artigos e relatos finais. Tal definição, aparentemente *estranha* para um trabalho situado no interior da temática de cibercultura, justifico pela necessidade que senti de fazer meus apontamentos com certo “distanciamento” do campo. Pois, dessa maneira, ao experienciar a rede que fui traçando no Twitter fazia apontamentos rápidos – inscrições – apenas para não esquecer o percurso seguido. Logo após, desligava o computador e escrevia minhas notas. Acredito que essa estratégia possibilitou que eu as escrevesse de maneira mais reflexiva, afinal, se as registrasse diretamente em um editor de texto, sei que dificilmente me dedicaria apenas a essa atividade – pois, é comum a mim, e, ao menos, a muitos conhecidos, manter muitas *janelas* abertas na tela do computador, realizando inúmeras atividades concomitantemente. Tal postura parece caracterizar usos e modos de ser próprios da cibercultura.

Outra preocupação que procurei centralizar é *como escrever* (*idem*). Afinal, ao refletir sobre *como escrever* está-se, automaticamente, pensando também nos aspectos metodológicos. Decidir a linguagem, formatação, estrutura de um texto que se pretende acadêmico é assumir perspectivas teóricas. É demonstrar a um possível leitor – e permiti-lo perceber – como a

sua experiência foi construída. E, portanto, *como* se chegou a determinado texto final.

## 2.1 *Descrevendo e rastreando modos de experienciar*

Ontem no entanto perdi durante horas e horas a minha montagem humana.

Clarice Lispector

Percebe-se, ao ler trabalhos com temáticas da cibercultura, que ao tratar das inovações técnicas e interações sociais engendradas a partir delas, normalmente o técnico é *isolado* do social<sup>13</sup>. É (quase) usual que cada uma dessas instâncias seja percebida em separado e de maneira independente. O que se pretendeu adotar nesse trabalho foi uma postura a partir de outra perspectiva, que pudesse permitir *rastrear* as interações considerando o técnico e o social em concomitância.

Ao se propor uma reflexão acerca da internet que não considere o social em detrimento do técnico e vice-versa, é interessante considerar a noção de *redes sociotécnicas* (Latour, 2008). Essa noção é imprescindível a fim de perceber objetos não humanos, além dos humanos, que interajam produzindo modificações. Considerando, sobretudo, que ao pensar nos usos (a partir) do Twitter, vários *objetos* específicos (computador, celular, internet, teclado, conexão, senhas etc.) ocupam e desempenham papel imprescindível e determinante em muitos aspectos. Para ilustrar essa abordagem pode-se citar um dos exemplos mais emblemáticos: sem estar conectado à internet e

---

<sup>13</sup> Conforme demonstrou Rifiotis na mesa redonda intitulada “Antropologia no ciberespaço: fundamentos teórico-metodológicos da cibercultura” apresentada no II Simpósio da ABCiber no ano de 2008, o vídeo da mesa redonda está disponível em <[http://www.cencib.org/simposioabciber/anais/mesas/videos/?autor=Theophilos\\_Rifiotis](http://www.cencib.org/simposioabciber/anais/mesas/videos/?autor=Theophilos_Rifiotis)>. Para o autor, apesar de se afirmar realizar trabalhos com caráter “sociotécnico”, comumente termina-se por excluir os objetos – não-humanos – de nossas análises e acabamos por instituir agência apenas aos sujeitos humanos.

estando fora da área com sinal para telefones móveis<sup>14</sup> o uso do Twitter fica inviabilizado, já que suas possibilidades de interação são a partir das conexões de internet.

Nesse sentido, Segata (2008, p. 10) argumenta que

humanos e não-humanos formam coletivos assim coletivos, onde ambos são simetricamente dotados de agência. Isso implica, por alto, em se abrir para pensar que o próprio computador, a tela, as teclas, os *sites*, os *softwares*, os *hardwares* e tudo aquilo que não é humano são antes de tudo agentes nessas associações e não apenas cenários, ou meios para relações entre sujeitos humanos.

Procurou-se, portanto, observar na realização desse trabalho essa noção de compreender os humanos e não-humanos como coletivos dotados simetricamente de potência de agência. De modo que, a partir de uma perspectiva *sociotécnica*, evidencia-se a importância de considerar com igual *status* os fenômenos sociais e técnicos no interior da temática proposta; bem como pensar nos termos de uma *traçabilidade do social*<sup>15</sup>, procurando identificar os *traços (rastros)* deixados.

Considera-se fundamental, portanto, esse ponto de vista apresentado por Latour (2008) de que os *não-humanos* também podem ser considerados atores<sup>16</sup> e não simplesmente portadores de uma projeção simbólica. Torna-se necessário, portanto, sob essa ótica, também dispensar *agência* à internet e / ou a outros *dispositivos* que se percebam dotados de agência ao longo da descrição.

Considera-se também imprescindível a noção de dispositivo como “qualquer coisa que tenha de algum modo capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes”, desenvolvida e apresentada por

---

<sup>14</sup> Levando-se em conta, obviamente, que para acessar a internet a partir de um aparelho celular é necessário que esse aparelho tenha tecnologia que permita tal acesso.

<sup>15</sup> Para Latour (2007, p. 88) as novas formas de traçabilidade surgidas nos últimos quinze anos “consistent pour l’essentiel à identifier la « trace » que les membres des sociétés développées laissent derrière eux par le simple fait d’utiliser une technique numérique quelconque”.

<sup>16</sup> Considerando que para Latour (2008), ator é aquele ou aquilo que produz diferença. O autor também utiliza o termo *actante*, para marcar a diferença do termo *ator* que nos usos corrente envolve apenas humanos.

Giorgio Agamben no texto “O que é um dispositivo?” (2005, p. 13). Os dispositivos, no sentido desenvolvido pelo filósofo italiano são *produtivos*, produzem efeitos que não conseguem controlar. Agamben também apresenta duas classes de sujeitos no mundo: dispositivos seres vivos e dispositivos seres não vivos; tal contribuição aproxima-se da discussão realizada por Latour em relação aos objetos humanos e não-humanos, e que ambos sendo considerados dispositivos ambos são dotados de potência de *agência*<sup>17</sup>.

O intento de procurar dispensar agência tanto a humanos quanto a não-humanos<sup>18</sup> está inserido no esforço de superar a dupla separação moderna entre humanos e não-humanos, procurando simetria total entre eles, como demonstra Freire (2006), em seu artigo “Seguindo Bruno Latour: notas para uma antropologia simétrica”, no qual apresenta um levantamento de algumas das questões mais relevantes das perspectivas teóricas de Bruno Latour, bem como uma sistematização e introdução ao pensamento do autor. Freire afirma, nesse sentido, que “Latour propõe em seus trabalhos uma abordagem pragmática que não seja centrada nem só no técnico, nem só no social, mas capaz de respeitar a dinâmica não hierárquica e não linear de suas relações” (op. cit., p. 50).

Partindo desses pressupostos entendo, entretanto, que não se pode considerar a “rede” estabelecida de antemão, não se pode considerá-la uma *entidade* fixa, previamente estabelecida, independentemente das experiências individuais e passível de uma *explicação*. A respeito das possíveis redes, Segata (2008, p. 7) lembra que

as redes não são um meio para transportar algo de maneira intacta, elas são transformadas e transformam o que por elas passa, já que o que passa, também associa e gera efeito. [...] Acentue-se aqui o potencial de ação presente nas redes, onde humanos e não-humanos estariam agindo, transformando, traduzindo-se mutuamente.

De modo que a “rede” é remetida aqui a fluxos, circulações e alianças, nas quais os atores envolvidos interferem e sofrem interferências constantes

---

<sup>17</sup> É a partir dessa perspectiva que o Twitter é considerado, nesse trabalho, um dispositivo.

<sup>18</sup> Na medida em que as agências forem sendo percebidas ao longo da experiência.

(Freire, 2006). Considero, portanto e de acordo com uma perspectiva sociotécnica, ser fundamental a *descrição*<sup>19</sup>, pois ela permite que se percebam na rede – de minha experiência<sup>20</sup> – atores que não estavam previstos, notar as modificações, transformações.

Em confluência com esses pressupostos, considerou-se válido e coerente realizar esse trabalho a partir de algumas noções que a Teoria Ator-Rede (TAR), desenvolvida por Latour, preconiza. Sobretudo no sentido de que na TAR “metodologicamente, trata-se de seguir as coisas através das redes em que elas se transportam, descrevê-las em seus enredos” (Latour, 2004, p. 397). Partindo-se dessa perspectiva, “na abordagem da TAR trata-se então de enfatizar os fluxos, os movimentos de agenciamento e as mudanças por eles provocadas” (Freire, 2006, p. 56). Latour afirma que não se pode entender a TAR como um “quadro teórico” que pode ser aplicado, mas como uma maneira de estudar as coisas, “como deixar os atores terem espaço para se expressarem por eles mesmos” (*idem*). É nesse sentido que se propõe uma abordagem inspirada na TAR: pelo dinamismo – de deixar “os atores expressarem-se por eles mesmos” – de perceber os acontecimentos por eles mesmos.

O social só é rastreável, segundo Latour (2008, p. 227), quando está experimentando modificações, quando há novas associações. Portanto, metodologicamente, só é possível *traçar, seguir, descrever* quando não se estabiliza e torna fixa a rede (*objeto*) que se está estudando, quando permitimos que os próprios atores nos apontem as suas *controvérsias* e quando tivermos consciência de que estamos descrevendo a *nossa* experiência pessoal estabelecida a partir de uma rede criada e mantida por nós mesmos.

Realizar trabalhos adotando tais perspectivas teórico-metodológicas significa, portanto, ao considerar a *rede* enquanto *experiência*, admitir que a *rede* está (também) no pesquisador e, dessa maneira, pelo tempo que estiver

---

<sup>19</sup> Considerando-se aqui que a descrição pode ser considerada uma categoria de análise.

<sup>20</sup> Uma vez que a “rede”, ou as redes, que estabeleci estão intrinsecamente relacionadas aos contatos que mantive, competências técnicas que desenvolvi, dispositivos que acionei, enfim, os “caminhos que percorri”.

realizando a pesquisa, conforme Jean Segata sugeriu<sup>21</sup>. Significa também assumir o compromisso e a tarefa – que tantas vezes Latour (2008) alerta ser difícil – de organizar a narrativa das experiências estabelecidas em um esforço literário que permita considerar os atores, inclusive aqueles que não haviam sido identificados de antemão e que ao invés de *supor a rede*, caminhe-se sobre ela.

## 2.2 A decisão de estudar o Twitter

Conforme explicitado na introdução, há tempos que tenho interesse nos estudos de cibercultura e que meu interesse de pesquisa para este ensaio está definido no âmbito de pensar (n)o ciberespaço. No entanto, é uma temática que abarca muitas – e cada vez mais, já que o surgimento de inovações mostra-se constante – *redes / caminhos* para serem *traçados* e pensados.

Ao longo de minha trajetória acadêmica pensei em inúmeras possibilidades para me dedicar, entretanto, grande parte do que havia esboçado como problema de pesquisa “perdeu o sentido – ou a curiosidade”; uma vez que muitos dos dispositivos ligados à internet tiveram a intensidade de uso diminuída, sofreram significativas modificações ou, até mesmo, tornaram-se tão usuais para mim que me sentiria *incapaz* de dispensar um outro olhar – que não o de *nativa*<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Em aula que ele participou no dia 11/09/2009, na disciplina “Cibercultura e redes sociotécnicas” ministrada pelo Professor Theophilos Rifiotis na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

<sup>22</sup> Como foi o caso do Orkut. Quando iniciei os projetos para a realização desse TCC tinha como proposta realizar um estudo dos comentários feitos nos fóruns da comunidade “Blumenau” <<http://www.orkut.com.br/Main#UniversalSearch?searchFor=C&q=blumenau>> durante as tragédias de 2008 (enchentes e desmoronamentos que assolaram o Médio Vale do Itajaí – SC, em novembro de 2008). Pareceu-me emblemático o papel assumido por aquele espaço durante o referido período, sobretudo porque grande parte da região estava com grandes restrições de acesso aos meios de comunicação tradicionais (como rádio e televisão) e o *dispositivo* Orkut pareceu ter ocupado um papel de destaque naquele contexto. No entanto, como minha família mora em Blumenau e durante os ocorridos eu estava em Florianópolis,

Por volta de maio de 2009 tomei conhecimento do Twitter através de um convite que recebi via e-mail. Por curiosidade criei uma conta, de início não entendi a dinâmica de funcionamento e não me tinha despertado interesse pelo dispositivo. Comecei, entretanto, a perceber e acompanhar várias notícias veiculadas na internet sobre o crescimento do Twitter, o que – novamente – deixou-me curiosa a respeito desse novo, para mim, dispositivo. Tal curiosidade coincidiu com a sugestão do Prof. Dr. Theophilos Rifiotis – orientador desse trabalho – de pensar um estudo que tem lugar no Twitter.

Ao pensar nessa temática umas das primeiras e maiores dificuldades foi formular estratégias em *como* fazê-lo. O que observar? De que maneira? Seguindo quais princípios? Levando-se em conta que o Twitter estava começando a tornar-se mais popular no Brasil (em meados de agosto de 2009) e eu conhecia e utilizava poucos recursos possibilitados por esse dispositivo, projetar uma pesquisa a partir de uma experiência engendrada no Twitter demonstrava-se deveras complexo. As principais questões giravam em torno de *como desenvolver uma experiência de campo no Twitter, o que e como observar?*

Nesse período em que estava pensando nas estratégias para meu trabalho encontrei, ao acaso, em uma livraria, o livro “O poder do Twitter – Estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um *tweet* por vez”<sup>23</sup>. Adquiri o livro que se situa em um mercado editorial voltado principalmente para auto-ajuda, carreira, negócios e espiritualidade<sup>24</sup>. O livro “Poder do Twitter” especificadamente se diz – na contracapa – indicado tanto para o leitor que objetiva ampliar a rede de relacionamentos pessoais, quanto para quem quer explorar a internet por meio do Twitter como uma nova forma de fazer negócios. Dessa maneira, o livro tem uma conotação bastante explicitada de *guia*, de como aproveitar o Twitter para, principalmente, ampliar os negócios – sejam eles quais forem. Um dos últimos capítulos do livro

---

acabei utilizando aquele espaço na ânsia de obter notícias de maneira demasiado intensa. Tornei-me relativamente próxima desse potencial objeto, para não dizer *nativa*.

<sup>23</sup> O livro estava exposto, com certo destaque, na área de conhecimento: Administração e *Marketing* da livraria.

<sup>24</sup> Segundo informações disponíveis no site da Editora Gente <[www.editoragente.com.br](http://www.editoragente.com.br)>. Acessado em 11/05/2010.

apresenta um plano para “dominar o Twitter em 30 dias” que consiste em um “passo a passo” para montar o que o autor chama de um “Twitter de sucesso”<sup>25</sup>.

Esse guia pareceu uma proposta interessante como plano de trabalho de campo, pois ao seguir dicas (bastante pormenorizadas) de como construir um *Twitter de sucesso*, desde o cadastro de um perfil, dicas do que escrever, de como se apresentar, de que foto divulgar etc. mostrou-se, potencialmente, uma tarefa bastante interessante. Pois, ao mesmo tempo, permitiria seguir os passos tidos pelo campo (nesse caso o “guia”) como importantes e assim seguir mais de perto a experiência do Twitter, em alguma medida no seu cotidiano, como indicou Rifiotis (2003, 2008). Assim, eu não “entraria no campo” de maneira *artificializada* em relação aos usos mais correntes que o Twitter possibilitava, mas ao contrário, *seguiria* os passos de um *nativo / ator* que se apresentava como especialista nesse dispositivo.

A proposta da realização do campo de minha pesquisa, substancial para esse trabalho, situou-se no interesse, portanto, de seguir as possíveis *redes* que eu poderia estabelecer no dispositivo analisado a partir da experiência da *tentativa* do cumprimento do “plano de 30 dias para dominar o Twitter”. Esse plano compõe-se de um guia “passo a passo” com as atividades que devem ser realizadas a cada dia para construir um Twitter que se torne “poderoso” que, segundo os autores, significa conquistar adesão, nesse caso: seguidores.

Ao longo das duzentas e sessenta e sete páginas do seu livro, Comm e Burge fornecem explicações e definições sobre o Twitter, vantagens e modos para a utilização, assim como maneiras para se obter o “sucesso” ao qual se referem de maneira corrente ao longo do texto. Como o livro tem um forte direcionamento para a área de marketing, muitas das sugestões remetem a vendas, imagem empresarial, como conquistar clientes etc.; no entanto, há muitas dicas para se construir uma *boa imagem pessoal*, até porque, segundo

---

<sup>25</sup> Em outros termos, pode-se dizer que os sujeitos que adquirem o livro procuram nele um modo de ser / estar no Twitter que lhes parece mais significativo, o livro inscreve-se, desse modo, em uma lógica na qual os valores ali explicitados são importantes, que é, de fato, de algum modo, meritório construir um “Twitter poderoso”.

o autor, para se promover a imagem de um produto é preciso promover primeiro a imagem pessoal.

O livro está organizado em quatorze capítulos que apresentam desde uma introdução às mídias sociais, motivos para o Twitter ser “tão poderoso”, e uma relação de *twitteiros* famosos que ele sugere aderir / seguir. O que procurei fazer, portanto, foi seguir as sugestões apresentadas pelo livro ao constituir minha *experiência* no Twitter.

### 3. DESCRIÇÕES – Minha experiência a partir do Twitter

Ao intentar desenvolver esse trabalho à luz de perspectivas da Teoria Ator-Rede – que não pode ser considerada como um quadro de referência no qual podemos inserir fatos e conexões, mas um método para seguir a construção e fabricação dos fatos (Freire, 2006) – a tarefa central a que me propus no desenvolvimento desse trabalho consistiu na *descrição de minha experiência* pessoal no Twitter. Pois, como sistematiza Segata (2008, p. 5) “o trabalho do pesquisador na ANT consiste em *rastrear e descrever sem explicar* o trabalho de fabricação de fatos, de sujeitos e de objetos que se faz em rede” (grifos do autor). O que de antemão incidiu no aceite da difícil tarefa de evitar certos pressupostos do que encontraria / experienciaria no decorrer do trabalho de campo. E como a descrição só tem *sentido* – a partir da perspectiva adotada – se for realizada em seus *enredos*, ou, podemos adotar aqui como sinônimo: seus contextos, não há como pressupor quais atores produzirão efeitos na rede<sup>26</sup>. Freire explica, nessa direção que

somente podem ser considerados atores aqueles elementos que produzem efeito na rede, que a modificam e são modificados por ela e são estes elementos que devem fazer parte de sua descrição. Porém, não há como anteciparmos que atores produzirão efeitos na rede, que atores farão diferença, senão acompanhando seus movimentos” (2006, p. 55)

Procurei assumir, desse modo, a perspectiva de não definir os atores de antemão, mas de observar em minha experiência e em cada contexto específico quais atores estavam atuando como portadores de agências e produtores de diferenças. O que significou o desafio, portanto, de perceber o que os atores (ou *actantes* para explicitar a inclusão dos atores não humanos nessa perspectiva) mesmos estão fazendo – e não o que eu poderia supor. Até porque, como lembra Segata, “nossas pesquisas em antropologia não tratam simplesmente de relações sociais, mas [...] elas próprias são relações sociais” (2008, p. 5). Sendo a própria pesquisa uma *relação social*, é preciso

---

<sup>26</sup> Lembrando que para Latour a noção de *rede* remete a fluxos, circulações e alianças nas quais os atores envolvidos interferem e sofrem interferências constantes (Freire, 2006).

problematizar as próprias ações, determinações ao longo do trabalho de campo, pois o pesquisador também *atua* produzindo modificações e associações. Não sendo possível imaginar, sob essa ótica, uma observação *neutra* e que não influencie as experiências. Sobretudo, no caso de meu trabalho, pela experiência de campo que eu realizei estar ligada às ações que eu desenvolvia no Twitter, os tweets que eu lia, o que escrevia para compartilhar, as pessoas que optei seguir, às competências técnicas que desenvolvi<sup>27</sup>; de modo que minhas ações foram determinantes e decisivas para que a experiência se desse do modo como foi estabelecida.

Por isso, considero tão necessário destacar meu trabalho enquanto uma *descrição minha da minha experiência* de campo – logo, o que desenvolvi e refleti é fruto de *meu olhar sobre minha experiência*, partilhada com uma série de atores com os quais me associei durante os *traços* que estabeleci. Afinal, “‘what happened’ is one account, made by a particular person to a specific other at a particular time and place for particular purposes” (EMERSON, *et al.*, 1995, p. 12). Logo, um evento descrito é um relato de uma *versão da experiência particular* constituída por uma pessoa *determinada*. Uma etnografia<sup>28</sup>, como a que procuro apresentar aqui, não goza, portanto, de *exterioridade*, ela está intimamente ligada às experiências e os contextos nas quais foi produzida, engendrada.

