

Cibercultura e Redes Sociais – Twitter como Interação*

Cyberculture and Social Networks – Twitter as Interaction

Jaciara Novaes Mello
Rubia Francine Ribeiro

Índice

1	Introdução	2
2	Análise	5
3	Considerações Finais	6
4	Referências	7

por objetivo apresentar a netnografia como alternativa metodológica de pesquisa científica no campo da comunicação, estabelecendo uma relação entre comunicação e redes sociais.

Palavras chave: Rede Social, netnografia, cibercultura e comunicação.

Resumo

As chamadas tecnologias da informação e da comunicação se fazem presentes em todos os campos do conhecimento desestruturando, entre outros, a ordem tradicional na lógica de produção, disseminação e uso de informações e de conhecimentos, provocando mudanças nas formas de pensar essa realidade. O trabalho pretende abordar o *Twitter*, seu impacto no perfil dos integrantes, assim como o Agenda-setting existente neste meio. O presente texto tem

*Texto Científico apresentado ao Curso de Jornalismo Digital do Grupo Educacional Uninter Câmpus de Ponta Grossa, como Produção do Conhecimento nas Disciplinas de Metodologias Aplicadas à Comunicação Digital e Consumo e Entretenimento Digital. Professoras: Rosa Maria Cardoso Dalla Costa e Geórgia Natal.

Abstract:

The so-called information and communication technologies make themselves present in all fields of knowledge disrupting, among others, the traditional order in the logic of production, dissemination and use of information and knowledge, leading to changes in ways of thinking that reality. The study addresses Twitter, its impact on the profile of the members, as well as agenda-setting existing in this medium. This paper aims to present netnography as an alternative scientific research methodology in the field of communication, establishing a relationship between communication and social networks.

Key-words: Social Networking, netnography, communication and cyberculture.

1 Introdução

Seguindo os passos do estudioso Pierre Lévy, percebe-se que o ciberespaço é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. “O termo não só especifica a infraestrutura material da comunicação digital, como o universo oceânico das informações que ele abriga, assim como os seres humanos, que navegam e alimentam esse universo” (Lévy, 1999, p.17)

Os estudos realizados com os mass media têm importância para a sociedade, uma vez que se compreende como estes trabalham na formação da opinião pública. Logo é inegável a influência desses meios no cotidiano das pessoas, visto que temos uma infinidade de informações que são disseminadas por estes canais.

A realidade social passa a ser representada por um cenário montado a partir dos meios de comunicação de massa.

Na proposta de uma análise netnográfica há a ideia de se registrar quais as atenções que se impõem para a comunicação no ciberespaço, o padrão de comportamento on line, e a linguagem utilizada na rede social, que será objeto desse estudo.

Uma das possibilidades de se estudar o imaginário virtual e seus atores sociais se faz pelo método da observação. Assim como é comum para a comunicação, a observação na rede é relevante. Porém devido à natureza desterritorializada das redes, o que se pergunta é de que forma fazer a observação participante à distância. A premissa básica da aproximação ao objeto de estudo merece, então, um redirecionamento. Sendo assim, haverá a inserção das pesquisadoras na rede

social para o acompanhamento. Abordar-se-á portanto o *twitter* que desperta grande fascínio entre seus membros, formado por grupos de usuários online praticamente 24h por dia.

O desafio da pesquisa será seguir a rotina de um internauta, entendendo como é o comportamento on line – off line. Para tanto optou-se por "seguir" um blogueiro durante oito dias. Para dar maior suporte à análise, o trabalho propôs, também, a realização de uma entrevista semi estruturada com o internauta, objeto do estudo. Diante dessa proposta, o estudo estabelece como objetivo geral a compreensão de como se dá a interação entre a comunicação e as redes sociais.

Antes de discutir este tema propriamente dito, vale ressaltar que as pesquisas para este trabalho basearam-se em referências bibliográficas (tanto em bibliotecas presenciais como em informações disponíveis na rede). O que se pode notar com maior relevância é a utilização do termo etnografia virtual por pesquisadores da área da comunicação e de netnografia, principalmente, por estudiosos da área de marketing digital. Optou-se por nomear, aqui neste texto, tal metodologia como netnografia conforme apresentado pela professora Rosa Maria Cardoso Dalla Costa, na disciplina de Metodologias Aplicadas à Comunicação Digital no curso de MBA em Jornalismo Digital.

1.1 Twitter

Hoje, as mídias sociais estão tão umbilicalmente ligadas ao cotidiano social, que já passamos, há muito, por um ponto sem retorno. As novas tecnologias de informação e de co-

municação digital mudaram a forma como as pessoas pensam, agem, se associam, trocam opiniões, trabalham, dentre outras influências. Por isso, cresce a importância da netnografia.

