

O que você está fazendo agora? - Twitter, pragmatismo e a experiência do usuário web

Dimas Tadeu de Lorena Filho (dimasgibi@yahoo.com.br)
(<http://lattes.cnpq.br/7956491633480625>)

Letícia Perani (leticiaperani@yahoo.com.br)
(<http://lattes.cnpq.br/2564650639840897>)

INTRODUÇÃO

“What are you doing now?”¹

Costuma-se pensar o ciberespaço como uma grande rede de informação. A própria origem da Internet num contexto sócio-político americano, como bem lembra Lucia Santaella², contribui para que a rede mundial de computadores seja vista sob a metáfora da superinfovia, ou um ambiente no qual a informação, sua matéria-prima constituinte, fluiria de forma rápida e dinâmica. Ao se referir a um novo paradigma mundial – dito tecnológico – Castells diz:

A primeira característica do novo paradigma é que a informação é sua matéria-prima: *são tecnologias para agir sobre a informação*, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como foi o caso das revoluções tecnológicas anteriores. (CASTELLS, 1999, p. 108)

Parece, sob esse prisma, que o entendimento da informação – bem como sua manipulação – seria sinônimo do entendimento do ciberespaço. A reflexão aqui proposta, no entanto, parte da perspectiva de que a rede mundial de computadores, mais do que informacional, revela-se como um espaço comunicacional. Enquanto “informação” trata-se de um conceito estatístico (mensurado matematicamente em *bits*), a “comunicação” parece ser um campo do conhecimento que perpassa instâncias sociais, culturais, econômicas e semióticas. Parece também ser dessa natureza o fenômeno aqui problematizado, isto é, a dinâmica de funcionamento de uma rede social ou comunidade virtual, espaços onde “fazemos tudo o que fazem pessoas quando se encontram, mas o fazemos com palavras e na tela do computador, deixando nossos corpos para trás”³.

1 “O que você está fazendo agora?”

2 2004, p. 117

3 SANTELLA, 2003, p. 122

Em março de 2006 uma empresa americana lança uma nova rede social na Internet: o *Twitter*⁴. O serviço, que se autodenomina uma plataforma de *microblogging*, gira em torno de uma simples pergunta: “O que você está fazendo agora?”. E é exatamente a partir dessa dinâmica que o Twitter funciona. Os usuários têm um espaço de 140 caracteres para contar aos seus seguidores o que está lendo, vendo, ouvindo. E é claro, cada “twitteiro” também acompanha, sempre que estiver *online*, as atualizações das pessoas que segue. A possibilidade de enviar *links* fez do serviço um interessante ponto de troca de informação na *web*.

Mas a pergunta que dá a tônica do serviço diz “O que você está fazendo agora?” e não “por onde você está navegando agora?”. Por isso mesmo, desde o princípio, o *Twitter* permitia a atualização via telefone celular, usando mensagens SMS. Embora restrita a alguns países, essa possibilidade, por si só, já reconfiguraria a fruição das comunidades virtuais no sentido exposto acima pro Santaella. Não se trata mais de “deixar nossos corpos para trás”, nem da “tela do computador”. A rede social permitiria uma fruição ainda mais rica se, ao invés de troca de informação, possibilitasse comunicação em tempo real. Dotar “o que se faz” do *hic et nunc* permitiria não apenas a discussão de tópicos de acordo com afinidades, – características recorrentes em redes como o *Orkut*, o *Facebook* ou o *MySpace*, por exemplo. Essa característica também dá ao usuário uma localização geográfica, física, “corpórea”, que não é mais deixada para trás.

Mais do que isso, o constante desenvolvimento de aplicativos para o Twitter tornou possível a publicação de fotos, vídeos, sons. Levados aos celulares, esses aplicativos passaram a permitir o envio de atualizações por praticamente qualquer aparelho que se conecte à Internet. Pela primeira vez, a comunidade virtual é também ubíqua. Quebra-se, ao menos nesse tipo de ambiente, a distinção entre lugar e não-lugar antropológicos, proposta por Marc Augé (1994). Enquanto o lugar era aquele espaço que favorecia a sociabilidade, a interação e o enraizamento, o não-lugar se dá pela transitoriedade. A contemporaneidade estaria, portanto, repleta de não-lugares (dos *shopping centers* aos aeroportos, dos hospitais aos hotéis). E o ciberespaço seria a ilustração máxima desse fenômeno, ao convergir para um ambiente virtual e transitório, entidades que não

4 Algo como “piador”, já que “*tweet*” é a palavra inglesa que designa o som produzido pelos pássaros, ou “pio”.

possuem um lugar fixo, mas, do contrário, existências múltiplas (seja na memória de vários computadores, seja através da estrutura da rede, que é descentralizada).

Ora, mas como dizer que o usuário do Twitter está em um não-lugar quando sua posição geográfica acaba justamente por favorecer interações? Até que ponto um espaço como um terminal aeroportuário desfavorece os encontros interpessoais quando um serviço permite acompanhar as atualizações das pessoas numa determinada distância, bem como a troca de mensagens entre elas?