---

<sup>27</sup> Considero possível pensar a constituição de minha experiência nos termos de uma *autoetnografia*, que, conforme Montero-Sieburth, “nos concede ver situaciones desde una perspectiva personal, que al ser desarrollada por una serie de interrogantes y convertida en narrativa, sitúa las diferencias individuales, dentro de un contexto más amplio y universal. Además nos hace entender la razón de narrar y nos sitúa en el mundo en que interactuamos, concediéndonos pertinencia y comprensión.” Essa noção não será aprofundada nesse trabalho, mas por considerar uma possibilidade interessante para refletir os dados etnográficos, pretende-se intensificar esse estudo em outra oportunidade.

<sup>28</sup> Entendida aqui como um esforço de escrita / relato a partir das notas de campo produzidas durante imersão no cotidiano experimentado (campo) e as reflexões empreendidas posteriormente com a leitura e exame de seus apontamentos. Conforme discussões realizadas na disciplina “Etnografia como método e prática profissional: observação, notas de campo e escrita etnográfica” ministrada pelo Professor Dr. Theophilos Rifiotis no primeiro semestre de 2010 na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

### 3.1 A experiência de ler e seguir o livro

Ao iniciar a leitura do livro, que se configurou como um *guia* para minha experiência<sup>29</sup>, tive a sensação de estar efetivando a realização do trabalho de campo. Afinal, o status que o autor do livro dispensa ao Twitter, as sugestões de usos e maneiras para alcançar “sucesso”<sup>30</sup> possibilitaram suscitar questões específicas acerca de quais *espaços* esse dispositivo poderia ocupar no dia-a-dia de grande parte das pessoas que o utilizam e, conseqüentemente, também no meu cotidiano. Intentando situar alguns contextos nos quais inseri minhas ações no campo, considero importante contextualizar algumas abordagens do livro, de modo que se possa identificar – ao menos minimamente – o *quão intensamente* o livro orientou e determinou minhas tomadas de decisão. De modo que apresentarei e destacarei alguns aspectos abordados no livro.

A partir de uma rápida observação do título e capa do livro (figura 01) que é constituída por um jogo de cores entre azul e branco que são as cores predominantes no *layout* do Twitter e por uma referência ao seu símbolo que é um pássaro de cor azul<sup>31</sup>. As palavras “poder” e “Twitter” aparecem com elevado destaque, podendo-se relacionar com o principal direcionamento do livro que está ligado à área de *marketing*. E de fato, grande parte do conteúdo relaciona-se a como construir imagens para marcas, obter *seguidores* para mercados específicos, construir estratégias para vendas etc. O livro também apresenta definições para o Twitter e alternativas / sugestões para quem pretende utilizá-lo apenas a nível pessoal, que contribuíram para que eu compusesse meu repertório acerca do que *é e como funciona*.

---

<sup>29</sup> E, portanto, um ator fundamental para a realização desse trabalho.

<sup>30</sup> Que, no caso, é sinônimo de conseguir adesão / seguidores.

<sup>31</sup> Pode-se atribuir a referência que o Twitter constrói do seu símbolo com a imagem de um pássaro a partir do dito popular “um passarinho me contou”, relacionando com a idéia daqueles assuntos que são transmitidos de “boca em boca”; como o Twitter divulga mensagens curtas e instantâneas é possível estabelecer essa correlação. Tal perspectiva será mais bem desenvolvida no capítulo cinco.



Figura 01: A capa do livro “O poder do Twitter: Estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um *tweet* por vez”

Antes, propriamente, dos textos dos autores do livro – Comm e Burge – há uma série de outras contribuições que compõe um conjunto de prefácios. Como se tratam de apresentações do livro, dos objetivos e do próprio Twitter há uma série de informações e conceituações que podem ser consideradas interessantes por darem pistas do status atribuído ao Twitter pelo livro, a maneira como ele pode atuar e fazer atuar. Tratarei, portanto, de alguns desses pontos.

No prefácio à edição brasileira, escrita por Demi Getschko<sup>32</sup>, o Twitter é apresentado como uma *pandemia da rede*, aludindo ao aspecto *viral* da disseminação desse dispositivo, sendo “de usuário a usuário”, inicialmente lenta, mas que

---

<sup>32</sup> Diretor-presidente do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (que é uma entidade civil, sem fins lucrativos, que desde dezembro de 2005 implementa as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil, segundo informações contidas no site <<http://www.nic.br/index.shtml>> acessado em 27/05/10) e conselheiro do Comitê Gestor da Internet no Brasil, conforme informações disponíveis no site <[http://cidadebiz.ig.com.br/paginas/47001\\_48000/47933-1.html](http://cidadebiz.ig.com.br/paginas/47001_48000/47933-1.html)> acessado em 27/05/10.

no ecossistema da internet, “darwinianamente” espécies dominam, são dominadas, nascem, expandem-se e morrem. E essa “seleção natural” é feita pelos internautas, que decidem pelo sucesso ou pelo fracasso de uma iniciativa. (2009, p. XII)

Explicita-se, desse modo, um caráter de “escolhido” pelos internautas. Ou seja, a partir dessa percepção o Twitter só pôde ser considerado “poderoso” porque uma parcela elevada e “ativa” de internautas o considerou interessante e decidiu tornar-se adepto, o autor dispensou a esses internautas um papel importante na decisão do “que vai dar certo / ter sucesso” na internet. Essa *escolha do Twitter* é atribuída, pelo autor, à característica de ser *disseminador* da informação na internet – que aparece como um sinônimo de poder – da maneira como as novas gerações querem e usam “em pílulas, em drágeas de não mais que algumas palavras” (p. XII). A partir de tal ponto de vista, o Twitter foi – e é – escolhido por potencializar / *disseminar* uma grande gama de informações através de mensagens de textos curtas, com poucos caracteres, mas que normalmente expressam – ou espera-se que expressem – muitas informações *concentradas*. Pode-se marcar, nesse ponto, outra característica: a geracional, pois ao longo do livro evidencia-se que textos curtos, rapidez para tomar conhecimento de notícias, a realização de muitas atividades concomitantemente etc., sejam características das “novas gerações”, que seriam aquelas que têm um contato mais íntimo com a internet, por terem “crescido em meio a essas inovações”.

Na próxima apresentação do livro, escrita pelo jornalista Ethevaldo Siqueira<sup>33</sup>, essas noções são corroboradas. Ele afirma que “o Twitter parece ter vindo para ficar. Sua simplicidade e seus textos concisos são seus grandes atrativos para jovens e adultos de todas as profissões” (p. XVI). Durante minha experiência com o Twitter pude perceber – a partir dos contatos que estabeleci – que as pessoas “menos populares”<sup>34</sup> são aquelas que não conseguem “expressar suas idéias” nos 140 caracteres disponíveis para escrever as

---

<sup>33</sup> Jornalista e escritor especializado em Tecnologia da Informação e da Comunicação, colunista do jornal *O Estado de São Paulo* e comentarista da Rádio CBN, segundo informações contidas no próprio livro.

<sup>34</sup> No sentido de colecionar poucos *seguidores* ou receberem *unfollow*, que é quando alguém deixa de seguir determinada pessoa.

mensagens, o fazem sem simplicidade e “enchem” o Twitter com muito texto. Percebe-se, a partir dessa leitura, uma valorização do *instantâneo*, daquilo que pode ser rapidamente lido e compreendido.

Após esses argumentos que valorizam o caráter “sintetizador” do Twitter, Anthony Robbins<sup>35</sup>, no prefácio seguinte, questiona *o que* as tantas formas de comunicar atuais podem nos proporcionar

nos encontramos de fato conectados ou apenas nos correspondemos? Estamos adicionando pessoas em nossas vidas que partilham nossos valores ou tão só colecionamos uma lista de perfis? Estamos aprofundando relacionamentos ou somente mantendo-os? (p. XVII).

Ainda segundo o autor, tudo que temos “são as conexões que alimentamos, as vidas que impactamos e aqueles pelos quais nos sentimos tocados. Tudo que temos são as experiências que partilhamos.” (p. XVIII). Mas, ao mesmo tempo em que tais questionamentos são suscitados, o Twitter é apresentado e avaliado como capaz de ser utilizado para “partilhar instantaneamente nossa vida com os demais e para acessar pessoas que venham a ter significados para nós” (*idem*). A idéia defendida aqui é de que podemos aprender a usar as tecnologias – no caso àquelas ligadas à internet – também para *nos conectarmos*, e não apenas para *nos correspondermos*, e a internet pode nos dar a liberdade para experimentarmos relacionamentos em profundidade, assim como atingir e sustentar uma qualidade de vida, “uma vida que tenha sentido” (p. XIX). Logo, essa visão vai ao encontro do que o livro, de um modo geral vai apresentar: o Twitter como uma poderosa “ferramenta” capaz de disseminar uma quantidade muito grande de informações de maneira rápida e eficaz, “aproximar pessoas que estão distantes”, aprofundar relacionamentos etc.

Como a perspectiva adotada pretende seguir uma noção sociotécnica, não considere o Twitter como uma “ferramenta”, uma vez que esse termo denota uma significação instrumental ao Twitter; no sentido de que apenas os

---

<sup>35</sup> Escritor de livros de auto-ajuda, palestrante motivacional e consultor de líderes mundiais, desportos profissionais e pessoas de negócios, segundo informações contidas no site <[http://www.woopidoo.com/biography/anthony\\_robbins.htm](http://www.woopidoo.com/biography/anthony_robbins.htm)> acessado em 27/05/10.

atores humanos determinariam as possibilidades de uso. Uma das principais teses desenvolvidas ao longo desse trabalho é justamente de que os objetos não humanos também podem possuir agência e determinar modos de uso, tendo em vista, nesse caso, que o dispositivo Twitter dispõe de um conjunto de possibilidades técnicas que acabam por determinar, muitas vezes, as potencialidades dos usos.

Após essas apresentações ao livro, Joel Comm e Ken Burge iniciam seus textos com um pequeno prólogo no qual enfatizam a importância do Twitter citando, como exemplo, o caso do ataque terrorista à Índia ocorrido em novembro de 2008, no qual as primeiras notícias veiculadas foram através do Twitter e por *peessoas comuns* – tidas como pessoas que não são profissionais do jornalismo. A escolha por abrir o livro usando tal exemplo é justificada pelo fato de o autor considerar que nada melhor que isso para demonstrar como a tecnologia mudou a maneira como se comunica e se interage. Segundo os autores, “vivemos em uma época em que um simples cidadão tem poder de conduzir informações para as massas como nunca antes” (p. XXII) e que nenhuma rede de mídia consegue noticiar com tanta velocidade e precisão como aqueles que estão na cena dos acontecimentos. Tal configuração estará destacada ao longo de todo o livro no sentido de chamar atenção para a *capacidade de rapidez* que o Twitter pode proporcionar, bem como uma espécie de *democratização* da produção de informações, no sentido de que qualquer pessoa que escolha participar do Twitter e efetive um cadastro pode produzir informações rapidamente – inclusive diretamente dos acontecimentos<sup>36</sup>, afinal, pode-se enviar mensagens ao Twitter a partir de

---

<sup>36</sup> Aqui há uma referência que demarca uma diferença fundamental para com o jornalismo “tradicional” ou “pré internet”, o qual era produzido a partir de um deslocamento físico para verificar os acontecimentos, escrito ou editado por um profissional jornalista e impresso ou veiculado nos noticiários televisivos, na maioria das vezes, muito tempo depois do ocorrido. A diferença fundamental parece residir, portanto, na rapidez e mobilidade, pois alguma mensagem pode ser escrita imediatamente do ocorrido – ou enquanto ocorre – a partir de um telefone celular com conexão à internet.

telefones celulares com acesso à internet, logo no interior e momento dos acontecimentos mesmos.

Nessa perspectiva, Comm e Burge consideram que

“o futuro pertence àqueles que adotam a mídia social como parte habitual de sua vida [e que] os negócios podem se armar com o imediatismo do Twitter para inovar e construir relacionamentos como nunca. Isso tem muito poder: é o poder do Twitter” (p. XXII)

É nesse contexto que o livro situa o “poder” do Twitter, por se tornar facilmente habitual, cotidiano, ou até mesmo uma espécie “estilo de vida” para muitas pessoas<sup>37</sup>. Além do potencial que o autor dispensa às possíveis inovações nos mais diferenciados tipos de relacionamentos. A partir dessa promessa de “futuro” a quem adota “mídia social” é possível perceber marcadamente o status conferido pelo livro – que se constitui em um ator fundamental para a realização de minha experiência – ao Twitter. Que seria de uma “ferramenta poderosa” para quem tiver competência para “aproveitá-la” de modo a alcançar “seus objetivos” – sejam eles divulgar uma marca, melhorar a imagem pessoal ou ampliar o círculo de influências e amigos.

Os autores consideram “mídia social” como sendo “conteúdo criado por seu público” (idem, p. 02). Há muito que discutir conceitualmente as noções de mídias e redes sociais, pois se abre um debate intenso e interessante, que pode levar a muitos caminhos teóricos. Tal discussão não será ampliada nesse trabalho, mas tenho noção de que esses termos constituem-se em uma categoria central e importantíssima no âmbito da cibercultura e precisam ser refletidas profundamente. Projeta-se fazê-lo em um próximo e breve trabalho.

Ao intentar minha experiência de campo orientando-se pelo guia do que fazer a cada dia no Twitter – para obter “sucesso” – apresentando nesse livro, foi preciso, necessariamente, problematizar minhas próprias ações a

---

<sup>37</sup> Nesses termos cabe destacar uma pesquisa realizada pela Harvard, e divulgada no site da BBC News (Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8089508.stm>>, acessado em 25/06/09), apenas 10% dos *participantes* são responsáveis por mais de 90% do conteúdo produzido no *Twitter*. É preciso levar em conta que a pesquisa foi realizada no ano de 2009, portanto há possibilidades de tais percentuais estarem diferentes, no entanto, acredito que grande parte do conteúdo seja produzido por uma parcela menor de *participantes*.

partir da perspectiva do que o guia sugeria e o que eu alcancei de resultados. Ou, melhor dizendo, procurar perceber a agência do livro<sup>38</sup>, do próprio Twitter e das minhas tomadas de decisões no enredo, cotidiano de minha experiência. Foi preciso esforçar-me em notar o *que* ou *quem fazia fazer* cada uma das ações, o que nem sempre é tarefa fácil – ou possível<sup>39</sup>.

### 3.2 Antes do primeiro Tweet: o Twitter

O entendimento do Twitter que orientou minhas ações durante o trabalho de campo foi, em grande parte, formulado a partir da leitura do livro-guia e das conceituações presentes nele. Desta maneira, optei por apresentar o Twitter e algumas das suas possibilidades técnicas neste capítulo<sup>40</sup> que se segue à problematização e apresentação do livro-guia. Tal estratégia foi adotada por considerar que seria mais coerente com as noções teórico-metodológicas apresentadas e observadas, sobretudo no sentido de situar o trabalho em seus contextos de produção, fazendo-o a partir da descrição. No entanto, como algumas das características desse dispositivo ficaram mais evidenciadas em momentos chaves de minha experiência, elas serão apresentadas e discutidas no interior dos relatos descritivos, objetivando, desse modo, manter – ao menos em algum nível – a dinâmica interativa no interior dos acontecimentos, em seus enredos.

No prefácio do livro-guia de Comm e Burgue, Ethevaldo Siqueira apresenta a seguinte conceituação para o Twitter:

esse novo instrumento de comunicação e aproximação de pessoas é constituído, antes de tudo, de uma rede social e de um servidor para

---

<sup>38</sup> Doravante será comum referir-me ao livro como “livro-guia”, no sentido de que este livro configurou-se como um “guia” para a minha experiência.

<sup>39</sup> Muitas das percepções acerca de agenciamentos foram notadas – ou construídas – somente a partir da análise das minhas notas de campo, por verificá-las a partir de uma posição mais distanciada temporalmente da experiência vivida ou por percebê-las de maneira mais “isolada” permitindo buscar significações para as decorrências.

<sup>40</sup> Conforme discriminado na nota 7 presente na introdução deste trabalho.

o que é chamado de *microblogging*, de modo a permitir aos usuários o envio e a leitura de atualizações pessoais de outros indivíduos de seu contato, por meio de textos com no máximo de 140 caracteres, os *tweets*, pela internet ou pelo celular, sob o formato de mensagens curtas, ou seja, os nossos populares torpedos ou SMS – sigla de *short messages services*. Por isso, poderíamos também chamar o Twitter de “torpedo ou SMS da internet”. (2009, p. XV – grifos do autor)

Há, portanto, nessa definição uma das marcas distintivas do Twitter: mensagens curtas<sup>41</sup>. Pelo limite de caracteres<sup>42</sup> – tamanho – das mensagens o Twitter é situado como um dispositivo de “microblog”. Comm e Burge conceitualizam os *microblogs* como o exato oposto das outras mídias sociais, pois enquanto as restantes tendem a querer que seus membros contribuam com o máximo de conteúdo possível, os *microblogs* “estabelecem limites estritos para o conteúdo que pode ser inserido... e pensam que esses limites incentivam a criatividade” (p. 16). Os autores destacam que foi justamente o Twitter que estabeleceu e popularizou o padrão do microblog.

Quanto às possibilidades e competências técnicas de uso, os autores explicam que o Twitter pode ser

35

---

um meio de enviar atualizações curtas para aqueles que querem recebê-las. A maneira básica para fazer isso é entrar em sua conta no Twitter na web e digitar o tweet no campo de texto. Qualquer pessoa poderá ler seus tweets desde que escolha olhar seu perfil. Os seguidores também poderão ver as listas de tweets de qualquer usuário que decidam seguir, bastando para isso entrar na página pessoal dele no Twitter. Então, sua experiência com o Twitter se caracterizará por mandar suas próprias mensagens e ler os tweets dos outros. (p. 25-26)

O que está, tecnicamente pressuposto, portanto, são compartilhamentos de mensagens – tweets. Quando um tweet é enviado ele aparece na página inicial de um perfil<sup>43</sup> em ordem cronológica invertida – ou seja, as mensagens mais

---

<sup>41</sup> As mensagens trocadas via Twitter são conhecidas por “tweets”, assim como se definiu um verbo para se referir ao ato de enviar tweets: “tuitar” ou “tuitar”. Bem como aqueles que “tuitam” são os “tuiteiros” que participam da “tuitosfera”.

<sup>42</sup> Que comportam no máximo 140 caracteres. Tal limitação técnica foi pensada para possibilitar o envio de tweets também por aparelhos de comunicações móveis, uma vez que a maior parte dos celulares limita cada mensagem de texto – SMS – em 140 caracteres.

<sup>43</sup> Entendido como participante do Twitter.

recentes aparecem primeiro. No entanto, uma das maiores diferenças em relação aos blogs – além da limitação de caracteres – está na “distribuição” dessas mensagens: quando um tweet é enviado, além de ele aparecer na página inicial de quem o enviou ele é, automaticamente, enviado para todos os “seguidores”<sup>44</sup> daquele participante. Ou seja, quando um participante entra em sua página inicial do Twitter ele recebe, imediatamente, todos os tweets que os participantes que ele escolheu “seguir” estão escrevendo e enviando. Há, portanto, uma potencialidade de dinâmicas muito intensas e fluídas.

Outra característica central do Twitter, talvez a mais proeminente seja a mobilidade. Além das possibilidades de envio de tweets pela web a partir de um computador há a possibilidade e fazê-lo via telefones móveis. Felipe Speck<sup>45</sup> (2009, p. 43) lembra que o Twitter, quando desenvolvido, foi pensado justamente para uso majoritariamente a partir telefones móveis com conexão à internet. Tal possibilidade técnica potencializa um imediatismo muito intenso a partir dos usos do Twitter, pois pode-se enviar tweets a respeito de determinado acontecimento no momento mesmo em que está acontecendo. Pode-se tirar o celular do bolso estando dentro de um ônibus que está parado em algum engarrafamento e twittar avisando do congestionamento, circulando a informação que pode “fazer-fazer” uma pessoa a evitar aquela via congestionada. Esse exemplo, um tanto banal, evidencia uma das vantagens que os autores do livro-guia dispensaram ao Twitter. Para eles

peço pelo fato de o Twitter ter um grupo de seguidores formado por profissionais e indivíduos com alto nível educacional, isso pode funcionar como um centro permanentemente aberto de informações e ajuda para quase todo assunto que você possa imaginar. (p. 30)

E é nesse sentido que eles situam o “poder do Twitter”: podem-se criar inúmeras possibilidades de obter ajuda, informações, retornos imediatos,

---

<sup>44</sup> “Seguidor” ou “follower” são os participantes que escolheram e selecionaram a opção de acompanhar os tweets de determinado twittero.

<sup>45</sup> Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) realizou seu Trabalho de Conclusão de Curso empreendendo um estudo de caso com os objetivos de analisar o Twitter a partir de referenciais teóricos como “socialidade, presenteísmo, tribalismo, nomadismo” desenvolvidos pelo sociólogo Michel Maffesoli.

contatos e até “gerar receita para os negócios”. No entanto, para “aproveitar” o “poder do Twitter” os autores ressaltam a importância de *saber como utilizar o* Twitter. E é essa a intenção principal do livro-guia: revelar dicas, estratégias e abordagens para “aproveitar o máximo do Twitter”.