De acordo com o site www.twitterbrasil.org, o twitter é uma rede social e um serviço de microblog que permite aos seus usuários enviar e ler mensagens conhecidas como ‘tweets’. Os tweets são posts de até 140 caracteres que são mostrados na página do perfil do autor e enviadas para assinantes que são conhecidos como “seguidores”. Quem envia mensagens pode restringir o envio para aqueles pertencentes ao seu círculo de amigos ou abrir para acesso de todos. Usuários podem enviar ou receber mensagens através do website do *twitter*, de dispositivos móveis como telefones celulares através de SMS e por softwares específicos instalados em dispositivos portáteis.

Gorete : A Paula Veludo

A idéia de mudar o visual de pessoas insatisfeitas com a aparência é bastante clichê na televisão brasileira, mas a turma do *Pânico na TV*, na RedeTV!, conseguiu fazer do manjado quadro algo surpreendente. A transformação de Gorete, em Gorete Quer Ser Gisele, ajudou a atração a bater o recorde de sua audiência na noite de domingo (23) e, de quebra, liderou a lista dos Trending Topics – assuntos mais comentados – do *twitter*. Com Gorete, a atração garantiu a liderança na audiência por 35 minutos consecutivos, com média de 12 pontos e máxima de 17,6, com 20,3% de share. No Micro blog, Gorete foi o assunto mais comentado na noite de domingo e madrugada de segunda-feira, ocupando quatro dos dez

assuntos mais comentados na rede de microblogs e superando a final da série *Lost*.

1.2 Teoria do Agenda Setting

De acordo com a teoria formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw na década de 1970, a mídia determina a pauta (em inglês, agenda) para a opinião pública ao destacar determinados temas e preterir, ofuscar ou ignorar outros tantos. No ambiente on line, não somente os jornalistas têm esse poder, qualquer um pode colocar informações no ciberespaço. As idéias básicas da Teoria do Agendamento podem ser atribuídas ao trabalho de Walter Lippmann, um proeminente jornalista estadunidense.

Ainda em 1922, Lippmann propôs a tese de que as pessoas não respondiam diretamente aos fatos do mundo real, mas que viviam em um pseudo-ambiente composto pelas “imagens em nossas cabeças”. Os veículos de comunicação teriam papel importante no fornecimento e geração destas imagens e na configuração deste pseudo-ambiente.

A teoria explica a correspondência entre a intensidade de cobertura de um fato pela mídia e a relevância desse fato para o público. Hoje isso está praticamente se invertendo. Os veículos de comunicação, além de também estarem inseridos, prestam atenção no que é postado pois pode virar notícia.

1.3 Netnografia: Definição e possibilidades Práticas de Aplicação

A etnografia é um método de investigação oriundo da antropologia que reúne técnicas que munem o pesquisador para o trabalho de observação a partir da inserção em comunidades para pesquisa, onde o pesquisador entra em contato intra-subjetivo com o objeto de estudo. Fazer etnografia é:

“como tentar ler (no sentido de construir uma leitura de) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado”. (GEERTZ, 2001, p. 20)

Segundo Christine Hine (2000), a etnografia em sua forma básica consiste em que o pesquisador submerja no mundo que estuda por um tempo determinado e leve em consideração as relações que se formam entre quem participa dos processos sociais deste recorte de mundo, com objetivo de dar sentido às pessoas, quer esse sentido seja por suposição ou pela maneira implícita em que as próprias pessoas dão sentido às suas vidas.

A transposição dessa metodologia para o estudo de práticas comunicacionais mediadas por computador recebe o nome de Netnografia, ou etnografia virtual e sua adoção é validada no campo da comunicação pelo fato de que “muitos objetos de estudo localizam-se no ciberespaço” (MONTARDO & ROCHA, 2005, p. 1). Assim,

a partir de um determinado entendimento inicial observamos a netnografia como um dos métodos qualitativos que amplia o leque epistemológico dos estudos em comunicação e cibercultura. Essa aplicação metodológica começou a ser explorada a partir do surgimento de comunidades virtuais, no final dos anos 80. No Brasil, entretanto, ainda são poucos os estudos voltados para essa questão, seja no que diz respeito à metodologia ou mesmo aos objetos analisados. Sá (2002), discutiu a questão da aplicação da metodologia nas redes. Montardo e Rocha (2005) questionaram a pertinência dos estudos netnográficos ao campo da comunicação e da cibercultura. Por sua vez, Amaral (2008) enfatiza o caráter mais imersivo de uma parte da metodologia, designada como autonetnografia (2008).

Segundo Kozinets (2002) a netnografia é definida como um método de pesquisa derivado da técnica etnográfica desenvolvida no campo da antropologia e, costuma-se dizer que a netnografia tem conhecido um crescimento considerado devido à complexidade das experiências da sociedade digital. Este método é constantemente utilizado por pesquisadores das áreas da comunicação, do marketing, da antropologia e da sociologia.