#### 4. PARTICIPAÇÃO – Minhas interações a partir do Twitter

##### TRADUZIR-SE

Uma parte de mim  
é todo mundo:  
outra parte é ninguém:  
fundo sem fundo.

Uma parte de mim  
é multidão:  
outra parte estranheza  
e solidão.

[...]

Ferreira Gullar

Ao se ensaiar uma etnografia, as palavras – que são nossos instrumentos de trabalho, que nos permitem representar e validar a produção de um conhecimento – muitas vezes nos assombram fantasmagoricamente, pois as utilizamos almejando um significado e significantes específicos e nem sempre estes são interpretados como havíamos previsto. Além de que, como o processo de escrita possui uma dimensão epistemológica, é preciso estar atento às exigências que a própria escrita requer, pois há que cuidar para não utilizar-se de termos, palavras, conceitos que contradigam ou confundam as perspectivas teórico-metodológicas adotadas.

Nesse sentido, uma das grandes dificuldades no processo de escrita deste trabalho esteve centralizada na categorização dos “Tuiteiros”. A maneira mais comum para se referir a eles é através da palavra “usuário”<sup>46</sup>. No entanto, a idéia que esse termo expressa é de um *uso* de mão única, ou seja, apenas o ator humano *usa* e tem *agência* sobre o Twitter. Uma vez que uma das acepções do dicionário *Houaiss* (2001) para a palavra uso é “servir-se de (como meio ou instrumento) visando a (determinado fim); manipular, lançar mão de”. Ou seja, em termos etimológicos, um *usuário* do Twitter apenas *serve-se* dele, o utiliza como *instrumento*, *ferramenta*, apenas *faz*, e não percebe a dimensão *faz fazer* que o Twitter pode agenciar. Entende-se que tanto um ator humano pode estender essa dimensão do *faz fazer* ao Twitter,

---

<sup>46</sup> Remetida a usuário da internet.

criando novas modalidades de uso; quanto o ator não humano – no caso, o próprio Twitter – pode *fazer fazer*, pois há um limite de possibilidades técnicas, como, para utilizar-se de um exemplo emblemático e, até, banal, os *tweets* podem ter no máximo 140 caracteres, logo o Twitter me *fazia fazer* mensagens curtas, ou dividir o que eu escrevia em vários *tweets* diferentes, uma vez que ele me *permitia* um máximo de caracteres utilizados por mensagem.

Portanto e a partir de uma perspectiva sociotécnica que busque perceber tanto a dimensão *social* quanto *técnica*, o termo “usuário” não pode ser utilizado de maneira naturalizada. Tal dilema semântico parece difícil de ser “solucionado”, uma vez que a palavra “usuário” é correntemente utilizada para referir-se àqueles que atuam a partir da internet. Nesse sentido, e buscando um termo que não carregasse tão fortemente o pressuposto da agência humana sobre a internet, uma das possibilidades imaginadas foi a utilização da palavra “participante”, pois ela expressa as idéias<sup>47</sup> de *ser parte / tomar parte / compartilhar / apresentar traços comuns / fazer saber*<sup>48</sup>, o que parece suscitar uma noção de “tanto usar” quanto “ser usada”, tanto “ter agência” quanto “ser agenciada”.

Ao pensar nesses termos pude me situar enquanto “participante” do Twitter; sobretudo no sentido de “compartilhar”, uma vez que uma das características que pude mais proeminentes do Twitter é justamente as inúmeras e intensas possibilidades de compartilhamento, seja de informações, *links* ou comentários cotidianos. Posso dizer que a minha experiência de campo foi, portanto, “fazer parte” do Twitter.

---

<sup>47</sup> Esses são alguns dos sentidos que o Dicionário Eletrônico Houaiss (2001) apresenta para o verbete “participar”.

<sup>48</sup> A utilização da palavra “participante” nesse contexto acaba por pressupor uma “totalidade”, no sentido de que participar é partilhar partes de um todo. Não se pretende, no entanto, marcar pressupostos totalizantes, considerar o Twitter dotado de alguma totalidade. Tem-se, portanto, consciência de que a palavra “participante” agrega significados que não estão sendo dispensados ao Twitter nesse trabalho. Porém, o que se pretende marcar categoricamente aqui é a noção de que tantos atores humanos, quanto não humanos podem ser dotados de agências, procurando-se evitar uma “instrumentalização” dos possíveis usos do Twitter. Diante desse panorama é que se decidiu utilizar “participante” no lugar de “usuário”.

#### 4.1 O (des)cumprimento do plano de 30 dias

O central da minha experiência de campo, como já explicitado, foi procurar seguir o “plano de 30 dias para dominar o Twitter” presente no livro-guia. O objetivo que os autores explicitam para esse plano é “tornar um perfil do Twitter poderoso”, o que seria caracterizado por conseguir e manter muitos seguidores, ou seja, conquistar a adesão de outros participantes. Minha pretensão, entretanto, não estava pautada em alcançar um número expressivo de seguidores ou construir um “Twitter poderoso”, mas sim experimentar – através da minha participação no Twitter – alguns modos e possibilidades de usos e construção de um perfil a partir da visão “expert”<sup>49</sup> apresentada no livro-guia. Tal postura vai ao encontro do que Maria Elisa Máximo sugeriu<sup>50</sup> de ser interessante pensar a produção do ciberespaço do ponto de vista dos sujeitos, ou seja, pensando na *experiência cotidiana*. Desse modo, e procurando observar uma perspectiva sociotécnica, procurei participar das dinâmicas desse dispositivo a partir da experiência, que se tornou cotidiana, de seguir as sugestões apresentadas no livro-guia.

A estratégia retórica que utilizarei para descrever minha experiência foi apresentar o relato de cada um dos trinta dias, separando-os e situando cada um deles a partir da atividade proposta pelo livro-guia. Os títulos utilizados para identificar cada um dos dias foram os mesmos utilizados pelos autores no livro-guia, o que já se apresenta como um indicativo do que os autores consideram relevante para cada dia. Em cada um dos dias também expus, primeiramente, o que os autores apresentam – ou, o que entendi – como sendo fundamental para a realização em cada um dos passos e quais os objetivos com eles.

---

<sup>49</sup> No sentido de que os autores colocam-se, ao escrever o livro, em uma posição de conhecedores das dinâmicas e possibilidades de uso a partir do Twitter.

<sup>50</sup> Em aula que ela proferiu no dia 04/09/2009, na disciplina “Cibercultura e redes sociotécnicas” ministrada pelo Professor Theophilos Rifiotis na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

## 4.2 Plano de 30 dias para “dominar” o Twitter

### @ Dia 1: Cadastro e instalação

A primeira tarefa indicada no livro-guia consistia, obviamente, em fazer um cadastro no Twitter. Parecia algo bastante simples, no entanto, Comm e Burge chamam a atenção para uma série de detalhes importantes, que estão ligados com o que se pretende com o Twitter que se vai construir. A primeira grande decisão é se a página promoverá uma marca pessoal, um site na web ou uma empresa; em seguida, deve-se ter cuidado ao escolher o nome de usuário – é preciso ser adequado, fácil de lembrar e intimamente ligado à pessoa que fará o cadastro. O próximo passo é criar a *bio*<sup>51</sup> que o autor considera muito importante e que exige uma boa reflexão, já que é a partir dela que o *sujeito* se apresenta no Twitter.

A partir dessas sugestões e explicações pode-se perceber que para os autores, o Twitter apresenta três *faces* que estão intimamente ligadas e demonstram alguns dos objetivos e modos de uso: marca pessoal, nome de usuário e “bio”. Esse tripé consiste na apresentação que o Twitter terá aos demais participantes. Com esses elementos cria-se, portanto, uma espécie de *corpus de interação*. É através dele que se trocam mensagens, links e pode-se ser *seguido*<sup>52</sup>.

Esse primeiro cadastro é aparentemente simples, contem apenas quatro campos: nome completo, nome de usuário, senha e endereço de e-mail. Há também a solicitação para digitar alguns caracteres, que os autores

---

<sup>51</sup> Descrição biográfica em 160 caracteres (ou seja, o dispositivo limita – tecnicamente – a quantidade de caracteres que um participante pode se apresentar) que aparece ao lado direito da tela, logo abaixo do nome e localização.

<sup>52</sup> Destaca-se, no entanto, que há outras formas de utilização que não necessitam desse cadastro: quando se “visita” o perfil de um participante sem ter um cadastro no Twitter; uma vez que o Twitter é “aberto” e apenas conhecendo o nome de usuário pode-se entrar na página inicial ([www.twitter.com/nomedousuário](http://www.twitter.com/nomedousuário)) e entrar em contato com o que determinado participante divulgou / “twittou”. Atentando-se também para a especificidade de que alguns participantes podem optar por manter seus “perfis fechados”, o que significa que só poderão entrar em contato com suas mensagens aqueles participantes que tiverem cadastro no Twitter e forem seus seguidores – e para um participante passar a *seguir* um “perfil fechado” é preciso que esse participante aceite *ser seguido*.

explicam que “será solicitado também que digite um par de palavras para provar que você é humano” (p. 35) – o que, normalmente, é uma estratégia para evitar *spam*<sup>53</sup>. Há, na efetivação do cadastro uma espécie de “exigência de humanidade”, é preciso “provar” que se é humano, o que acaba criando a noção de que ao participar do Twitter as interações serão estabelecidas apenas com outros humanos<sup>54</sup>.

A criação do perfil no Twitter que envolve criar um nome de usuário, descrever-se (em 160 caracteres) e apresentar uma foto, configura-se na preparação para a “apresentação do eu” (MÁXIMO, 2006). As informações e estilizações presentes e relacionadas ao perfil do Twitter de um determinado participante serão as maneiras primeiras de relacionar-se, constituíram o “seu eu no Twitter”. Máximo, ao tratar da criação de blogs e o processo de “apresentação do eu” dos blogueiros chama a atenção

para o momento da criação, da confecção, de um blog como um momento fundamental na *apresentação do eu* nesse universo. Trata-se de um momento que se situa, por sua vez, no nível da interface ou, mais especificadamente, no nível da ferramenta utilizada para a publicação do blog. Isto quer dizer que para se apresentar e interagir nesse universo, um blogueiro tem antes que se apresentar e interagir numa dimensão técnica, que estipula padrões, formas e procedimentos específicos cuja compreensão e manipulação exigem uma competência diferenciada: uma **competência técnica** constituída pelos conhecimentos e habilidades do blogueiro, ou futuro blogueiro, para agir e lidar na interface, na ferramenta e com serviços e recursos que ela dispõe. (2006, p. 72 – grifos da autora)

Ao falar do processo de criação dos blogs, a autora destaca que esse é o momento em que, utilizando-se das habilidades, competências técnicas, o “eu” é “apresentado”. Há algumas especificidades que podemos ressaltar em relação ao Twitter, sobretudo pelo caráter “disseminador das informações” próprio desse dispositivo, ou seja, como os tweets são automaticamente disponibilizados nas páginas iniciais dos seguidores, desde que se siga determinado participante não é necessário acessar o perfil dele para ler os

---

<sup>53</sup> Que são mensagens não solicitadas enviadas para muitas pessoas.

<sup>54</sup> A partir desse tipo de linguagem, invisibiliza-se, ainda mais, os atores não-humanos, que podem ser tanto os aparatos técnicos, quando mensagens de *spam*.

seus tweets, pois eles aparecerão em sua página inicial<sup>55</sup>. Portanto, ao contrário dos blogs, nos quais é preciso “ir” até eles, até suas páginas iniciais para ler as atualizações, ou seja, entra-se em contato com o “eu apresentado”; o Twitter possibilita o compartilhamento das informações sem estar, necessariamente, em contato com a apresentação dos participantes. Outra diferenciação que podemos apontar é relativa ao “espaço” que se tem disponível para apresentar-se. Na maioria dos blogs é possível fazer uma descrição, apresentação do participante que apareça constantemente na página inicial do blog, mas também, apresentar informações complementares, divulgar fotos etc. No Twitter há uma limitação para essa apresentação: o espaço para apresentar-se tem o limite de 160 caracteres e pode-se divulgar apenas uma foto no seu perfil<sup>56</sup>. O que se percebe é um alto grau de customização em muitos dos perfis no Twitter, ou seja, intensifica-se a “apresentação do eu” nos espaços disponíveis para se transmitir o máximo de informações.

Outra característica que Máximo destaca é a necessidade de competências técnicas, conhecimentos de *como* interagir na interface a partir das possibilidades que ela permite. No âmbito dessas competências necessárias eu encontrei minhas primeiras dificuldades na constituição da “apresentação do eu”. A primeira delas foi cadastrar um nome de usuária<sup>57</sup>. Eu

---

<sup>55</sup> No entanto, como o Twitter não é uma “rede fechada” por definição, conforme nota 57, algumas pessoas que não possuem Twitter podem visualizar os perfis de participantes do Twitter e entrar em contato com a “apresentação do eu” do participante. Mas é preciso destacar que, como as atualizações de tweets são automáticas no momento em que são enviados, os participantes que seguem muitos outros participantes normalmente tem uma grande quantidade de tweets publicados, o que se configura em uma dinâmica muito veloz e que, em muitos momentos, impossibilita que todos os tweets sejam acompanhados (uma vez que os tweets aparecem em ordem cronológica: os mais recentes aparecem no “topo” da página inicial). Portanto, o que é comum acontecer é um determinado participante acessar os perfis de alguns outros participantes específicos para acessar os tweets que somente aquele participante escreveu, já que no perfil de cada participantes aparecem os seus tweets organizados em cronologia.

<sup>56</sup> Outra maneira de apresentar-se é a partir dos “planos de fundo” das páginas iniciais, eles serão discutidos no “dia 2”.

<sup>57</sup> Que é o nome com o qual se divulga minhas mensagens e entra-se em uma página inicial de Twitter. Nome de usuário é um campo a ser preenchido no cadastro no dispositivo. Apesar de

havia decidido, de início e para seguir a sugestão do autor, que faria o cadastro com um nome simples que remetesse a minha própria denominação, mas que de preferência não precisasse usar o sobrenome. No entanto, todas as variações que pude imaginar para “Dalila” já estavam registradas, sendo que a maioria era de perfis aparentemente “abandonados”. Após uns 15 minutos consegui registrar o nome de usuária: “dalila\_floriani”, acabei por utilizar meu nome e sobrenome completos.

O próximo passo, que era formatar as configurações, inclusive a “bio” exigiu bastante reflexão, afinal foi um tanto difícil *definir-se* em apenas 160 caracteres<sup>58</sup>. Em seguida, a tarefa – que foi um tanto complexa para mim –: procurar uma foto. Comm e Burge dispensam uma importância muito grande para a imagem com a qual será divulgado um perfil do Twitter, segundo eles é necessário que a foto tenha algumas características específicas que representem “quem você é”, além de ser necessário que seja uma “foto bela”. Eles sugerem como ideal que a foto tenha: *close* (maior enquadramento) no rosto, que esteja sorrindo tranquilamente e com um fundo *clean* (um ambiente que não seja muito escuro). Ou seja, destaca-se a importância da construção de um “eu convincente”, que seja interessante, atrativo e que possa conquistar adesão – seguidores – que é o que os autores consideram como “sucesso no Twitter” no qual é possível estabelecer contatos e interações que podem ser “valiosos”<sup>59</sup>.

### **@ Dia 2: Crie sua imagem de fundo**

Ao explicar as “atividades” do segundo dia, Comm e Burge anunciam que será um dia de criatividade, pois “sua imagem de fundo é importante, então vale a pena fazer direito” (p. 245). O “plano de fundo” é uma imagem que faz as “bordas” para o perfil de participante, de modo a enquadrar, da maneira que cada participante escolher, o espaço central em que os tweets são divulgados.

---

optar pela conceituação de “participante”, utilizei o termo “nome de usuário” para corresponder-me ao campo específico. Esse título é dado pelo próprio dispositivo.

<sup>58</sup> Optei por explicar, por questões éticas, nesse espaço que sou estudante de Ciências Sociais e que estava pesquisando o Twitter.

<sup>59</sup> O autor considera como “contatos valiosos” aqueles que podem acarretar algum benefício ao participante do Twitter.

Ao efetuar o cadastro no Twitter (atividade do dia 1) há uma página padrão<sup>60</sup> (figura 02)<sup>61</sup>, sobre a qual são configuradas as customizações e alterações que cumprirão o papel de “apresentar o eu” dos participantes. A atividade indicada para o segundo dia da experiência era a criação de um “plano de fundo”, que é a imagem que substitui o fundo azul em torno da caixa central do Twitter. Esse plano de fundo representa, portanto, uma “moldura para o eu” apresentado ali. Os autores destacam grande importância para esse fundo, pois a partir dele está-se divulgando características sobre quem você é, ou sobre o seu trabalho (eles destacam que é uma boa maneira de divulgar os serviços e produtos de uma empresa a partir do *background*).

O autor sugere que não se escolha entre os 12 modelos de planos de fundo padrões que o Twitter oferece<sup>62</sup>, mas que se crie um, ou melhor ainda, contrate-se um *web designer* para elaborar um *background* que consiga comunicar a imagem que se deseja divulgar. Ou seja, na criação da “personalidade” de um participante no Twitter a personalização é altamente valorizada.

---

<sup>60</sup> É relativamente comum encontrar páginas de Twitter cadastradas sem nunca terem sido utilizadas, elas aparecem, muitas vezes, como na figura 02, sem nenhuma atualização ou mensagem escrita. Imagina-se que parte das páginas que ficam “abandonadas” são de participantes que as cadastraram e não tiveram interesse em participar da dinâmica – e não realizaram a exclusão do perfil – ou então não compreender a dinâmica, as competências técnicas para

<sup>61</sup> Nota-se que no interior do quadro branco – espaço em que os tweets serão publicados – há uma lista de sugestões do que fazer: mandar tweets, encontrar amigos e cadastrar o telefone celular para atualizar o Twitter; de modo que o próprio dispositivo orienta, tecnicamente, o que é mais importante fazer. No entanto, como eu organizei minhas ações a partir do livro-guia elas serão realizadas em outra ordem

<sup>62</sup> Ao realizar o cadastro no Twitter, o próprio dispositivo oferece um conjunto de planos de fundo para se escolher. No entanto permite que se coloque como fundo qualquer outra imagem, de modo que os participantes podem imprimir para sua página inicial a característica que preferir.

Figura 02: Página do Twitter, já cadastrada, mas ainda sem nenhuma configuração pessoal

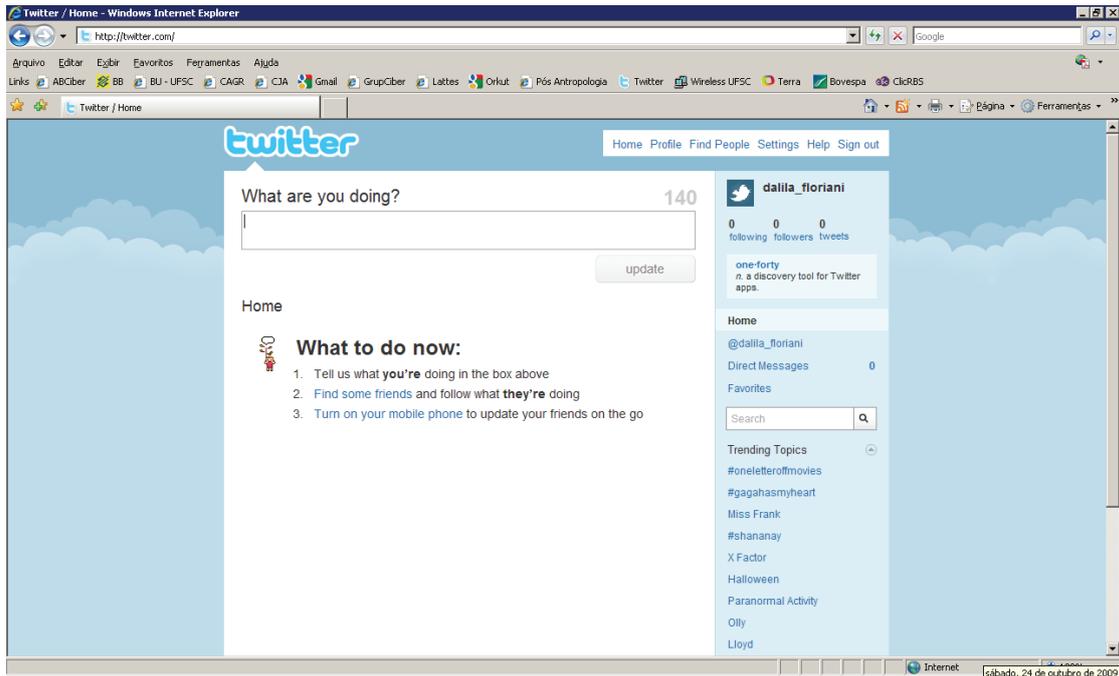
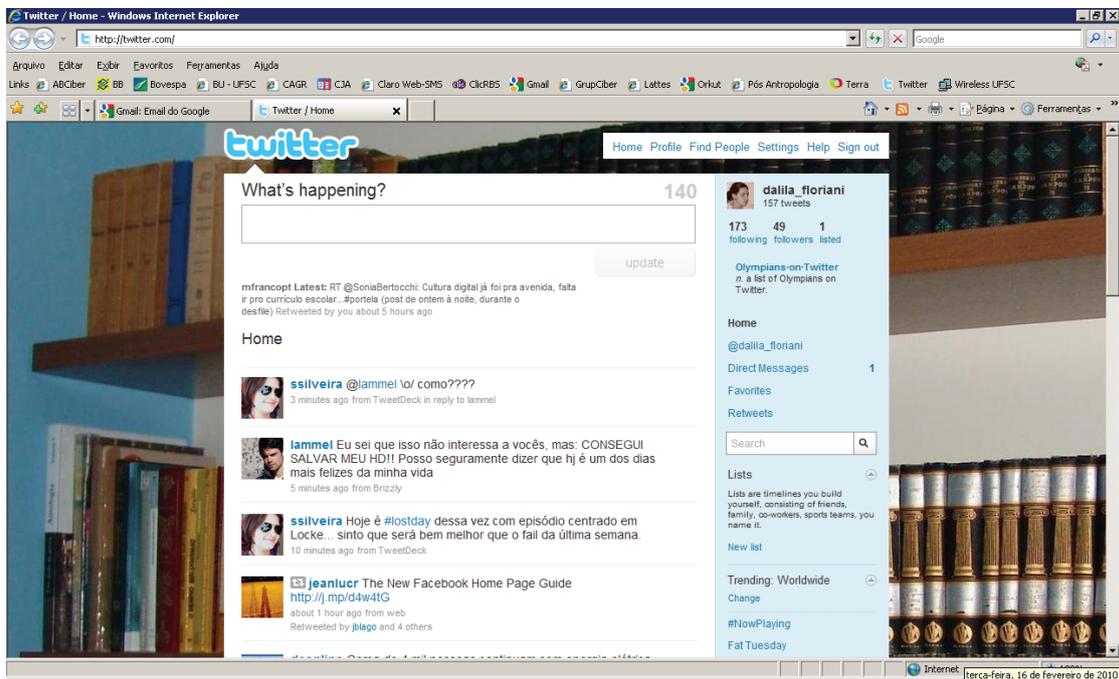


Figura 03: Meu perfil no Twitter customizado



Para a elaboração do plano de fundo do meu Twitter (figura 03) iniciei verificando vários planos de fundo – com as características destacadas por

Comm<sup>63</sup> apontou como necessárias –, logo vi que não teria competência técnica para eu mesma montar essa imagem. Procurei então nos sites que oferecem planos de fundo prontos – e que o autor listou –, entretanto os que eram gratuitos não me pareceram bonitos e os que eram interessantes tinham um alto custo<sup>64</sup>. Resolvi então utilizar alguma imagem do meu arquivo – reduzido – de fotografias. Comecei com as minhas preferidas, mas elas não ocupavam toda a tela... Depois de mais de 30 minutos encontrei uma fotografia de minha estante de livros, no entanto a imagem ficou maior do que a tela e aparecia apenas uma parte da fotografia. Fui cortando a imagem até encontrar um tamanho adequado, levei cerca de 15 minutos. Há, portanto, uma limitação técnica, um conjunto de conhecimentos necessário para deixar a imagem com dimensões específicas para que ocupe a tela do computador. No meu caso, como não domino edição de imagem, foi um processo trabalhoso e demorado. A escolha pela fotografia que passou a compor meu plano de fundo se deu por imaginar que ela se relacionaria com o trabalho acadêmico que eu estava desenvolvendo a partir do Twitter, por ser uma imagem de livros imaginei que suscitaria relação com a descrição que apresentei na “bio”, na qual esclareci ser uma estudante de ciências sociais que estava pesquisando o Twitter. Para se alcançar “satisfatoriamente<sup>65</sup>”, portanto, a construção da apresentação visual do Twitter se faz necessário um repertório de competências técnicas, que permite elaborar uma apresentação mais sofisticada, ou então estar disposto a pagar pelos serviços de um profissional de design.

Os dois primeiros dias em que as atividades concentram-se em se cadastrar, apresentar uma descrição, divulgar uma foto e estabelecer um plano de fundo para o Twitter constituem a criação e apresentação do *corpus* com o qual se interage em algumas das ações no Twitter.

### **@ Dia 3: Dê uma lida**

---

<sup>63</sup> De que suscitasse relação com os objetivos para o meu Twitter. Pode-se organizar um plano de fundo com o logotipo de uma empresa, por exemplo, ou até mesmo um conjunto de fotos pessoais.

<sup>64</sup> Em dólar, uma vez que só encontrei sites norte-americanos oferecendo esse tipo de serviço.

<sup>65</sup> Conseguir alcançar todos os objetivos que o autor situa como centrais – sobretudo o de conseguir muitos seguidores.

A atividade do terceiro dia consistia em dar uma “boa olhada nos tweets que são escritos”, prestar atenção em quais tipos que recebem mais respostas, o que se costuma comentar pelos tweets e como acontecem as discussões. Mas ainda não era “hora de seguir twitteiros”, pois era preciso ter tweets para mostrar quando alguém visitar a minha página. Como um dos objetivos do Twitter envolvia conseguir adesão através de seguidores, os autores destacam a importância de produzir conteúdo, escrever alguns tweets antes de seguir outros participantes e divulgar sua página. Pois é, nesse sentido, preciso mostrar um “eu convincente”, “interessante”, que valha a pena ser seguido, o que é feito, sobretudo, a partir dos tweets.

Nesse ponto era preciso considerar quais modalidades, “tipos” de tweets recebem réplicas, respostas – o que é, para os autores, um dos grandes indicativos de “sucesso”. A idéia consistia, portanto, em observar, ver modos e atuação, linguagem utilizada na escrita dos “tweets de sucesso” para utilizar-se dessas estratégias e criar um repertório do que seria um “tweet interessante”. Desse modo o Twitter que é interessante construir, a partir dessas perspectivas apresentadas no livro-guia, deve ser dinâmico, o que significa compartilhar informações que interessem os outros participantes, que levem à adesão e divulgação do conteúdo. É a partir desse dinamismo que o Twitter pode tornar-se “poderoso”, ser capaz de influenciar pessoas a consumirem, conhecerem algum produto ou até mesmo promover uma imagem pessoal.

Observei, portanto, alguns perfis e os tweets enviados, no entanto, como havia mantido por um longo tempo um perfil no Twitter<sup>66</sup> no qual eu lia,

---

<sup>66</sup> Mantive, por cerca de cinco meses um perfil de Twitter – iniciei minha participação por curiosidade a partir de um convite recebido em meu e-mail pessoal, no qual apenas lia alguns tweets, informações de conteúdos que me interessavam. Não estabeleci contatos a partir de tweets escritos por mim nessa experiência, o que acabou por sobrepor a observação do que era comum compartilhar e quais os principais usos. Como não escrevi nenhum tweet – ou seja, não participei efetivamente como produtora de informação a partir do Twitter, constitui-me como uma “consumista” das informações divulgadas. Ao iniciar esse trabalho de campo optei por excluir esse antigo perfil e criar um novo cadastro observando e procurando seguir as orientações presentes no livro-guia. No entanto, o que é importante ressaltar aqui, é que essa experiência anterior ao meu trabalho de campo acabou por contribuir para a criação de uma noção do que os participantes os quais eu seguia produziam, escreviam. Iniciei meu trabalho

“consumia” a informação gerada, eu não observei muitas “novidades” nos conteúdos gerados em relação ao que eu tinha encontrado na experiência anterior. Pude encontrar sobretudo alguns assuntos compartilhados no Twitter a partir dos tweets que podem ser agrupados:

- tweets estritamente relacionados ao cotidiano do participante, como, por exemplo, dizer o que se estava fazendo naquele momento, o que estava comendo, lendo etc;

- tweets de divulgação de informações<sup>67</sup>, notícias, eventos que serão realizados, novidades e descobertas científicas etc;

- tweets reflexivos, os quais refletem tanto sobre questões pessoais muito ligadas à subjetividade e experiência dos participantes, quanto temas de grande abrangência, como assuntos ligados a eventos de alcance massivo;

- tweets de pedidos de ajuda, seja através de perguntas sobre algum tema específico, seja solicitando informações sobre onde encontrar determinado produto, referência;

- tweets conversacionais, nos quais se dirige a mensagem para algum ou alguns participantes específicos<sup>68</sup> e se estabelece um diálogo.

---

de campo com um certo repertório, portanto, de assuntos os quais eram comuns serem compartilhados a partir do Twitter.

<sup>67</sup> Grande parte dessas informações são compartilhadas a partir da divulgação de links, que possuem uma importância específica nas dinâmicas do Twitter. Mais adiante serão destacadas essas especificidades.

<sup>68</sup> Para escrever um tweet que seja direcionado a alguém se escreve no tweet a menção a esse participante desse modo: @nomeusuário (nome de usuário do participante para o qual se dirige a mensagem), sendo possível mencionar vários participantes em um mesmo tweet. Quando um participante recebe uma mensagem com menção ao seu nome de usuário, além dela aparecer na página inicial do Twitter do participante (e também do restante dos seguidores) ela é arquivada no canto direito, há o link @nomeusuário no canto direito da página inicial do Twitter (pode-se observar na figura 03 que há @dalila\_floriani na minha página inicial, todos os participantes possuem esse link em suas páginas iniciais). Ao acessar esse link são listadas, cronologicamente das mais recentes para as mais antigas, todas as mensagens que o participante teve o seu nome de usuário mencionado. Tal recurso técnico possibilita e permite que um participante veja as mensagens nos quais foi mencionado muito tempo depois que a mensagem foi escrita. Se não houvesse essa possibilidade seria difícil para um participante que segue muitas pessoas (logo recebe um grande montante de

Há, sem dúvida, muitas outras modalidades de interação a partir de tweets, no entanto, as que pude observar com maior frequência e intensidade estão inseridas em algum desses grupos ou gozam de algumas dessas características.

A partir da leitura e do contato com os tweets escritos pelos participantes que observei pude imaginar que eu encontraria dificuldade em compartilhar tweets, sobretudo por estar desenvolvendo a experiência a partir das perspectivas do livro-guia que sempre alertava sobre compartilhar tweets que possam adequar-se ao interesse de outros participantes. Ou seja, era preciso ter a competência de escrever tweets que pudessem ser interessantes, que “convencessem” outros participantes a me seguir e receber meus tweets.

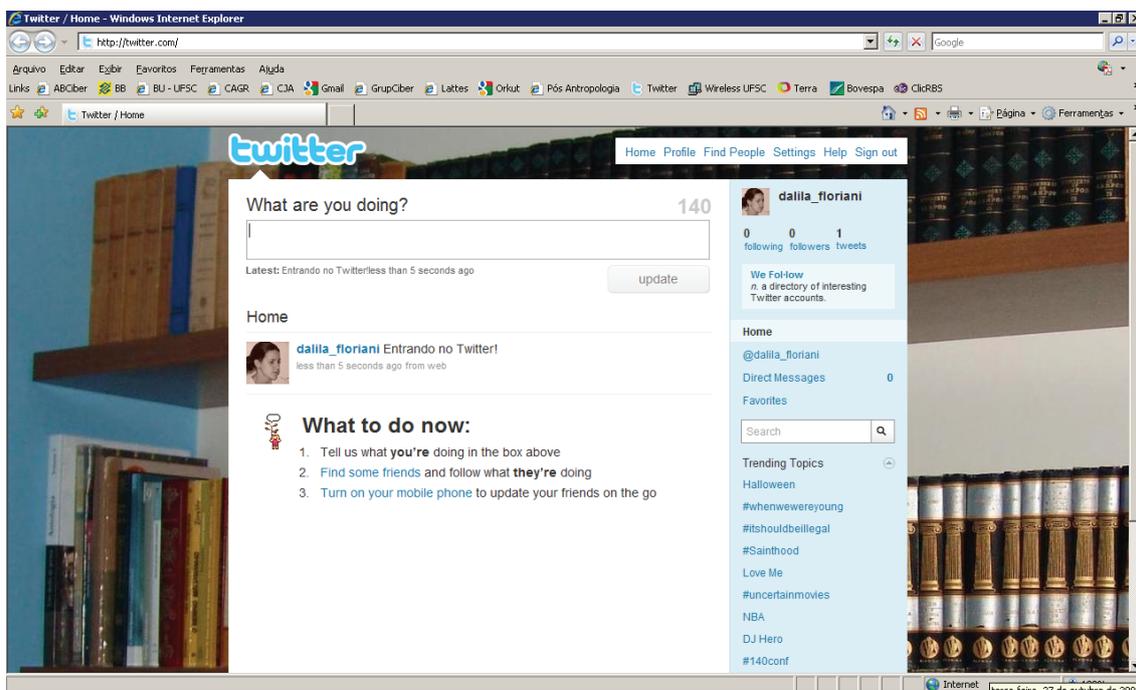
#### **@ Dia 4: Escrevendo seus primeiros tweets**

Iniciar a escrita de tweets conflui para o início de meu compartilhamento a partir da escrita de mensagens no Twitter. A atividade sugerida para o quarto dia era a de enviar o primeiro tweet. Para isso os autores recomendam escrever a “primeira coisa que vem à cabeça” e não se preocupar se parecer “tolo”, pois há como apagar – já que o perfil ainda não havia sido divulgado, o que pressupunha que ainda não haveria outros participantes seguindo e portanto, a mensagem ainda não seria compartilhada, lida.

Esforcei-me para pensar em um primeiro tweet que pudesse ser interessante, mas nada me pareceu bom. Optei então por acatar a sugestão dos autores para quem não havia pensado em nada: começar com uma frase como: “entrando no Twitter”. Apesar de não considerar a mensagem nada original – no sentido de não parecer que pudesse ser interessante aos outros participantes – a escrevi em meu primeiro tweet (figura 04).

Figura 04: Meu primeiro tweet.

Na imagem pode-se observar a frase “What are you doing?”<sup>69</sup> seguida de uma caixa que é onde se escreve os tweets. Abaixo se vê minha foto, meu nome de usuário e o tweet que escrevi. Essa é a apresentação de um tweet, é com essa formatação que ele disponibilizado no twitter do participante que me seguir.



A sugestão é que fosse enviado um tweet a cada duas horas aproximadamente, o que demonstra a importância da velocidade, agilidade na divulgação de informações via tweets. Há uma valorização dos participantes que produzem grande quantidade de informação, no entanto, parece haver um “limite de equilíbrio”, pois quando algum participante produz informação excessivamente, ou seja, twitta demais e sobre qualquer assunto ou temas considerados “inúteis, desinteressantes”, normalmente não é bem aceito por grande parte dos participantes<sup>70</sup>.

<sup>69</sup> “O que você está fazendo?”, em inglês.

<sup>70</sup> Nesses casos é, relativamente, comum que participantes que se sentem incomodados com a quantidade de informações, consideradas muitas vezes inúteis, que “enchem” sua página do Twitter de conteúdo de um mesmo participante deixem de seguir, receber os tweets desse participante. Deixar de seguir, ou, como se diz dar “*unfollow*” em algum twitteiro é deixar de

Não consegui twittar a cada duas horas, conforme a sugestão dos autores, parece difícil imaginar tantos tweets “interessantes” para compartilhar. Essa foi, talvez, a maior dificuldade durante o processo de trabalho de campo: escrever tweets com frequência e tratando de temas que os autores do livro-guia consideravam como “conteúdo que seja interessante, divertido e valioso” (p. 75). Além do primeiro tweet, escrevi outro no final do dia, reflexionando sobre o “momento de sono ser um período de tirar férias de mim”. Imagino que esse tipo de conteúdo não seria exatamente o que Comm e Burge considerariam como conteúdo “interessante, divertido e valioso”.

### **@ Dia 5: Começando a seguir**

Segundo os autores é nesse “passo” que o movimento no Twitter tem “de fato início”. Pois é a partir do momento em que se passa a seguir outros participantes que se “mostra e apresenta” aos demais participantes, passa a receber os tweets de quem está seguindo na página inicial. É a partir do quinto dia que as ações tornam-se, de fato, dinâmicas.

A sugestão é seguir os principais *twitteiros* de sua área e verificar quantos passaria a seguir em troca. E claro, sem deixar de escrever tweets<sup>71</sup>. Consegui, em minha modesta participação e pouca convivência nesse tipo de mídia, seguir 14 perfis. Todos de pessoas conhecidas. Ao final do dia obtive apenas uma seguidora – uma amiga minha a qual eu já estava seguindo<sup>72</sup>.

Percebi que a partir do momento que passei a seguir o primeiro perfil os tweets dos demais perfis que fui seguindo passaram a aparecer desde a hora do primeiro que adicionei. O que deixou minha página inicial do Twitter rapidamente com muitas mensagens. Desse modo, tecnicamente, o Twitter disponibiliza uma quantidade de informações muito elevada logo do início da

---

prestigiá-lo, uma vez que não estava sendo capaz de produzir conteúdos que fossem considerados “interessantes”.

<sup>71</sup> Marcando de maneira intensiva a necessidade da presença no Twitter.

<sup>72</sup> Esse tipo de ação é bastante usual no Twitter, seguir algum participante porque ele o segue. Há uma dinâmica de “reciprocidade”, é como se fosse um agradecimento por tê-lo seguido. Alguns participantes inclusive automatizam esse processo e configuram para que eles passem a seguir um participante imediatamente do momento em que ele passa a seguido.

participação<sup>73</sup>. Tal disponibilidade de mensagens imediatamente ao seguir participantes parece apresentar de imediato um dos grandes motes do Twitter: a agilidade de levar um número altíssimo de informações até o participante<sup>74</sup>. Ou seja, o Twitter, enquanto elementos técnicos, configura-se de modo a dinamizar e aumentar a quantidade de informações nos perfis.

### **@ Dia 6: Adicione amigos e conhecidos e comece a responder**

No sexto dia a tarefa consistia em expandir a lista de amigos, conhecidos e contatos no Twitter; além de responder a perguntas dos seguidores – o que poderia gerar conteúdo extra. Desse modo, a partir desse momento a interação tendia a aumentar, pois a idéia consistia em trocar mensagens de modo mais dinamizado, além de continuar seguindo novos perfis e conquistando novos seguidores.

Decidi, como estratégia que pudesse possibilitar “ver a rede” acontecendo, procurar acompanhar tudo que fosse escrito por quem eu estava seguindo e que, conseqüentemente, aparecia em minha página inicial. Desse modo procurei ler todos os tweets que haviam sido escritos, até mesmo dos períodos em que não estava conectada no Twitter. Havia um grande volume de mensagens, já que estou seguindo canais de notícias<sup>75</sup>, como jornais, por exemplo, que escrevem tweets com alta freqüência. Não tive muita dificuldade, pois apesar de ser um grande montante de informações, é uma leitura bastante rápida. No entanto, é um trabalho, tecnicamente maçante, pois na página inicial aparecem dez tweets, ao final da página há o “more” (mais) que apresenta os dez tweets anteriores e assim consecutivamente. Portanto, é necessário esperar a página carregar, o que às vezes é demorado, pois depende da

---

<sup>73</sup> Do mesmo modo quando um participante decide parar de seguir outro participante, todas as mensagens escritas por aquele participante são automaticamente retiradas do perfil, desde o primeiro tweet que havia registro.

<sup>74</sup> Uma vez que os *tweets* dos participantes que eu *sigo*, aparecem em minha página inicial – quando faço o login com meu nome de usuário e senha, pois ao entrar em uma página inicial de algum participante as mensagens disponíveis são aquelas escritas por ele.

<sup>75</sup> A maioria desses canais divulga tweets com uma espécie de resumo de notícias, quase sempre acompanhado do link que dá acesso ao conteúdo todo. O que constitui uma maneira eficiente de acompanhar as notícias: acompanham-se as chamadas das notícias e lêem-se, na íntegra, apenas aquelas que mais interessarem.

conexão, e como a quantidade de tweets que aparecem em cada página é relativamente pequena – em relação à quantidade de tweets divulgados – é preciso voltar muitas vezes às páginas anteriores. Tal organização da interface, que dificulta de algum modo o retorno aos arquivos, aponta para a valorização do que é imediato e atual. Nesse sentido, Speck discute que

as mensagens que transitam pela rede social são instantâneas e direcionadas pela vontade do emissor. A pergunta “O que você está fazendo?” remete a uma idéia de tempo, marcado pelo *presenteísmo* e instantaneidade dos encontros que, segundo Maffesoli tem sido uma forte característica das formas de socialidades presentes na sociedade contemporânea, cuja efemeridade produz a formação de novos arranjos sociais (2009, p. 31)

Há, portanto e marcadamente, uma extrema valorização do que é produzido e divulgado de imediato.