Nota-se que muitos sites descrevem netnografia como o monitoramento de comunidades on-line a fim de se estabelecer hábitos de consumos. Para tanto são apresentados como instrumentos de pesquisas: cyberinterviews, e-mails, board postings, e homepages.

Faz-se importante ressaltar que a preocupação deste artigo, ao apresentar, algumas aplicações do método é a reflexão quanto ao caráter relevante da tecnologia na sociedade contemporânea. Não apenas as facilidades

surgidas com o meio internet, mas suas implicações na vida real, seja online ou offline.

2 Análise

O processo de imersão para estudo no microblog foi de 16 a 23 de maio. Nesse período ganhamos 46 seguidores (entre amigos e conhecidos) e seguimos 97 pessoas (entre celebridades, amigos e conhecidos.) Nesse ínterim, começamos a seguir @patriciaecave que se tornou objeto do presente estudo.

Ela é uma mulher de 35 anos, que acabou por se tornar uma microcelebridade pontagrossense. Possui 1237 seguidores, número bastante expressivo na cidade, ganhando notoriedade em alguns periódicos locais.

Percebeu-se durante a observação que para ter seguidores é preciso atualizar o microblog. Patrícia concorda dizendo que responde sempre que pode a tudo que questionam. “Às vezes não posso responder na hora, mas mesmo sendo mais tarde, sempre respondo”. Acredita que outro motivo de seu sucesso na rede seja a diversidade de temas. “Procuro diversificar, polêmicos, ou não, gostos pessoais, piadas, entre outros, tudo dentro do bom-senso e respeito ao próximo.” Abaixo, alguns dos posts.

- Dia 23.05 Lars Graef no Ciclo de Palestras CBN em Ponta Grossa-PR, <http://migre.me/HGOI>
- Dia 22.05 No palco do Lançamento do Programa Atitude (PG-PR) com Vários Representantes de Órgãos estaduais e municipais. <http://twitpic.com/1q12ie>

- Dia 21.05 Lamento a Falta de Noção de certas mães com tanta violência. Com, pedofilia, drogas, PORQUE colocam Filho no Mundo se Não Cuidar Vão? Isso, da raiva.
- Dia 20.05 Falta de Respeito c / a música. No teatro ã SE DEVE Falar alto no celular.E pré-adolescentes NÃO devem Ficar perturbando todo o tempo **#Educacao**
- Dia 19.05 Hoje Acontece a 10 a. Edição do Chá Beneficente c / renda revertida n Instituição Casa do Menor Irmãos Cavanis em Ponta Grossa (PR)! Ateh = D
- Dia 18.05 Escolas adotam Medidas polêmicas pra conter violência de alunos no PR (Botão do pânico) <http://migre.me/G2iV>
- Dia 17.05 Com certeza. É deprimemente. Um Assunto Que decepciona, e revolta **#Pedofilia**
- Dia 16.05 Donald Graham (Dir The Washington Post Company): a Concorrência c / p contribuiu net / Perdas de UU \$ 29,3 Milhões nd Divisão de revistas em 2009.

No monitoramento on line, percebe-se que tanto @patriciaecave, como os demais blogueiros postam de tudo, desde comentários sobre economia internacional, até o que comeram no café da manhã. Os posts de @patricia, segundo a própria internauta “são baseados em assuntos leves, pesados, voltados a questões solidárias, política, cultura e até do cotidiano, quando vejo coisas erradas ou boas na nossa cidade, coloco também”.

A internauta objeto desse estudo dá em média 20 twitts por dia, em um ano dentro da rede acumula pouco mais de 8.600 posts. Como o *twitter* dela é uma parada obrigatória entre os internautas, ela decidiu realizar um encontro dos twiteiros pontagrossenses. O encontro que aconteceu no mês passado, segundo ela, superou as expectativas. “Foi sensacional! Surgiu de uma conversa dentro do *twitter* (é claro) e as pessoas começaram a me cobrar, apontei um dia como sugestão, surgiram mais adeptos da idéia, e assim foi”.

Sobre o encontro dos twiteiros, @patricia comenta que notou diferença entre alguns participantes on line e off line. Sempre deduzimos uma imagem e o jeito de uma pessoa, e quando a conhecemos nem sempre correspondem à exata realidade.

Um fator importante que faz o entrelaçamento entre a cibercultura é a linguagem. Em todas as manifestações da história do homem a linguagem tem um papel definitivo e, no ciberespaço não seria diferente. A partir dessa perspectiva vale registrar algumas definições de linguagem.