Nesse dia mandei alguns poucos tweets e também a minha primeira “direct message”, que é uma mensagem direcionada a algum contato específico, a qual apenas esse contato tem acesso. O Twitter, portanto, apesar de ter características sumariamente “abertas”, pessoas que não tem cadastro podem participar observando mensagens trocadas por participantes cadastrados, há também a possibilidade de trocas e diálogos restritivos, nos quais apenas um ou alguns participantes tenham acesso.

---

54

### **@ Dia 7: Comece a adicionar grandes participantes**

A tarefa do sétimo dia era se esforçar para tornar-se seguidora dos twiteiros com as maiores listas de seguidores. Como sugestão para descobrir quais são os participantes com maior número de seguidores os autores sugeriram observar *rankings* dos maiores twiteiros<sup>76</sup>. Olhei então o *ranking* brasileiro<sup>77</sup> que mostra os 30 perfis brasileiros mais seguidos. A maior parte é composta por artistas populares, sobretudo que participam da televisão – não reconheci como celebridade apenas um dos perfis. Nesse dia o brasileiro mais

---

<sup>76</sup> Há uma série de *rankings* que disponibilizam quais são os participantes do Twitter que possuem maior número de seguidores, logo, na perspectiva do livro, os twiteiros mais “poderosos”.

<sup>77</sup> <[www.twittertrendingtopics.com/ranking](http://www.twittertrendingtopics.com/ranking)>

seguido era o apresentador Luciano Huck, com mais de um milhão de seguidores<sup>78</sup>. Também verifiquei o *ranking* disponível no <www.twitterholic.com> que apresenta os 100 perfis mais seguidos dos EUA. Grande parte dessa lista também estava sendo composta por celebridades.

A utilização do Twitter por parte de celebridades (ou aspirantes a celebridades) é bastante intensiva, muitos artistas percebem e utilizam no Twitter uma maneira de aproximar-se de seu público, esclarecer dúvidas, divulgar eventos e produtos. Muitos dos artistas que aderiram ao Twitter explicam sua adesão no sentido de poderem se “aproximar” do seu público, desmentir notícias falsas, divulgar eventos que terão participação, enfim, estabelecerem comunicação mais direta, sem a “interferência de jornalistas”. Por outro lado, os admiradores que seguem seus ídolos no Twitter vislumbram a possibilidade de terem um contato “aproximado”, quase íntimo com o artista. Pelo que pude observar nesse sentido, muitos fãs dedicam sua página no Twitter a acompanhar seus ídolos – e outros fãs –, escrever mensagens sobre e para os seus ídolos e esperam receber alguma resposta direcionada<sup>79</sup>. Abre-se, portanto, outros modos e objetivos de atuação a partir do Twitter.

Dessas listas dos “grandes twitteiros” passei a seguir apenas dois ou três participantes, pois a maioria que ocupava os rankings insere-se no interior de estilos dos quais não compartilho.

### **@Pausa 1**

Teve um feriado e fui visitar meus pais, no entanto, o acesso à internet na casa deles estava restrito e não consegui acessar o Twitter – uma vez que estava utilizando o Twitter apenas pelo computador, para seguir as sugestões do manual. Portanto, a não utilização do celular para enviar mensagens via Twitter fez com que eu não participasse intensamente de todas as

---

<sup>78</sup> Em 22/02/2010 à 1h43 o primeiro lugar no *ranking* ainda era do apresentador Luciano Huck, com 1.725.766 seguidores. No dia 30/06/2010, as 13h24 – momento em que se finaliza este trabalho, apresentador Luciano Huck ainda encontra-se na posição de twitteiro mais seguido do Brasil, contando com 2.002.561 de seguidores.

<sup>79</sup> Pude ler alguns tweets de fãs divulgando, de maneira muito destacada, respostas, mensagens que receberam dos seus ídolos, sobretudo quando elas são feitas mencionando o nome de usuário de alguns fãs.

possibilidades engendradas pelo Twitter, afinal a mobilidade – sobretudo a partir do telefone celular – é uma das características mais marcantes e valorizadas pelos próprios participantes.

Ao ficar sem acesso à internet pude me perceber curiosa para verificar o que estava sendo escrito, quem estava participando das trocas de mensagens, se algum participante tinha passado a me seguir. Parece-me que esse é um exemplo emblemático para demonstrar a *agência* dos seres não humanos, pois como eu estava viajando e sem acesso à internet eu não podia utilizá-la. A grosso modo “ela” decide quando posso utilizar ou não, afinal, sem internet não é possível realizar uma série de atividades.

### **@ Dia 8: Adicione mais participantes**

Para o oitavo dia, o “passo” envolvia adicionar e seguir mais perfis a partir das listas dos principais seguidores – aqueles que postam regularmente e têm uma longa lista de seguidores.

Iniciei observando meus seguidores – “conhecendo-os” –, quem estava me seguindo. Havia, no momento seis seguidores, sendo eles dois que eu ainda não conhecia de outras relações. Antes de passar a seguir mais perfis procurei ler tudo o que foi escrito e aparecia em minha página inicial enquanto estive ausente. Como fiquei o final de semana sem acessar o Twitter, havia uma quantidade excessiva de tweets que ainda não tinha lido. No entanto, pude perceber que o maior número de tweets escritos – ao menos pelos meus contatos – coincide com o horário comercial e início de noite durante a semana, talvez por ser horários em que há um maior de acessos à internet.

Apesar de seguir outros participantes ser mais “fácil” do que conseguir seguidores, encontrei um pouco de dificuldade para encontrar participantes – além dos que eu conhecia e mantinha contato a partir de outras relações –, pois “seguir” significava “aderir”, aceitar receber e, conseqüentemente ler o que outros participantes compartilhavam.

### **@ Dia 9: Envie uma pergunta**

A essa altura, Comm e Burge pressupõem que já se tenha uma lista de seguidores longa o suficiente para se fazer uso dela, portanto, sugerem enviar uma pergunta, que não tem muita importância em si, pois a idéia é ver “algo

que o Twitter pode fazer por você” (p. 247). Tal atividade consiste em “chamar para o diálogo”, convidar os participantes para interagirem. Pressupõem-se, portanto, uma reciprocidade entre os participantes.

Considerarei difícil pensar em alguma pergunta que pudesse instigar alguém a responder. Fiz, dessa maneira, duas perguntas, uma sobre o tempo, se havia previsões de chuva – que não me trouxe respostas, e outra sobre a dificuldade de se concentrar em alguns dias. Tal questão me trouxe uma resposta e foi *retwittada*<sup>80</sup> e se tornou uma “conversa” razoavelmente longa. Foi a primeira vez que travei um diálogo a partir do Twitter. E também pela primeira vez percebi a *agência*<sup>81</sup> da tecla “F5” no Twitter, essa tecla permite atualizar os dados de uma página na internet – ou seja, se algum novo tweet fosse escrito a partir da tecla “F5” apareceria na tela, assim como demais atualizações, como novos seguidores, *direct message* etc. Como eu estava interagindo, dialogando de maneira bastante dinâmica, ou seja trocando muitas mensagens, eu estava pressupondo receber respostas, fiquei ansiosa e me percebi utilizando várias vezes o recurso do “F5” para verificar se já havia recebido resposta.

### **@ Dia 10: Responda a uma pergunta**

Segundo os autores, ao fazer uma pergunta no “dia 9” possibilitou descobrir “como o Twitter pode ser útil [...] é hora de reconhecer que você também tem suas obrigações a cumprir, respondendo a uma pergunta” (247). Portanto, as relações construídas a partir do Twitter não podem se basear apenas em “receber”, mas, também em “dar”. Ou seja, pressupõem-se uma reciprocidade: além de receber respostas, informações é preciso estar atento e responder questões, dividir informações que possam ser úteis. É nesse sentido, segundo os autores, que encontra-se o “poder do Twitter”: intensas possibilidades de interação e troca de informações que podem ser consideradas úteis.

---

<sup>80</sup> Ou seja, alguém deu *retweet* a essa mensagem. “O *retweet* é uma função utilizada para identificar que o *tweet* publicado foi escrito por um outro perfil que não o que *twitta*. Nas mensagens, fica sinalizado um *retweet* quando se escreve *RT* ou *via* anterior ao nome do usuário que publicou inicialmente o texto” (Speck, 2009, p. 29).

<sup>81</sup> No sentido de provocar modificações / alterações.

Para procurar realizar essa tarefa de “responder a uma pergunta”, como não recebi nenhum tweet com alguma pergunta direcionada a mim, respondi uma “indagação genérica” – no sentido de ser uma questão que não é direcionada para um sujeito específico, pode-se situar esse tweet como sendo um “tweet reflexivo”, conforme apresentado no “dia 2”. Respondi, no sentido de “comentar” e não apresentar uma resposta conclusiva, a um questionamento sobre o “passar do tempo”. Apesar de eu ter interagido, de algum modo, não foi uma “resposta útil” no sentido que Comm e Burge consideram tão importante. A partir de muitos dos tweets que acompanhei, no entanto, pude perceber que uma parte relevante das mensagens compartilhadas versam sobre temas que podem ser considerados “banais”.

### **@Pausa 2**

Decidi, como uma possível estratégia de observação, que seria interessante parar com o campo por alguns dias<sup>82</sup> – apesar de os autores do livro-guia não sugerirem tal postura –, por várias questões: voltar à experiência de campo com um olhar distanciado, ao menos em alguma medida, que fosse capaz de me fazer perceber aspectos que poderiam estar passando despercebidos por mim. Até porque eu já estava automatizando muitos aspectos, sobretudo no que diz respeito à dimensão técnica desse dispositivo. No sentido dessa possível automatização, Máximo destaca que

na medida em que se interioriza a vocação da Internet para a sociabilidade, aumenta a possibilidade de ‘esquecer’ a interface com a qual se está lidando. Isso possibilita o surgimento de um automatismo de certas tarefas. (2000, p. 9)

Percebi-me – mas a maioria das percepções se deram após alguns dias sem acessar o Twitter – automatizando uma série de tarefas e dimensões técnicas do dispositivo.

Logo nos primeiros dias pude perceber algumas agências do Twitter que não estavam sendo possíveis com a minha participação cotidiana no Twitter, sobretudo porque senti falta de acessá-lo, não para escrever tweets,

---

<sup>82</sup> “Parar com o campo alguns dias” não significou apenas deixar de seguir o livro-manual, mas sim não acessar o Twitter em nenhum nível.

mas para entrar em contato com as informações que estavam circulando na *rede* que eu havia estabelecido. Afinal, o Twitter possibilita um contato muito intenso, veloz e dinâmico com uma grande quantidade de informações que chegam até a página inicial. Grande parte dos tweets que chegavam até minha página eram constituídos de temas banais, ligados ao cotidiano dos participantes e que tinha um caráter mais de “curiosidade” do que “informação útil”, no entanto, e como eu optei seguir muitos participantes de veículos de comunicação – como jornais, *sites* de notícias ligadas à política, econômica, Universidades etc. – eu recebia em minha página inicial muitas informações que me interessavam. Portanto, a partir da leitura dos tweets produzidos pelos participantes que optei seguir eu me informava, de maneira muito rápida, das notícias e informações que costumo e considero importante me inteirar. A partir da minha adesão ao Twitter eu acabei concentrando minhas leituras de notícias nesse dispositivo<sup>83</sup>, evitando entrar em uma série de *sites* diferentes para acessar as informações de meu interesse. Dessa maneira a maior diferença que percebi ao não acessar o Twitter por alguns dias foi precisar de muito mais tempo para – ou até mesmo não conseguir – me inteirar das notícias que eu verificava rapidamente no Twitter.

### **@Dia 11: Divirta-se!**

Para os autores, o Twitter pode “ser uma ferramenta de marketing, mas também é muito agradável; além disso, o fato de apreciá-lo é um ótimo sinal de que você está fazendo a coisa certa e de que continuará fazendo” (p. 248). Por isso a importância de também divertir-se, tornar a participação no Twitter, além de “útil”, “agradável”. A sugestão para o décimo primeiro dia incluía escrever tweets que façam rir e refletir, responder ao que achar interessante e não pensar demais sobre adicionar seguidores ou se os estaria mantendo entretidos. “Se eu estiver me divertindo eles também estarão”. O Twitter além de ser “poderoso” para atingir objetivos de divulgação de marcas ou imagens

---

<sup>83</sup> Como os tweets tem o limite de 140 caracteres, na maioria das vezes são publicadas chamadas com pequenos resumos das notícias e o link para acessar a informação na íntegra. Dessa maneira eu apenas acessava e lia, na sua totalidade, algumas notícias que me despertavam interesse mais proeminente.

personais possibilita também, segundo Comm e Burge, muita diversão. É preciso, pois antes de tudo, divertir-se com o Twitter.

Como havia ficado um período “afastada”, ao voltar a participar ativamente me senti um tanto “distante” e desafiada a redescobrir competências, modos de usos, dinâmicas. O que percebi, inicialmente, foi uma série de novas possibilidades técnicas. Como a “tarefa era se divertir” aproveitei para fazê-lo procurando perceber as possíveis alterações ou possibilidades que já operavam de determinada maneira, mas eu ainda não tinha notado.

A primeira inovação que percebi foi a automatização do *retwittar*. Passou a ter um botão de *retweet* que instantaneamente *retwitta* a mensagem desejada. Antes era preciso escrever “RT” e colar a mensagem que se desejava *retwittar*, o que era um processo um pouco “demorado”, tendo em vista a “instantaneidade” característica do Twitter. Pois quando ele foi programado não havia sido previsto o *retwett*, essa foi uma possibilidade, engendrada pelos participantes, que ganhou muitos adeptos e foi amplamente divulgada. Os criadores / programadores do Twitter parecem estar atentos aos modos de usos dos participantes de modo a possibilitar condições técnicas às dinâmicas que vão sendo engendradas. Não há, portanto, apenas um determinismo a partir de limitações técnicas das possibilidades e modos de atuação por parte do Twitter, pois os próprios participantes, ao criarem novas maneiras de *atuar* no Twitter, acabam por contribuir com sugestões de modificações técnicas no dispositivo. Outra mudança percebida é que passou a aparecer quantas vezes determinada mensagem foi *retwittada*, por exemplo, se eu *retwittar* uma mensagens que já foi *retwittada* por outras cem pessoas o Twitter divulga quantas vezes ocorreu, se eu não *retwittar* mas dispor o cursor sobre alguma mensagens aparecerá um aviso se ela já foi – e quantas vezes – *retwittada*. Quando alguém *retwitta* alguma mensagem o seu “RT” (abreviação de *retwittar*) aparece para todos os seguidores do autor original da mensagem, o que parece ampliar em grande escala as possibilidades de novos contatos – esse recurso pode ser bloqueado se desejado. Sem dúvida, o RT ganhou muita importância a partir da utilização dispensada, por parte dos usuários do Twitter, para esse recurso.

Outra inovação que percebi é que, ao invés da pergunta original: “What are you doing?” há a questão: “what’s happening?”. Essa mudança é chave, pois demonstra um deslocamento de perspectiva: a primeira questão situa-se em um nível muito mais pessoal, no qual os participantes compartilham o que estão fazendo; a segunda questão é mais generalizada, com um tom mais informacional do que pessoal. A partir dessa alteração a idéia do que Twitter é deslocada: não se *twitta* mais o que especificadamente o participante está fazendo, mas o que está acontecendo – pode ser com ele, na sua cidade, país etc.<sup>84</sup>

Parece que, de fato, os modos de atuação, adaptações de algumas possibilidades e limites técnicos vão ajudando a moldar os recursos e formatos do Twitter – que se diz<sup>85</sup> trabalhar com uma intensa noção de *rede colaborativa*. Afinal, uma parcela pequena das mensagens parecia informar o que estava fazendo, enquanto a grande parte dos tweets escritos pareciam informar “o que estava acontecendo”, a partir de uma leitura da rede que eu construí. Essa alteração também parece estar ligada, portanto, aos modos de atuação da maioria dos twitteiros. Afinal, por mais que muitos tweets fossem no sentido de compartilharem “o que estavam fazendo”, a maioria – ou pelo menos metade – das mensagens tinha um cunho mais informacional, quase impessoal. Parece-me que essa mudança se deu para “justificar” os modos de atuação e escrita que eram mais correntes.

Outra inovação percebida por mim nesse dia é que quando o Twitter está minimizado, o número das novas mensagens que são escritas e aparecem na sua página inicial são divulgadas entre parênteses na aba da janela minimizada, assim como quando se abre o Twitter, antes de *atualizar* a página aparece quanto novos tweets foram escritos (figura 05). Há uma *necessidade* de constante atualização, esse novo recurso foi responsável por aumentar ainda mais minha curiosidade para abrir constantemente a janela do Twitter,

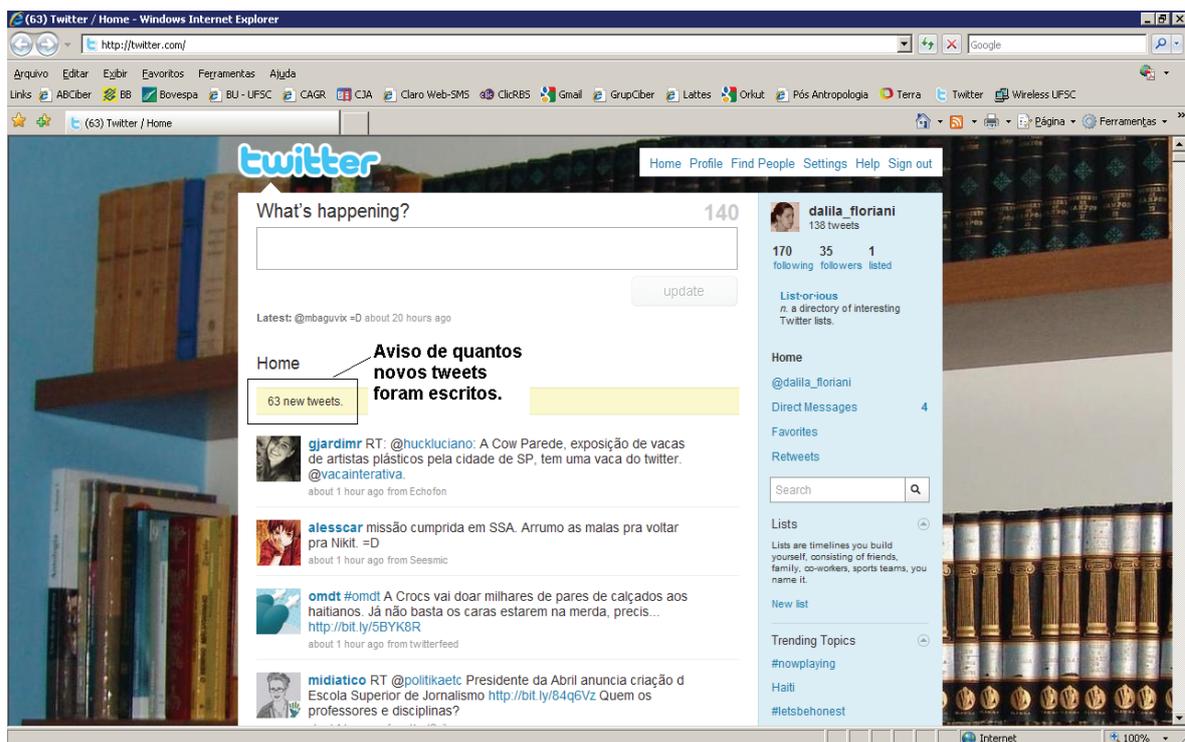
---

<sup>84</sup> O que é interessante perceber é que muitos participantes – amigos meus – não perceberam de imediato a mudança da questão. Alguns perceberam quando alguém falou da troca ou então muitos dias depois, até porque a configuração do espaço disponível para escrever as mensagens não mudou. Mas ainda assim, parece que muitos participantes automatizam alguns modos de uso, dinâmicas.

<sup>85</sup> Em sites, blogs, notícias que tratam do Twitter essa noção correntemente aparece.

deixá-lo permanentemente atualizado e ler as novas mensagens escritas. Uma mudança técnica influencia toda a dinâmica do dispositivo. Relatando a partir da minha experiência, antes desse recurso eu deixava a janela do Twitter desatualizada e de vez em quando acessava para verificar se havia alguma nova mensagem, com essa divulgação de quantas novas mensagens que ainda não li eu passei a acessar o Twitter muitas vezes mais e ficar curiosa para verificar as novas mensagens, tendo, inclusive, dificuldade de me concentrar em outras atividades antes de verificar as novas mensagens compartilhadas. É um exemplo emblemático da agência das possibilidades técnicas do Twitter.

Figura 05: Aviso, constantemente atualizado, de quantos novos tweets foram escritos



### @Dia 12: Procure por seus evangelizadores

A partir dessa tarefa houve, por sugestão do autor, uma mudança de abordagem: perceber quem eram os seguidores mais ativos em minha página,

que respondiam a meus tweets e me enviavam mensagens diretas<sup>86</sup>. Estes deveriam estar entre aqueles que eu deveria encorajar e manter entretidos. Também deveria procurar quem, eventualmente me citava, que poderia ser um divulgador em potencial.

Os autores utilizam o termo “evangelizador” no sentido de serem participantes que poderiam divulgar, preconizar, “espalhar” seus tweets e ações para os demais participantes do Twitter e, até mesmo, além do dispositivo – no sentido de divulgar algum produto ou informação que tiveram contato no Twitter. Desse modo, os autores conferem importância a esses possíveis “evangelizadores” por possibilitarem, incentivarem o aumento da sua influência no Twitter, aproximando-o de um “Twitter poderoso”.

Verifiquei a lista de meus seguidores e listei, como possíveis “evangelizadores” aqueles que também são da área das Ciências Sociais, tem algum interesse pela cibercultura ou dialogam comigo com maior frequência. Não consegui imaginar muito alguns dos meus contatos desempenhando para mim esse papel de “evangelizador”, no entanto para participantes que procuram divulgar alguma marca, empresa, realizar atendimentos com clientes a partir do Twitter essa abordagem parece contribuir para os objetivos, já explicitados aqui, que Comm e Burge traçam serem importantes atingir com o Twitter: alcance, a partir da adesão.

### **@Dia 13: Invista em seus evangelizadores**

Tendo listado os “principais evangelizadores” a sugestão era colocar a lista para “funcionar”: segui-los, respondê-los, mostrar que valoriza suas opiniões, já que, segundo Comm, são essas pessoas que vão “promover seu nome no Twitter por nada [nenhum custo]; logo, vale a pena mantê-las felizes!”<sup>87</sup> (p. 248). Essa noção de colaboração entre os participantes permeia todo o livro de Comm e Burge como um importante aspecto: para ter um Twitter que seja “poderoso” e que contribua a atingir os objetivos (que quase sempre está ligado a ter uma Twitter com muitos seguidores, ter evangelizadores

---

<sup>86</sup> Estes seriam os “evangelizadores”, pois eles potencialmente podem divulgar um participante do Twitter para outros participantes e contribuir para que o “perfil de Twitter se torne poderoso”.

<sup>87</sup> E algumas das maneiras para manter os seguidores felizes seria compartilhando informações “importantes” e “divertidas”.

“úteis” – que divulguem a marca, imagem pessoal, enfim, o que se compartilha a partir do Twitter) é necessário contar com a colaboração de outros participantes, e para ter essa colaboração desses *evangelizadores* é preciso “tratá-los bem”, “valorizá-los”, “mostrar a eles que vale a pena contribuir”.

#### **@Dia 14: Faça algum serviço de atendimento ao cliente**

Segundo os autores do livro-guia, embora os evangelizadores possam trazer muitos benefícios, não se tem dificuldades de encontrar quem não esteja inteiramente feliz com seu serviço. A tarefa do décimo quarto dia consistia em buscar eventuais comentários negativos, pesquisar o nome de seu produto ou empresa e responder a qualquer reclamação com um pedido de desculpas e uma solicitação de mais informações. Além de o Twitter possibilitar divulgar comentários e links, pode-se pesquisar palavras, termos, nomes. Ao realizar alguma busca todas as mensagens que apresentarem no seu corpo a palavra-chave buscada aparecerá listada. Dessa forma, pode-se procurar saber o que está sendo comentado de determinado jogo de futebol que esteja acontecendo naquele momento, por exemplo. Há imensas possibilidades de acompanhar o que está sendo comentado a respeito de algum acontecimento específico, de alguma marca ou pessoa.

Na realização da minha experiência, esse foi um dos “passos” que foi difícil realizar, pois não tenho vinculação com alguma marca ou produto específicos. Portanto, ao realizar a pesquisa acerca do meu nome não obtive nenhum resultado ou referência. No entanto, ao buscar referências sobre alguma marca, produto ou, até mesmo, pessoa conhecida, facilmente encontra-se uma série de referências, comentários. Tal possibilidade técnica permite que se saiba o que está “sendo falado” no Twitter naquele momento específico sobre algum determinado tema.

#### **@Dia 15: Envie um tweet com link**

A tarefa do décimo quinto dia incluía enviar um tweet com um link. Como esse livro-guia é bastante voltado para o mercado empresarial, a sugestão é que o link remetesse à web de seu produto. Como o Twitter, tecnicamente, aceita que se divulgue links há muito divulgação de informações através dos links. Os links também devem ter menos de 140 caracteres para poderem ser divulgados

na íntegra, ou então quando se escreve alguma mensagem também referenciando do que se trata o link divulgado a soma da mensagem e do endereço do link devem ter no máximo 140 caracteres. Há vários serviços, disponíveis na web, que realizam a “contração”, diminuição do link, deixando-o com um número de caracteres bem inferior. Essa possibilidade é bastante utilizada, pois há uma divulgação muito grande de links no Twitter – inclusive por parte de sites de notícias que divulgam alguma notícia específica e disponibilizam o link para acessá-la, assim quem tiver interesse em continuar a leitura sobre o assunto pode fazê-lo facilmente a partir do link, bem como empresas que divulgam promoções e disponibilizam o link para acessar o produto ou – e geralmente – a página que se pode efetuar a compra do produto pela internet. Há também, em grande escala, divulgação, entre os participantes, de vídeos, notícias, produtos que se consideram interessantes, fotos etc. Os links ocupam, portanto, um lugar de muita utilização no Twitter.

Normalmente as mensagens que divulgam algum link apresentam o conteúdo do link, ou até mesmo geram curiosidade sobre o seu conteúdo, e os participantes que tiverem interesse em continuar lendo, ou obter mais informações sobre determinado assunto acessam o link.

A divulgação – e acesso aos links divulgados – é uma maneira de atuar no Twitter muito difundida, sobretudo por possibilitar que os participantes acessem na íntegra somente aqueles conteúdos que, de fato, tenham interesse ou curiosidade.

Ao longo de minha experiência participando do Twitter envie vários tweets com link, algumas vezes divulgando notícias ou produtos que eu tenha considerado interessante, ou remetendo a vídeos, fotografias, enfim, material disponível na internet.

### **@Dia 16: Envie um tweet de discussão**

O “passo” do décimo sexto dia consistia em exprimir uma opinião e perguntar aos seguidores o que eles pensavam, embora, segundo os autores, isso não fosse causar nenhum efeito no site na web<sup>88</sup>, poderia mostrar quão

---

<sup>88</sup> Os autores fazem referência aos sites que as empresas e marcas mantêm, lembrando que o livro tem um forte direcionamento para a área de *marketing*.

ativos eram / estavam os seguidores e qual seria a disposição em contribuir com a página. Desse modo poder-se-ia verificar quem, potencialmente, seria um *evangelizador*.

Como era véspera de Natal e havia poucas pessoas – dentre as que eu seguia no período – escrevendo tweets com frequência<sup>89</sup>, não havia uma dinâmica muito intensa de discussão.

### **@ Dia 17: Envie um tweet de ação**

Para esse dia a idéia era enviar um tweet com link – que se configura em um tweet que encoraja os seguidores a clicarem em um link. Segundo Comm e Burge, um tweet de ação pode gerar resultados muito mais poderosos do que “direcionar cliques”. Por conta do forte direcionamento do manual para a área de *marketing* a sugestão inclui recomendar produtos afiliados, apresentando novos produtos. O Twitter, a partir dessa perspectiva pode ser, de fato, “poderoso” para divulgar produtos e marcas.

No meu caso – experienciando um *campo* e não tendo nenhum tipo de produto ou sites – procurei algo que pudesse julgar interessante e que tivesse algum tipo de relação com o que faço. Divulguei, portanto, o link de um vídeo hospedado no “youtube”<sup>90</sup> que apresenta uma exposição feita com aparelhos celulares, todos tocando concomitantemente em uma organização simétrica de modo a formar “uma música”.

Procurei também ler o que os participantes que eu seguia haviam escrito – atividade que, como citado anteriormente, procurei realizar todos os dias – era um número bem menor de tweets do que normalmente havia, levando em conta que leio o que aparece em minha pagina inicial, logo o que é escrito por quem eu sigo. No entanto, percebi alguns tweets escritos durante ceias de Natal, comentando o amigo secreto, os presentes que havia ganhado. O que pode destacar uma das características mais proeminentes do Twitter: a mobilidade.

---

<sup>89</sup> Foi possível perceber que no período das festas de final de ano a intensidade de participação no Twitter diminuiu, o que pode ser justificado por ser um período que muitas pessoas estão de férias, o que, em muitos casos, significa acessar menos a internet.

<sup>90</sup> [www.youtube.com.br](http://www.youtube.com.br)

### **@ Dia 18: Comece a organizar um conjunto de tweets**

Após ter experimentado uma série de tweets a sugestão é experimentar uma seqüência diferente que conduza a um “tweet de ação”, que seria a idéia de que o tweet leve a uma ação por parte dos outros participantes. Seja acessar um link, comprar um produto, responder a uma pergunta, participar de uma pesquisa etc. De início, é preciso definir que tipo de ação se quer direcionar e organizar os tweets de modo que levem a essa ação. Para organizar os tweets, o autor indica utilizar o TweetLater<sup>91</sup> que permite agendar tweets – configura-se em um recurso técnico para manter a noção de conectividade, pode-se situar em termos de uma *mobilidade pressuposta*, pois é possível agendar *tweets* falando sobre alguma coisa que se estará fazendo dali a algumas horas e criar a noção de que o *tweet* está sendo escrito naquele momento. Há, portanto, uma importância elevada à ação que um *tweet* pode levar, pois segundo Comm esse é um jeito eficiente de aumentar as vendas ou a popularidade de um produto. Com a possibilidade de agendamento de *tweets* torna-se possível programar uma série de mensagens que tenham coerência entre si, mas que sejam divulgadas em diferentes horários que o participante escolhe, cadastra.

Fiz um cadastro TweetLater, que é um dispositivo no qual é possível programar uma série de tweets, escolher o dia e a hora em que eles serão divulgados, e comecei a agendar tweets. Como eu passaria a virada do ano sem acessar o Twitter, por viajar a uma localidade sem acesso à internet e sem sinal de telefone celular, programei tweets para os dois dias que ficaria ausente.

### **@ Pausa:**

Como fiquei sem acesso à internet e sem sinal de telefone celular na virada do ano, deixei tweets programados. A idéia seria acompanhar a repercussão deles em meu retorno.

### **@ Dia 19: Tente uma seqüência diferente**

---

<sup>91</sup> <[www.tweetlater.com](http://www.tweetlater.com)>

A sugestão do décimo nono dia incluía fazer a mesma coisa – do dia 18, ou seja, utilizar o TweetLater programando mensagens, mas com um seqüência diferente de tweets que culminasse com uma ação<sup>92</sup> no final. Isso permitiria comparar duas seqüências diferentes de tweets para ver qual fornece os melhores resultados. Desse modo, como um dos principais objetivos do manual é que se possa divulgar produtos e marcas, pode-se fazer uma série de programações para se divulgar determinado link ou produto e avaliar qual possibilita maior número de acessos, vendas, divulgação.

Depois da programação dos tweets, li o que havia sido escrito por quem eu seguia. A partir dessa leitura percebi menos mensagens do que o freqüente, no entanto, mais mensagens do que o período do Natal. Li, entre as várias mensagens, os tweets que havia deixado programado. Foi bastante “curioso” perceber o que havia programado em uma seqüência ser divulgado em outros contextos no Twitter, em meio a mensagens tratando de outros temas, sem nenhuma relação com o que eu havia escrito.

### **@ Dia 20: Divirta-se!**

Como, segundo o manual, exigiu-se muito dos seguidores até aqui, esse dia a idéia seria “dar uma recuada”. As sugestões envolvem juntar-se às discussões, procurar novas pessoas para seguir, enfim, “será uma folga para seus seguidores – e para você também!” (p. 250). Há uma valorização da diversão, por parte do manual, é importante escrever tweets que “divirtam” as pessoas, que as deixe interessadas, ao mesmo tempo que permitam que o próprio participante divirta-se também.

Li o que havia sido escrito enquanto eu não estava conectada, e, percebi que muitos dos tweets tratavam do grande fluxo de carros das rodovias – sobretudo o Twitter da Polícia Rodoviária Estadual de Trânsito, que além de escrever mensagens sobre as condições de vários trechos das rodovias solicitava a quem estivesse viajando para compartilhar informações – o que evidencia de maneira muito clara a mobilidade do Twitter, bem como o valor da informação instantânea, gerada no interior mesmo dos acontecimentos. Pude observar que essas estratégias de divulgar condições de trafegabilidade

---

<sup>92</sup> Ou seja, a divulgação de algum link, promoção etc.

gozaram de certo destaque no início do ano, já que é um período em que muitas pessoas estão viajando. Eu mesma observei constantemente o Twitter mantido pela Polícia Rodoviária Estadual para verificar quais seriam os momentos mais tranquilos para “pegar a estrada”.

### **@Dia 21: Faça algum marketing fora do Twitter**

Os autores supunham que nesse momento a página estava caminhando satisfatoriamente, e tendo uma quantidade razoável de seguidores ativos. Eles lembram que “você só precisa ter mais de dez [seguidores] para fazer melhor do que a metade dos usuários do Twitter e mais de 80 para fazer parte dos dez mais!” (p. 251). Portanto, para ter um perfil considerado ativo é preciso totalizar pelo menos dez seguidores, e para ter uma participação que se considere mais ativa do que metade dos participantes do Twitter é preciso ter acima de oitenta seguidores. Como muitos participantes tornam-se inativos, ou seja, criam um cadastro que não atualizam com frequência, o autor destaca a importância de se ter uma “participação ativa” para se atingir os objetivos, sobretudo os que se situam na perspectiva de divulgação de produtos ou marcas.

A atividade desse dia consistia em procurar ampliar a lista de seguidores fazendo marketing fora do Twitter. Como sugestão, Comm e Burge indicaram adicionar o link do Twitter à postagens de blog, no site ou assinatura de e-mail.

Como já foi explicitado, não vinculei minha conta do Twitter com nenhuma espécie de produto, também não mantenho site ou blog e achei que não caberia divulgar meu link na assinatura do e-mail – imaginei que não teria retorno. Desse modo, optei por conversar com alguns amigos sobre o Twitter. Ficou muito claro que para maioria das pessoas que não possui cadastro e nunca utilizou o Twitter é difícil entender a dinâmica e a dimensão desse dispositivo, assim como me pareceram distintas as noções de quem utiliza apenas como meio de obter informações ou também para descrever seu cotidiano, por exemplo.

### **@Dia 22: Unifique suas ferramentas de mídia social**

A tarefa do vigésimo segundo dia incluía fazer um pouco mais de marketing fora do Twitter, mas, dessa vez, utilizando-se de outras ferramentas de mídia social. A sugestão era adicionar a aplicação do Twitter à conta do Facebook – para que os tweets também aparecessem na página do Facebook. A relevância de mencionar a página do Twitter em outras mídias sociais seria para garantir que as pessoas “saibam do que você está fazendo e venham conferir do que é capaz. E se ainda não tiver usando outras ferramentas de mídia social, esse é um bom momento para começar!” (p. 251). Ou seja, a sugestão envolvia integrar as múltiplas presenças.

Procurei ler os tweets que haviam sido escritos pelos participantes que seguia, o número de mensagens parecia ter aumentado em relação aos últimos dias – a impressão era de que muitas pessoas “voltavam das férias”, apesar de que muitas pessoas comentavam e enviavam fotos de suas férias. Tal constatação pareceu demonstrar que muitos dos usos do Twitter estão relacionados ao “horário comercial”, aparentemente muitos participantes enviam suas mensagens em horário de trabalho, enquanto estão em contato com o computador e aproveitam para também compartilhar mensagens e buscar informações no Twitter.

Como a tarefa era unificar as ferramentas de mídia social e eu não mantinha nenhuma outra além do Twitter e do Orkut<sup>93</sup>, criei uma conta no Facebook.

### **@Dia 23: Direcione seguidores para comprar uma oferta especial**

Esse passo incluía “subir um nível”, afinal, e segundo o autor, como já foi feito o “básico” e visto “resultados” era hora de tornar “as coisas mais complexas”. A idéia era que nos próximos dias os seguidores fossem direcionados para executarem ações mais valiosas e difíceis de realizar do que as feitas anteriormente. A dica era iniciar direcionando os seguidores para adquirirem algo como uma “oferta especial” – que poderia ser um produto próprio, ou de algum varejista associado do qual se conseguisse descontos. Ou

---

<sup>93</sup> Não encontrei referências a respeito de integrar o Twitter ao Orkut.

seja, a idéia seria *fazer* outros participantes *fazerem*, ou seja, influenciá-los para que tivessem alguma atitude específica.

### **@ Dia 24: Direcione os seguidores para um blog**

Segundo Comm, persuadir as pessoas para comprar é sempre mais difícil, por isso a tarefa do vigésimo quarto dia seria um pouco mais fácil: enviar um link direcionando para o blog – que também envolvia *fazer* os participantes *fazerem* alguma atividade específica, nesse caso, acessar determinado blog. Portanto não era para apenas colocar um título, mas anunciar que havia publicado um *post* e convidar as pessoas para comentar. A idéia era descobrir o que aconteceria “nas minhas discussões quando induzo seguidores para o blog”.

Além de fazer algumas referências a um blog que mantive há algum tempo com alguns amigos, dediquei-me a entender minimamente a dinâmica do Facebook e integrei meu cadastro do Twitter com o Facebook, de modo que toda mensagem que eu escrevesse no Twitter apareceria automaticamente no Facebook. O que se configurou em uma atividade “curiosa”, pois ao escrever algo no contexto do Twitter e depois deparar-se com o que foi escrito em outro “espaço” / “outra rede” criou uma espécie de “surpresa”. Quando eu me deparava com o que havia escrito no Twitter divulgado no Facebook, parecia não encontrar lugar para aquela mensagem no interior daquela outra rede – afinal, são outras possibilidades técnicas, outro repertório de competências técnicas para utilizar, outros participantes etc.

### **@ Dia 25: Direcione seus seguidores para assinar**

Para esse passo a tarefa é dar seguimento no objetivo do dia 24: transformar os seguidores em assinantes do RSS<sup>94</sup>. A sugestão envolvia fazer

---

<sup>94</sup> “RSS (Really Simple Syndication) é um jeito novo e prático de ficar informado. Com ele você pode reunir informações de seus sites preferidos em uma única tela, e, como num programa de e-mail, ser avisado das novidades assim que elas são publicadas na internet”, disponível em < <http://www.terra.com.br/rss/>>.

isso trazendo a discussão do blog de volta ao Twitter, perguntando aos seguidores o que acharam do *post*, falando sobre isso e no final da tarde estimulá-los a se tornarem assinantes. Ou seja, engajar os participantes da minha rede em uma perspectiva de adesão, convidá-los a participar do que participo, fazê-los fazer algo específico, “compartilhar dispositivos”.

Continuei com o prosseguimento do dia anterior, divulgando links de textos que havia escrito quando mantive o blog “TocPloc”. Estabeleci um tom saudosista, comentando que sinto saudades de muito do que está expresso no blog... Não obtive respostas ou comentários no Twitter. No entanto, tudo que escrevi no Twitter foi automaticamente divulgado em meu perfil no Facebook, quando entrei no Facebook foi bastante curioso ver o que havia escrito no contexto do Twitter divulgado ali. Ainda não tinha pensado nessa dimensão e alcance do que estava escrevendo, se tivesse percebido antes talvez não tivesse escrito as mesmas coisas. Meus comentários não tiveram respostas no Twitter, entretanto tiveram no Facebook, e por mais que soubesse que eu mesma havia unificado as duas ferramentas levei um “susto” ao escrever no Twitter e ser respondida no Facebook.

### **@ Dia 26: Direcione os seguidores para comprar sem uma oferta especial**

Essa tarefa, segundo Comm, era mais difícil, pois persuadir para comprar uma “oferta especial” é relativamente mais fácil, até porque faz-se os seguidores “sentirem-se parte de um clube exclusivo” e os premiou por seguirem seus tweets. Se, porém, você pretende apenas convidá-los a comprar terá de “trabalhar um pouco mais duro”. O autor sugere criar uma série de tweets que discutam o produto e terminem convidando para a ação. Há, portanto, uma espécie de *etiqueta*, modos de persuadir, convidar outros participantes a engajarem-se, compartilharem de uma informação e, principalmente – segundo esse objetivo – consumirem algum produto / oferta divulgados pelo Twitter.