Nesse aspecto, Lyons (1987, p. 3) aponta que essa definição se encontra na maior parte dos livros e tratamentos gerais do assunto e define linguagem como um método puramente humano e não instintivo de se comunicar idéias, emoções e desejos. Afirma também ser um sistema de símbolos viçais arbitrários por meios dos quais um grupo social co-opera.

Ele explica que essa definição não faz alusão, a não ser indiretamente e por implicação, à função comunicativa da língua(gem), ao invés coloca toda a sua ênfase na função social (1987, p.3), que vemos nitidamente dentro do ciberespaço.

3 Considerações Finais

A superação das dificuldades técnicas das pesquisadoras acerca dos objetos pesquisados e própria limitação de alguns objetos representam barreiras a serem transportadas pela análise do trabalho netnográfico, e não pela metodologia em si.

“O etnógrafo não é um simples voyeur ou um observador desengajado, mas é, em certo sentido, um participante compartilhando algumas das preocupações, emoções e compromissos dos sujeitos pesquisados. Essa forma estendida depende também da interação, em um constante questionamento do que é possuir uma compreensão etnográfica do fenômeno” (HINE, 2000, p.47)

Nesse artigo, procura-se indicar alguns estudos e procedimentos que constituem a netnografia enquanto ferramenta metodológica utilizada na pesquisa em redes sociais e comunicação, pensando o objeto (*twitter*) como dinâmico e mutável frente às atualizações não apenas tecnológicas, mas de ordem comportamental e subjetiva.

Percebe-se que os internautas “adotaram” as redes sociais, pela facilidade de se expressar (forma livre e rápida). A partir do estudo consegue-se elencar outros fatores de crescimento das redes sociais, no caso o *twitter*. O primeiro deles é que a ferramenta consome menos tempo, podendo ser feito de casa ou do celular. É menos subjetiva, e dispendiosa. É menos invasiva, pois você “não está lá”. É uma presença que não incomoda, mesmo fazendo parte. O *twitter* é uma ferramenta

que possui por vez, apenas 140 caracteres, logo o acesso a ele é extremamente facilitado, do ponto de vista textual.

Concluimos então que é difícil discernir padrões de comportamento no mundo real a partir de um estudo do virtual – de forma precisa porque a pesquisa busca em primeiro plano entender as construções de sentido.

A linguagem usada na rede constrói a realidade de quem escreve. Mesmo numa narrativa do “mundo real”, se está diante de uma construção narrativa que possui dimensões que se sobrepõem: isso faz com que a narrativa escape do dualismo verdade/falso, real/irreal, verdadeiro/fantasiado.

Em suma, o pesquisador deve permanecer consciente de que está observando um recorte comunicacional textual das atividades de uma comunidade online, e não a comunidade em si, composta por outros desdobramentos comportamentais além da comunicação (gestual, apropriações físicas, etc), sendo essa a principal diferença entre o processo etnográfico e a observação netnográfica.

É portanto, inegável que estamos inseridos numa era digital. As informações, no ciberespaço são produzidas e consumidas numa velocidade jamais vista. O que caracteriza essa revolução digital, não é a centralidade dos conhecimentos e da informação, mas sim a aplicação desses para a geração de novos conhecimentos, inclusive científicos sobre o tema. O ciberespaço é uma ambiente de interação, que fornece múltiplas formas de construção de conhecimento. Nesse sentido as redes sociais são vistas como potencializadoras do desenvolvimento sócio cognitivo.

4 Referências

- AMARAL, A, DUARTE, R. (2008). *A subcultura Cosplay no Orkut: comunicação e sociabilidade online e offline*. In: BORELLI, S., FREIRE FILHO, J. (orgs). *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: EDUC, (no prelo).
- GEERTZ, C. (2001). *Nova luz sobre a antropologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- HINE, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- HINE, C. (2004). *Etnografia Virtual*. Colección nuevas Tecnologías y Sociedad. Barcelona, Editorial UOC. 2004
- KOZINETS, R. V. (2002). *The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities*.
- LÉVY, Pierre. *O ciberespaço e a economia da atenção* in PARENTE, André (org). *Tramas da rede*. Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LYONS, John. *Língua(gem) e Lingüística: uma introdução*. Rio de Janeiro: LTC Ediora, 1987.
- MONTARDO, S. P., & ROCHA, P. J. (2005). *Netnografia. Incursões metodológicas na cibercultura*. Revista E-compós, volume 4, Brasília.

SÁ, S. P. (2002). *Netnografias nas redes digitais*. In: PRADO, J.L. *Crítica das práticas midiáticas*. São Paulo: Hacker editores.

<http://diversao.terra.com.br/tv/noticias/0,,OI4447423-EI12993,00>

www.twitterbrasil.org

Wikipédia, a enciclopédia livre. *Agenda-setting theory*: <http://pt.wikipedia.org>