Eu havia passado alguns dias na casa de meus pais, na cidade de Blumenau, no retorno acabei esquecendo o cabo de força de meu computador

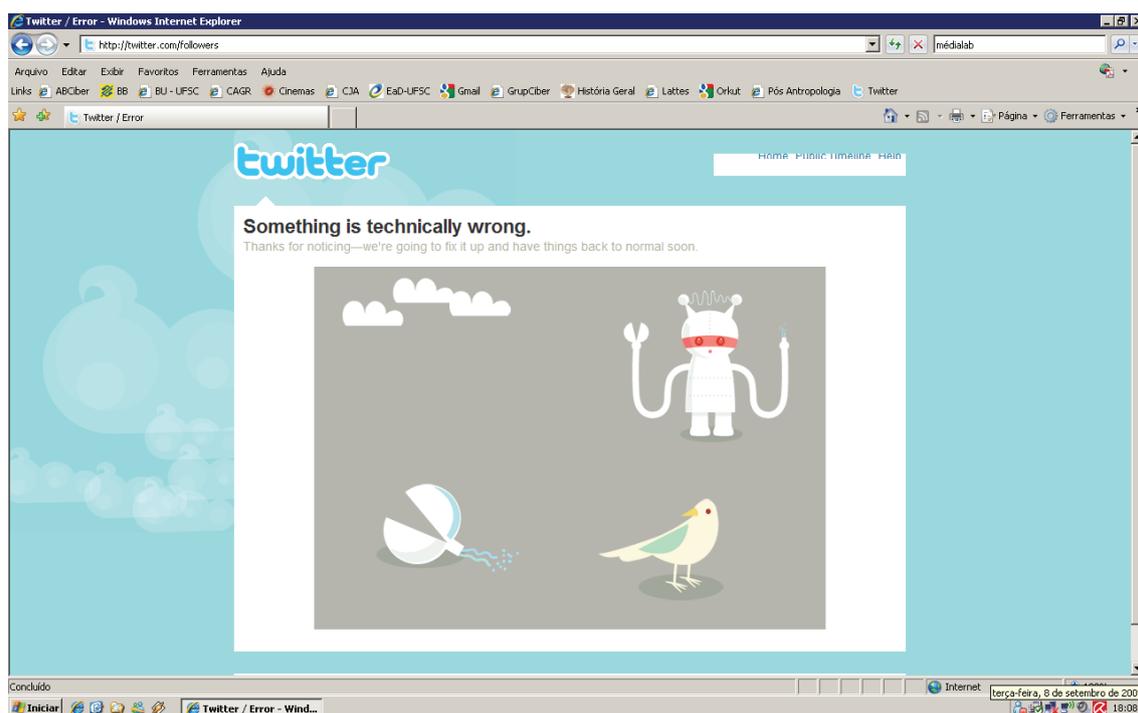
---

lá (meus pais me mandaram o cabo via Sedex, no entanto chegaria apenas no dia seguinte). Acabei por realizar as atividades do “dia 26” utilizando um outro computador. Mas como não era o meu computador pessoal, o nome de usuário e senha não estavam cadastrados, quando percebi que não os lembrava mais tive que recorrer aos meus registros – *diário de campo* – e dei conta de quão automatizada estava a minha entrada em meu perfil, pois eu havia cadastrado o Twitter na barra de favoritos do meu navegador de internet e selecionado a opção de entrar direto em meu cadastro. Havia, portanto, invisibilizado minha própria participação, entrada no Twitter.

Outra diferença, por estar utilizando um computador que não era meu, foi sentir-me um pouco “fora do lugar”, o tamanho do teclado, da tela, a disposição das teclas pareciam muito diferentes do meu computador, o que me fez atualizar uma série de competências técnicas necessárias para utilizar esse computador (procurar acentos, cuidar para não usar despercebidamente o *mouse touch* – que ficava em um lugar diferente do que o meu notebook – e “esbarrar” fazendo ações que não eram intencionais etc. Pude perceber intensamente, com essa experiência, o quanto esses fatores – que aparentam muitas vezes serem meramente técnicos – possuem uma agência sobre mim, minhas possibilidades (sem o cabo de força de meu computador não poderia utilizá-lo, afinal, a bateria já havia acabado).

Procurei ler os tweets que os participantes que seguia escreveram enquanto eu não estive conectada, mas eram muitas informações, aliadas ao fato de ser bastante trabalhoso recuperar o “arquivo do Twitter”. Quando cheguei às mensagens do dia anterior o Twitter falhou (figura 06) e não consegui mais retornar às mensagens mais antigas, o próprio comando do *more* (“mais”) desapareceu. Usei o comando F5 e a tela voltou aos tweets mais recentes, tornando impossibilitado o retorno a um certo nível de “arquivo do Twitter”, o que me fez imaginar que há, mesmo, uma limitação para recuperar os tweets muito antigos. Tal situação demonstra que, de fato, uma das principais características desse dispositivo concentra-se na instantaneidade e imediatismo. Além de ser, tecnicamente, muito difícil recuperar mensagens que foram escritas há muito tempo, pelo que pude observar, poucas pessoas o fazem, pois consiste em uma demanda de esforço bastante grande, além de não ser a “proposta” do próprio Twitter.

Figura 06: Tela de aviso de problemas técnicos no Twitter



Na leitura que consegui realizar dos dias anteriores percebi que algumas novas “modas” estavam fazendo muito sucesso no Twitter. Sobretudo as hashtags<sup>95</sup>: #twittealgomuitoantigo (“twitte algo muito antigo”) ou #twittealgomuitonovo (“twitte algo muito novo”), no qual as pessoas escreviam tweets compartilhando alguma lembrança muito antiga ou alguma novidade recente. Muitas pessoas estavam utilizando essas etiquetas, inclusive muitas celebridades, o que parecia divulgar e ampliar essas dinâmicas. Essas “etiquetas” são bastante comuns e, também, instantâneas: alguns poucos dias são muito referenciadas e logo surgem outras. O seu “surgimento” normalmente se dá quando algum ou alguns participantes escrevem ou “etiquetam” alguma expressão e ela vai sendo divulgada, ganhando adesão e tendo compartilhamentos em larga escala. Também parece ser uma característica muito presente e, talvez, inerente aos usos do Twitter, no sentido

---

<sup>95</sup> “# ou hashtags - no Twitter o emprego do símbolo # (também chamado de hashtag) antes de uma palavra serve para identificar o assunto do tweet”, disponível em <<http://www.twitterbrasil.org/2009/02/20/retweet-twittar-e-outras-twittices/>>. As *hashtags* são muito utilizadas, além de “etiquetarem” o assunto sobre o qual se está twittando, elas também auxiliam na hora de pesquisar algum assunto, normalmente se encontram as respostas a partir das *etiquetas* atribuídas.

de agregar competências comunicacionais que acabam por gerar uma espécie de “gramática comum” dentre os participantes.

#### **@ Pausa 5:**

Optei por fazer uma última pausa, como estratégia de exercer, mais uma vez, um certo “distanciamento”. No entanto, dessa vez eu continuei entrando no Twitter, lendo e escrevendo tweets. Como os dois dias em que me “distanciei” foram sábado e domingo, percebi que o montante de tweets divulgados diminui sobremaneira, sobretudo no domingo de manhã. Parece-me, ao menos a partir da rede de pessoas que passei a seguir, que a maior quantidade de tweets escritos concentra-se em horário comercial, e início de noite. Horários que, aparentemente, há um “movimento mais intenso” na utilização da internet por parte de grande parte dos internautas, conforme explicitado anteriormente.

#### **@ Dia 27: Divirta-se**

Os autores enfatizam várias vezes sobre a importância de produzir conteúdos que sejam interessantes e possam, ao mesmo tempo, divertir. A atividade do vigésimo sétimo dia é a mesma proposta para o “dia 20”: depois de “esforços” e “exigências” é preciso “relaxar” e twittar sobre assuntos mais “leves” de modo que os seguidores também possam se “divertirem” e “relaxarem” ao interagir com os tweets.

Iniciei minha interação a partir da leitura das mensagens que haviam sido escritas enquanto não estava conectada, era um grande quantidade de tweets, e enviei alguns tweets para alguns amigos, na expectativa de poder “diverti-los”.

#### **@ Dia 28: Crie uma segunda página**

Com a página “caminhando satisfatoriamente” – segundo pressupõem Comm e Burge –, a sugestão era criar uma segunda página, que poderia ser uma maneira útil de criar marcas separadas para produtos diferentes. Essa segunda página poderia ser usada até mesmo para enviar apenas tweets

automatizados de forma programada. A criação dessa segunda página pressupõe uma extensão da participação, da *presença* no dispositivo.

Iniciei o processo de criação da segunda conta, começando por criar um novo endereço de e-mail. No entanto, no momento de criar um “nome de usuário” tive muita dificuldade, assim como no cadastro do perfil ao qual fiz realizei meu trabalho de campo. Lembrei-me que tinha a antiga conta e que era possível reabilitá-la. Imaginava que a conta fosse restabelecida “vazia”, sem seguidores. No entanto, ela retornou no mesmo estágio de quando a excluí, com os mesmos seguidores, o mesmo plano de fundo, a mesma foto. Considerei um dado bastante curioso: apesar de o Twitter parecer prezar a instantaneidade, mantém um “arquivo” com os dados das contas excluídas à disposição caso sejam restauradas.

Na página do meu primeiro Twitter recebi um link com a divulgação de mais de cem pesquisadores de redes sociais – quase todos da área de jornalismo. Considerei que poderia ser interessante passar a seguir alguns desses pesquisadores. Entrei, na página do Twitter dos pesquisadores para dar uma rápida analisada se o perfil era estritamente pessoal ou se compartilhava informações da área de estudos. Quando, por alto, percebia a segunda opção, passava a seguir o perfil. Foi um trabalho bastante demorado, passei a seguir nesse dia, 30 novos contatos. No dia seguinte pretendia continuar seguindo os novos contatos a partir da lista dos pesquisadores.

### **@Dia 29: Encontre seguidores para sua segunda página**

No vigésimo nono dia da experiência de campo foi uma das vezes que passei mais tempo conectada ao Twitter. A sugestão para esse dia era de captar seguidores para a segunda página. Os autores consideram que isso não seria algo muito trabalhoso, pois bastava contar sobre essa segunda página para os seguidores da primeira. A idéia seria, além de *estender a presença*, *estender a fidelidade*, manter seguidores – *evangelizadores* – *extensivos*.

Iniciei o campo por volta das 8h, li o que havia sido escrito pelas pessoas que seguia, na primeira conta não havia muitos tweets, parece ser um horário em que poucas pessoas estão utilizando o Twitter. Continuei o trabalho de seguir os pesquisadores de redes sociais, fazendo a “pré-seleção” antes de passar a seguir. Procurei contabilizar quantos novos perfis passei a seguir a

partir dessa lista e o número foi de aproximadamente 60 novos contatos, uma quantidade bastante elevada. De todos esses novos contatos, cinco passaram a me seguir – imagino que tenham ativado o recurso de seguir automaticamente um novo seguidor.

Na parte da tarde, por volta das 17h, considero ter sido o momento de “pico” de todo o meu campo – e também da minha interação. Como havia passado a seguir muitos contatos – e a maioria com participações muito ativas – havia, obviamente, muitos tweets para serem lidos. Também firmei um diálogo com um amigo através do Twitter ao mesmo tempo em que conversava com ele, sobre outros assuntos, pelo MSN<sup>96</sup>. Considerei-me em um ritmo frenético, e como não costumo utilizar tantos dispositivos concomitantemente imagino que não tenha conseguido corresponder com a mesma velocidade de interação que percebi em muitos dos atores que estavam presentes em “minha rede” a partir do Twitter. Ainda assim, fiquei bastante agitada e querendo responder a tudo imediatamente, talvez esse tenha sido o momento em que mais fui afetada pela minha própria experiência de campo.

Um dos pesquisadores que passei a seguir a partir da lista de estudiosos de redes sociais, me enviou um tweet perguntando sobre um link que havia divulgado em um tweet. Levei um “susto”, afinal não o conhecia, trocamos alguns tweets a respeito do link. Acho que estava começando – somente a partir daquele momento – a perceber o “poder de interação”, tão comentado pelos autores do livro-guia, que o Twitter possibilita.

Ao final da tarde procurei cumprir a tarefa de conseguir seguidores para minha segunda página, o que considerei uma tarefa difícil. Para começar era preciso entrar na minha segunda conta, e, não lembrava mais a senha... Tive que solicitar um e-mail com a senha. Tendo conseguido acessar minha segunda página verifiquei que mantinha os mesmos 15 seguidores de antes de excluir a conta, e que mais um amigo passou a me seguir. Cadastrei, também, essa conta no TwitterLater – no mesmo *login* da primeira conta – e programei cerca de cinco tweets para serem divulgados.

Voltei na primeira conta para divulgar esse segundo perfil – conforme sugerido por Comm e Burge – falei da segunda conta como “sendo um *fake*

---

<sup>96</sup> Programa de mensagens instantâneas criado pela Microsoft Corporation.

meu de mim mesma”, o que não resultou em mais seguidores para a segunda página. Era cerca de 20h30 e havia poucos novos tweets, parece um horário em que há pouca movimentação de tweets, e parecia que ainda não havia começado o que chamei de “segundo turno da madrugada”. Dentre os perfis que sigo, muitas pessoas escrevem a maioria de seus tweets muito tarde da noite.

Ao final entrei na minha conta do Facebook, e é sempre “estranho” verificar o que escrevi no contexto do Twitter divulgado no Facebook. Percebi que as mensagens com “@”, ou seja, aquelas direcionadas a algum usuário especificadamente ou referindo-se a ele, não são publicadas no Facebook, apenas as que não possuem menções a outros contatos.

### **@ Dia 30: Divirta-se!**

Por fim, no último dia no manual, a sugestão de Comm era “terminar sua corrida de obstáculos de 30 dias da maneira em que você pensou começar: divertindo-se com tweets, repostas e conversas com sua crescente lista de seguidores” (p. 253). O último dia do manual concentrava-se novamente em uma das questões que o autor mais trabalha durante o livro: divertir-se. Ele considera e insiste que é importante utilizar o Twitter de modo que possibilite diversão, para si mesmo e para os demais participantes.

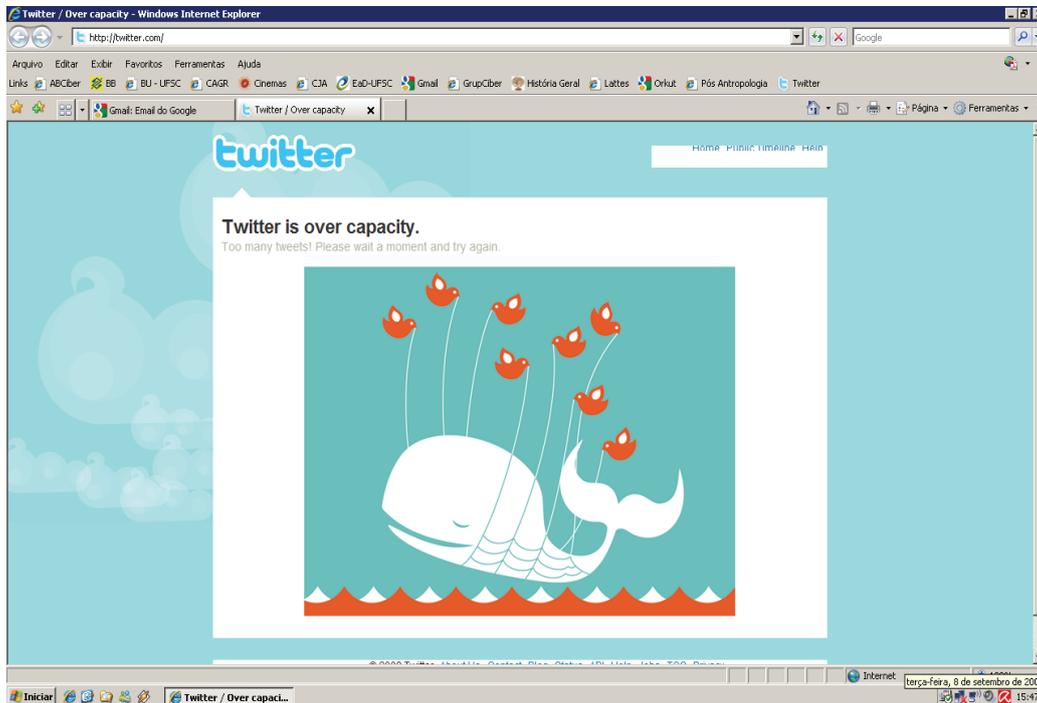
No trigésimo e último dia do campo seguindo os “30 passos” entrei no Twitter por volta de 9h30. No entanto, o Twitter estava fora do ar, tentei acessá-lo repetidas vezes, mas a “baleia<sup>97</sup>” (figura 07) aparecia dando o aviso de falha. Mais tarde, quando o Twitter voltou ao ar, recebi informações – através de tweets e links sugeridos por tweets – de que havia ocorrido outro terremoto no Haiti<sup>98</sup>, por volta das 9h do horário de Brasília. Dessa maneira, o Twitter estava recebendo um número tão volumoso de informações que ficou fora do ar por pouco mais de meia hora no mundo todo.

---

<sup>97</sup> Quando o Twitter apresenta alguma falha – normalmente por “congestionamento”, um número muito elevado de participantes conectados ou *tweets* divulgados – a imagem que aparece é de uma “baleia encalhada”, contrapondo a idéia da leveza, rapidez e fluidez do pássaro, símbolo oficial do Twitter.

<sup>98</sup> Fortes terremotos atingiram o Haiti nos primeiros dias do ano de 2010.

Figura 07: “Baleia do Twitter” é a imagem que aparece indicando falha por número muito elevado de informações circulando naquele determinado momento no Twitter



Quando o dispositivo normalizou seu funcionamento, li o que havia sido escrito por quem sigo, não havia muitos tweets novos, até porque o Twitter ficou fora do ar por um período. A maioria dos tweets e hashtags eram relativos aos desastres ocorridos no Haiti nos últimos dias. Pude perceber que em momentos de dificuldades – como o vivenciado pelo Haiti – formam-se rapidamente redes que buscam ajudas, de várias modalidades: desde arrecadação de alimentos, fundos financeiros ou modos de divulgar as notícias mais rapidamente.

No final do dia entrei novamente no Twitter para ler o que havia sido twittado, como estou seguindo um número bastante elevado de perfis havia muitas coisas para serem lidas. Saí do computador por cerca de 30 minutos e deixei o computador ligado com a página do Twitter aberta, quando retornei, tinham 70 novos tweets. Pode-se considerar um número bastante expressivo, um indicativo de que há modos muito intensivos de atuar a partir do Twitter e que eles são, ao menos em alguma medida, “divertidos”, pois há, de fato, uma grande adesão por parte de muitos participantes.

### 4.3 A experiência da minha experiência

Sem dúvida, ao longo desses tantos dias<sup>99</sup> em que realizei *minha experiência* de campo – seja lendo o livro-manual de Joel Comm e Ken Burge; seja procurando seguir, efetivamente, os “passos” do plano de 30 dias; seja, ainda, mantendo certo distanciamento para possibilitar a percepção de “novidades” e / ou anacronismos com outros olhares – eu não construí um “Twitter poderoso”<sup>100</sup> como os autores referenciam e indicam no livro-guia. No entanto, pude experienciar uma inserção muito peculiar no campo ao ter seguido, ou procurado seguir, as sugestões – que se configuravam, em alguma medida, em “direcionamento de atitudes” – apresentadas no livro.

Em muitos momentos, seguir o manual parecia artificializar a experiência que estava construindo, sobretudo porque grande parte das sugestões não teriam sido realizadas daquelas maneiras específicas por minha própria conta. De modo que, orientar minha experiência a partir do livro significou torná-la particular e estritamente ligada ao contexto no qual se deu: uma estudante de ciências sociais com interesses pelas temáticas da cibercultura, no entanto sem uma participação ou “presença” muito intensiva em dispositivos como o Twitter, que já tinha familiaridade com algumas das dinâmicas do Twitter antes de iniciar o trabalho de campo, mas que não se constituía enquanto “twitteira” – no sentido de compartilhar e interagir de maneira ativa –, seguindo as sugestões para se construir um “Twitter poderoso” apresentadas em um livro com um forte direcionamento para a área de *marketing*. Está claro que o livro-guia não foi escrito para participantes como eu, ou com objetivos semelhantes aos meus. No entanto, engendrar meu trabalho de campo a partir do que os autores apresentavam como fundamental e necessário para se obter “sucesso” me levou a observar e perceber modos de usos, interações e ações a partir do Twitter que, sem dúvida, eu não teria atentado se tivesse estabelecido minha experiência de campo a partir das

---

<sup>99</sup> Como considero que minha experiência de campo iniciou com a leitura do livro-manual, e durante a experiência de campo fiz algumas pausas, a somatória da minha experiência de campo foi de mais de trinta dias. Ao total, fiquei envolvida diretamente com o campo aproximadamente três meses.

<sup>100</sup> Leia-se ter um elevado número de seguidores.

noções construídas apenas por mim e a partir dos percursos pessoais que eu criasse.

Talvez, ao seguir esse plano, eu tenha “forjado” minha inserção e participação no campo, mas, por outro lado foi a partir dele que pude perceber modos e possibilidades de interação no Twitter diferentes daqueles que eu teria imaginado por minha própria conta. O livro-guia constitui-se, portanto, como um dos atores mais importantes para a realização dessa experiência, por ter agenciado e me feito (fazer) perceber tantas outras possibilidades e maneiras de “ser”, “estar” e “apresentar-se” no Twitter.

Não construí um “Twitter poderoso” e, certamente, não o farei<sup>101</sup>. Mas a experiência de “tentar”<sup>102</sup> me possibilitou experimentar interações outras, mostrou-me que, como em todas as instâncias da vida, no Twitter é possível engendrar e vivenciar as experiências atuando de inúmeros modos – e com inúmeros atores.

---

<sup>101</sup> Os objetivos dessa experiência de campo não estavam inseridos no ideal de construir, de fato, um “Twitter poderoso” ou de “sucesso”, mas experimentar interações a partir das sugestões de autores que situam o Twitter como um dispositivo que pode possibilitar “vantagens”, aumento nos negócios, acesso rápido a informações de diferentes tipos etc.

<sup>102</sup> Admito que em muitas etapas da experiência eu não segui com muito afinco todas as sugestões apresentadas pelo livro-guia, seja por não reunir as competências técnicas necessárias para fazê-las, seja por não ser possível realizá-las pelo fato de eu não trabalhar na área de *marketing*, não ter uma marca ou produto para divulgar.

## 5. A MÁQUINA DE CHILREAR<sup>103</sup>

O POETA (por trás de uma rua minada de seu rosto andar perdido nela)

- Só quisera trazer para meu canto o que pode ser carregado como papel pelo vento

[...]

(Manoel de Barros)

*Twitter*: s. gorjeio, trinado, chilro<sup>104</sup> / v. cantar, gorjear, chilrear, pipilar, estridular; (fig.) tremer de excitação. Essa é a definição que o popular Mini Dicionário Inglês – Português Michaelis apresenta como tradução do termo *twitter*.

Podemos considerar, metaforicamente, o dispositivo Twitter, como uma “máquina de chilrear” por levar os “cantos” (*tweets*) aos “cantos” (páginas iniciais do Twitter de outros participantes, os seguidores), mas leva apenas o que seja tão leve que possa ser carregado como papel ao vento. O Twitter leva os “chilros dos pássaros”, as anedotas de “um passarinho que me contou segredos alheios” e espalha segredos, informações, tweets. O Twitter é (como) um pássaro que pode alçar inúmeros vôos distintos, traçando possibilidades (redes) infinitas.

Tais brincadeiras com as palavras, e possíveis significados para ser “Twitter” o nome do dispositivo experienciado nesse trabalho, tem a intenção de destacar um sem número de possibilidades de modos de interação que pude perceber a partir do Twitter, assim como seu caráter imediatista, fluído até. E, conseqüentemente, as inúmeras *redes*, *associações*, *experiências* que podem ser *traçadas*, *seguidas*, *descritas*. Foi possível refletir acerca de muitos aspectos através da experiência do trabalho de campo que realizei, assim

---

<sup>103</sup> Referencia a “Máquina de Chilrear e seu uso doméstico” que é o nome do quarto capítulo do livro “Gramática expositiva do chão” (2004) do poeta Manuel de Barros que poetiza o que ele considera de as *coisas desimportantes* e tem como um de seus temas preferidos para poesias os pássaros.

<sup>104</sup> Voz de pássaro clara e vibrante que se faz ouvir em pipilos, trinados ou gorjeios sucessivos; definição apresentada pelo Dicionário Eletrônico Houaiss.

como foi possível esboçar várias *categorias de análises*. No entanto, o que considero fundamental destacar é que tudo que pude observar, descrever (e, *conseqüentemente*, analisar) e experienciar está ligado às *redes e associações* que eu criei<sup>105</sup>. Elas só existem a partir de mim e a partir do *contato* estabelecido com todos os *atores* – humanos e não-humanos – que produziram, de algum modo, *diferenças* em minha *experiência*. Portanto, as breves considerações que arrolarei estão intrinsecamente relacionadas às *minhas experiências de campo* que foram descritas anteriormente.

### 5.1 Considerações sobre o Twitter – de minha experiência

A partir da *rede* que *tracei* e *seguí* procurando realizar as sugestões de Comm e Burge presentes no seu “plano de 30 dias para dominar o Twitter”, foi possível perceber algumas características do Twitter que se destacaram de maneira proeminente a partir da minha experiência.

O Twitter é pensando como uma *plataforma de interação social* – por pressupor vários níveis de interação entre os seus usuários – no âmbito das *redes sociais*. De acordo com Recuero e Zago

o Twitter também pode ser percebido como um site de rede social. Estes podem ser definidos como espaços da web que permitem aos seus usuários construir perfis públicos, articular suas redes de contatos e tornar visíveis essas conexões. (2009, p. 03)

Portanto, uma das características das chamadas *redes sociais* é o acesso aberto às suas conexões. O que é intrínseco, de certa maneira, no Twitter, afinal não é preciso ter, necessariamente, um cadastro para visualizar páginas e perfis: basta conhecer os “nomes de usuários” dos participantes que se quer visualizar os tweets; ao contrário da maioria dos outros *sites de relacionamento* que exigem *login* com senha para ter acesso aos conteúdos, como é o caso do Facebook e do Orkut, por exemplo. No entanto, há a possibilidade de manter

---

<sup>105</sup> Com *softwares*, equipamentos, conexão de internet, interfaces gráficas etc. e outros humanos.

um “perfil fechado” <sup>106</sup> no Twitter, ou seja, que não estará visível para quem não tiver sido permitido seguir tais perfis. Passar a seguir os participantes que decidiram por manter seus perfis fechados está condicionado à liberação por parte desses participantes para segui-los, dessa maneira só tem acesso aos conteúdos produzidos por eles quem tiver a “permissão”. A partir da experiência que desenvolvi e contatos que estabeleci, pude perceber que grande parte dos perfis do Twitter são “abertos”.

Outra característica do Twitter, que parece ter um grande destaque, é o fato de ser uma “plataforma de comunicação em tempo real”, como Comm e Burge conceitualizam: a maioria dos tweets trocados tem *valor* no momento em que são escritos. Dificilmente um “tweet antigo” é recuperado, a não ser pelo retweet, que me pareceu ser uma das poucas maneiras de manter um tweet circulando nas *redes* por mais tempo. Ou seja, um tweet é retweetado quando apresenta algum aspecto ou informação que algum participante considerou que vale a pena ser mantido como “atual” por mais tempo, afinal, parece que no Twitter o mais recente atual é o mais interessante, é o que vale ser difundido. Em minha experiência, ao decidir que procuraria ler todos os tweets que fossem escritos e chegassem à minha página inicial – através dos participantes que eu seguia –, percebi o quanto é difícil, trabalhoso e tedioso procurar ler as mensagens twittadas há mais tempo. A instantaneidade e imediatismo, portanto, são uma das principais características desse dispositivo que se insere na lógica que Michel Maffesoli chama de “presenteísta”, ou seja, o que é mais relevante é o que está acontecendo no momento presente. De modo que, nesse instante, o tweet mais importante é aquele mais atual, aquele que acabou de ser twittado.

Pode-se destacar também no Twitter uma *gramática comunicacional própria*, pois, apesar de conter muitos *links* nos tweets, que remetem a imagens, vídeos ou músicas, o principal código utilizado é o textual. Máximo demonstrou, a partir de um estudo com as listas de discussões eletrônicas, que

---

<sup>106</sup> Os participantes que optam por manter seus “perfis fechados” escolhem, necessariamente, não compartilhar suas informações e mensagens com todos os participantes do Twitter (considerando aqui aqueles que possuem cadastro e aqueles que apenas “entram” nas páginas iniciais de alguns participantes para terem com as informações divulgadas).

a dinâmica de interação da Cibercultura dá origem a um sistema simbólico que, em última instância, deve ser apreendido pelos participantes como indicador de pertença ao grupo. O conjunto desses códigos envolve regras de “como falar”, “o que falar” e “quando falar” que sinalizam a *competência comunicativa* necessária para interagir na lista e ser considerado membro do grupo. (2003, p. 9, grifos da autora)

No Twitter também há algumas *competências comunicacionais* que acabam por formar uma *gramática comum*. Como, por exemplo, os indexadores de conteúdos – as *hashtags*, indicadas pelo símbolo # na frente da palavra que cumprirá o papel de *tag* (etiqueta) – que acabam por tornar possível a formação de *redes específicas* para tratar de determinado assunto. Um exemplo que já está se tornando “clássico” foi na semana em que foi noticiada a morte do astro pop Michael Jackson, durante vários dias umas das “etiquetas” mais utilizadas para os tweets era #michaeljackson; o mesmo também ocorreu com os terremotos do Haiti ou com algumas espécies de “filosofias cotidianas” presentes no Twitter como #pensei; #prontofalei; #vouconfessarque etc., os exemplos são inúmeros. Esses indexadores, além de “qualificar” um tweet com determinado assunto, auxiliam nas buscas de informações e notícias. Além de poder acompanhar quais os assuntos mais comentados a partir do *trending topics* – uma espécie de *ranking*, que aparece abaixo das informações do contato, na lateral direita da página inicial, do que se está mais falando naquele momento.

Outra característica central é a *mobilidade*. As possibilidades de utilizar o Twitter a partir de dispositivos móveis são muito grandes e correntemente utilizadas. Podemos fazer uma correlação com a comparação dos tweets e SMS apresentada logo no início do livro de Joel Comm e Ken Burge. Parece haver também uma distância geracional, nas competências técnicas necessárias para utilização dos recursos de envio de mensagens pelo celular.

Para procurar perceber essa correlação realizei um levantamento no dia 19/02/2010 de quais *dispositivos* os tweets foram enviados durante todo

aquele dia. Fiz uma tabela com a quantidade de tweets enviados via *web* e via *dispositivos móveis*<sup>107</sup>. Os números encontrados<sup>108</sup> foram:

@ 319 tweets *from web*

@ 271 tweets *from dispositivos móveis variados*

@ 56 retweets – enviados tanto via *web*, quanto via *dispositivos móveis*

Uma rápida contabilização – que não pode ser considerada, em hipótese alguma como *fixa* – nos permite perceber a importância e presença da mobilidade no Twitter. O que, sem dúvida, influencia sobremaneira nos usos possibilitados e engendrados, sobretudo por possibilitar que sejam enviados tweets no momento e a partir do lugar em que algum acontecimento está ocorrendo.

Evidencio, portanto, que, além das inúmeras características e possibilidades apresentadas ao longo da minha descrição da experiência, as características acima apresentadas podem ser consideradas como centrais, ao menos a partir das interações que desenvolvi. Desse modo, a possibilidade do conteúdo do Twitter ser “aberto” aos que não tem cadastro no dispositivo, a valorização do que é imediato, a “indexação de conteúdos” a partir das *hashtags* e mobilidade, são centrais nas interações compartilhadas a partir do Twitter.

Esse conjunto de características / possibilidades podem nos indicar modos de ser e valores dos – ou da maioria dos – “sujeitos contemporâneos”. Esses sujeitos (nós, ou alguns de nós) que estão inseridos em uma lógica fluída baseada na agilidade, de modo que “tudo” precise ser feito rapidamente, encontram no Twitter um espaço de atuação, comunicação, interação intensas e imediatas, afinal ler 140 caracteres é muito mais rápido. Mas é preciso observar que escrever, produzir 140 caracteres nem sempre significa rapidez,

---

<sup>107</sup> Como UberTwitter, Echofon, Iphone etc., ao total foram registrados – nesse dia – 28 *dispositivos móveis* diferentes entre si.

<sup>108</sup> Enfatiza-se que tais números foram obtidos no dia 19/02/2010 e somente nesse dia, portanto a relação de comparação estabelecida só é válida, totalmente, no contexto dessa experiência. Além de que, esses tweets foram contabilizados a partir da minha página inicial, portanto há uma série de especificidades que tornam essa *experiência* única: quantidade de perfis que sigo, quem são essas pessoas, quais competências técnicas reúnem etc.

pois *pensar* e expressar-se de forma tão resumida muitas vezes exige um esforço de sistematização, o que pode ser um tanto demorado.

## 5.2 Considerações sobre a minha experiência

Mas é que também não sei que forma dar ao que me aconteceu. E sem dar uma forma, nada me existe. E – e se a realidade é mesmo que nada existiu?! quem sabe nada me aconteceu? Só posso compreender o que me acontece mas só acontece o que eu compreendo – que sei do resto? o resto não existiu! Quem sabe me aconteceu apenas uma lenta e grande dissolução? E que minha luta contra essa desintegração está sendo esta: a de tentar agora dar-lhe uma forma? Uma forma contorna o caos, uma forma dá construção à substância amorfa – a visão de uma carne infinita é a visão dos loucos, mas se eu cortar a carne em pedaços e distribuí-los pelos dias e pelas fomes – então ela não será mais a perdição e a loucura: será de novo a vida humanizada. (2009, p. 12)

E que eu tenha a grande coragem de resistir à tentação de inventar uma forma.

Esse esforço que farei agora por deixar subir à tona um sentido, qualquer que seja, esse esforço seria facilitado se eu fingisse escrever para alguém.

Mas receio começar a compor para poder ser entendida pelo alguém imaginário, receio começar a “fazer” um sentido, com a mesma mansa loucura que até ontem era o meu modo sadio de caber num sistema. Terei que ter a coragem de usar um coração desprotegido e de ir falando para o nada e para o ninguém? assim como uma criança pensa para o nada. E correr o risco de ser esmagada pelo acaso. (2009, p. 13)

Clarice Lispector

Ao desenvolver minha participação no Twitter e procurar problematizá-la como um trabalho estritamente ligado às minhas experiências, estratégias de campo, noções teórico-metodológicas, leituras prévias, perspectivas etc., foi possível, conforme já explicitado, perceber alguns modos de atuar e interagir a partir do Twitter. Tais percepções não teriam sido factíveis caso eu tivesse me disponibilizado a observar e descrever algum evento isolado a partir do Twitter, ou procurado explicar esse dispositivo à luz de alguma teórica específica que “desse conta de uma totalidade” das interações possibilitadas a partir do Twitter. De modo que as interações que procurei descrever só foram possíveis – ao menos da forma que foram apresentadas aqui – através da tentativa, esforço e disposição de (re)pensar aspectos teórico-metodológicos. O que

significou assumir reflexões (e dúvidas) que exigiram, muitas vezes, pensar a própria escrita, *como* registrar o que se considerava relevante, por ser necessário considerar alguns aspectos relevantes em detrimento de outros que acabariam por não aparecer, enfim, (re)pensar-me a mim mesma no interior dessa experiência, do trabalho ensaiado aqui. No entanto, aceitar e colocar-me esse *desafio* abriu-me para a tarefa de *experenciar* um *campo* conforme ele ia acontecendo, ao invés de procurar no *campo* aspectos que pudessem explicar categorias e interações pressupostas anteriormente.

Sem dúvida tais noções possibilitaram o desenvolvimento de um trabalho no qual se pretendeu observar as perspectivas sociotécnicas, bem como algumas perspectivas da Teoria do Ator-Rede. Tem-se consciência, portanto, que tais diretrizes não foram evidenciadas ou “aplicadas” durante todas as etapas da experiência e escrita do trabalho. Manter uma descrição sociotécnica e procurar observar todos os possíveis atores – humanos e não-humanos – dotados de agência constitui-se em uma tarefa bastante difícil, afinal estamos (ou estou) muito acostumados a pensar as relações a partir de sujeitos humanos e entre sujeitos humanos, esquecemos e invisibilizamos as dimensões técnicas que nos possibilitam – ou nos fazem – fazer muitas coisas. E também, parece-nos uma tarefa deveras complexa dispensar agência a atores não-humanos, aceitar que “objetos” modifiquem e determinem, em alguns níveis, nossas relações, interações. Novas tecnologias, novas maneiras de atuar no mundo e, conseqüentemente, novos atores estão cada vez mais presentes em nossos cotidianos e, no entanto, parece cada mais difícil vê-los. Talvez por isso (também) eu não tenha cumprido efetivamente a tarefa a que tinha me proposto neste trabalho e tenha automatizado e naturalizado algumas dimensões que precisam ser refletidas, problematizadas. No entanto, o esforço de olhar e procurar perceber outros atores, outros modos de interação, ensinou-me que há outras possibilidades de atuação no mundo. Que podemos olhar repetidamente para as mesmas coisas e, de repente, *ver* o que parecia “invisível”.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **O que é um dispositivo?** *In Outra Travessia*, n 5. Florianópolis: Curso de Pós-Graduação em Literatura, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **Tela Total: Mito-Ironias na Era do Virtual e da Imagem**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica: Antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

COMM, Joel. BURGE, Ken. **O poder do Twitter: Estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um *tweet* por vez**. São Paulo: Editora Gente, 2009.

EMERSON, Robert. M.; FRETZ, Rachel I.; SHAW, Linda. **Writing Ethnographic Fieldnotes**. Chicado: University of Chicago, 1995.

89

---

FRAVET-SAADA, Jeanne. *Ser afetado*. *In Cadernos de Campo*. São Paulo: USP / FFLCH, ano 14, n. 13, 155-161, 2005. [1990]

FREIRE, Letícia Luna. **Seguindo Bruno Latour: notas para uma antropologia simétrica**. *Comum*, v. 11, n. 26. Rio de Janeiro, 2006.

GUIMARÃES Jr., Mário J. L. **O ciberespaço como cenário para as ciências sociais**. 1999. Disponível em: <[http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/ciber\\_cenario.html#n7](http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/ciber_cenario.html#n7)>. Acessado em 18/07/09

MAXIMO, Elisa Maria. **Blogs: o eu encena, o eu em rede**. Cotidiano, performance e reciprocidade nas redes sócio-técnicas. Florianópolis, 2006. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social.

\_\_\_\_\_. **Compartilhando regras de fala: uma análise da dinâmica de interação na lista eletrônica de discussão CIBERCULTURA.** Antropologia em Primeira Mão, PPGAS / UFSC, Florianópolis, 2003.

\_\_\_\_\_. **Novos caminhos de socialização na Internet: Um estudo das listas eletrônicas de discussão.** Fórum de Pesquisa “*Cultura, Comunicação e vida cotidiana*”. Disponível em: Anais da 22ª Reunião Brasileira de Antropologia. Brasília, 2000.

Montero-Sieburth, Marta. **La Auto etnografía como una Estrategia para la Transformación de la Homogeneidad a favor de la Diversidad Individual en la Escuela.** Disponível em: <[http://www.uned.es/congreso-inter-educacion-intercultural/Grupo\\_discusion\\_1/74.pdf](http://www.uned.es/congreso-inter-educacion-intercultural/Grupo_discusion_1/74.pdf)> Acessado em: 15/05/2010

LATOUR, Bruno. **Por uma antropologia do centro** (entrevista do autor à revista). *Mana* 10(2), pp. 397-414, 2004.

\_\_\_\_\_. **Rendre Le social à nouveau traçable.** *In* La cronique de Bruno Latour, 2007.

\_\_\_\_\_. **Reensamblar lo Social.** Buenos Aires: Manantial, 2008.

\_\_\_\_\_. **Jamais fomos modernos.** São Paulo, Editora 34, 2008 b.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: 34, 2008.

\_\_\_\_\_. **O que é o Virtual?** São Paulo: 34, 2009.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. **Em busca das “redes que importam”:** Redes Sociais e Capital Social no Twitter. GT Comunicação e Cibercultura, XVIII Encontro da Compós. Belo Horizonte, 2009c. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/trabalhos\\_arquivo\\_coirKgAeuz0ws.pdf](http://www.compos.org.br/data/trabalhos_arquivo_coirKgAeuz0ws.pdf)>. Acessado em 25/01/2010.

RIFIOTIS, Theophilos. **Antropologia do Ciberespaço**. Questões teórico-metodológicas sobre pesquisa de campo e modelos de sociabilidade. *Antropologia em primeira mão*, n. 51. Florianópolis: PPGAS, 2002.

\_\_\_\_\_. **Apresentação**. In SEGATA, Jean. **Lontras e a Construção de Laços no Orkut**. Rio do Sul: Nova Era, 2008.

\_\_\_\_\_. **Duas ou três coisas sobre elas, as comunidades virtuais**. In Anais do XXVII Encontro Anual da ANPOCS, Caxambú, 2003.

SEGATA, Jean. **Entre Sujeitos: o ciberespaço e a ANT**. In: II Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura, 2008, São Paulo. Anais do Evento, 2008.

\_\_\_\_\_. **Lontras e a Construção de Laços no Orkut**. Rio do Sul: Nova Era, 2008b.

SPECK, Felipe. **O que você está fazendo?** Um estudo da socialidade no Twitter. Florianópolis, 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Departamento de Jornalismo.

O'Reilly, Tim. MILSTEIN, Sarah. **Desvendando o Twitter**: O guia definitivo da ferramenta que está revolucionando a comunicação em todo o mundo. São Paulo: Universo dos livros, 2009.