Em um recente trabalho, Santaella coloca que

O que caracteriza prioritariamente o ciberespaço, espaço de virtualidades, feito de *bytes* e luzes, é a habilidade para simular ambientes dentro dos quais os humanos podem interagir, ambientes, aliás, que só funcionam como tal pelo agenciamento do visitante. (SANTAELLA, 2007, p. 178)

Entretanto, numa plataforma em que se pretende uma conexão causal entre o que se representa e o que ocorre, faria sentido considerar que esse espaço “simula” ambientes? Ou melhor, a “interação entre humanos” continuaria a ocorrer apenas em simulações quando se trata do ciberespaço?

Este trabalho pretende investigar como o Twitter reconfigura a experiência da participação numa rede social através de sua locatividade, seja pela representação, que se torna mais próxima daquilo que se representa, seja pela experiência em si, enriquecida pelas possibilidades geradas pelas suas conformidades materiais.

O QUE É O TWITTER?

Surgido em março de 2006, em São Francisco (EUA), o Twitter é um serviço para envio de mensagens instantâneas, com até 140 caracteres, que são distribuídas para uma rede de seguidores que “adicionam” o usuário em suas listas de interesse. A ferramenta experimentou um rápido crescimento no seu número de contas - 700% entre 2008 e 2009, atingindo a marca de 9 milhões de usuários únicos em fevereiro de 2009 (FELITTI, 2009). Twitter é uma ferramenta que pode ser utilizada em *desktops*, *notebooks*, *palm*s e, principalmente, celulares; é nos telefones móveis que o serviço *web* estadunidense encontra sua mídia preferencial – portátil e ubíqua, a telefonia celular permite expandir os limites da *web*, que agora não mais se limita aos computadores

peçoais e aos cabos. Reconhecendo o potencial ubíquo desse tipo de uso desta ferramenta, o design da sua página *web* é otimizada para a experiência de navegação em celulares: a parte principal do Twitter, onde ficam as mensagens postadas, é centralizada na tela, permitindo a visualização das informações em dispositivos móveis; as poucas funcionalidades, que são acessadas principalmente por meio de comandos de texto, como os *replies*⁵ (que usa o comando @ + nome do usuário), também funcionam bem em um contexto de comunicação que envolve interfaces físicas mais simplificadas, como nos celulares.

A grande rede aumentou seus domínios, e não mais se restringe a locais específicos de conexão, sendo uma parte ainda mais presente dos nossos cotidianos. E se a Internet está embrenhada no nosso dia-a-dia, por que não revelar nossas experiências de vida para uma audiência *online* interessada? Uma professora gaúcha⁶ desabafa, “twitando” do seu celular: “Cansada. No bus. Em pé. Preocupada. Quero minha cama!”⁷. E confessa, às 3 da manhã de um domingo: “Eu e E., twittando na Neon [festa da cidade de Porto Alegre]. NERDS!”⁸. Já uma geógrafa catarinense compartilha uma experiência relacionada ao trabalho: “Sites de prefeituras do interior de Santa Catarina são muito engraçados”⁹, e também revela planos de viagem: “Passagem pra Sampa comprada. Vou hoje às 19:20. Correndo pra agilizar tudo por aqui!”¹⁰. A Acesso – Comunicação Jr., empresa júnior da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), informa: “Hoje os candidatos a trainee da Acesso fazem prova de redação! Mais um passo rumo a Acesso. Boa sorte a todos!”¹¹, procura manter contato com os membros que já passaram pela empresa: “@B. Claro H.! Estamos sempre por aqui, e é bom ver que ex membros da família continuam próximos da gente!”¹²

As conversações, como a citada acima, embora realizadas com bastante frequência, não são os principais motivos para a utilização do Twitter – a limitação da mensagem em 140 caracteres e a fragmentação das informações, causada pelo modo que os *tweets* são dispostos na sua interface, tornam-se obstáculos para o bate-papo

5 Mensagens dirigidas a usuários específicos.

6 Os nomes foram omitidos para manter a privacidade dos usuários

7 Mensagem enviada pelo Twitter no dia 11 de maio de 2009

8 Mensagem enviada pelo Twitter no dia 10 de maio de 2009

9 Mensagem enviada pelo Twitter no dia 13 de maio de 2009

10 Mensagem enviada pelo Twitter no dia 8 de maio de 2009

11 Mensagem enviada pelo Twitter no dia 18 de maio de 2009

12 Mensagem enviada pelo Twitter no dia 19 de maio de 2009

nesta ferramenta. No Twitter, o importante é o compartilhamento da experiência presente do usuário, seja ela vivida na rede (por meio da partilha de links visualizados) ou o que está acontecendo “fisicamente” com o twitteiro naquele momento. Neste sentido, não há diferenciação entre as experiências de vida ocorridas nestas duas esferas, desfazendo o pensamento de uma dicotomia possível entre as atividades do mundo físico e do mundo virtual; é interessante notar que a interconexão de experiências proporcionada pelo uso do Twitter levanta estas recorrentes questões dos estudos ciberculturais sem modificar os hardwares e softwares utilizados para a nossa navegação *web* – isso é feito apenas com mais um estilo de aceleração da disponibilização/obtenção de fragmentos informacionais. Como nos explica Willian J. Mitchell, pensando as redes de uma forma geral:

O virtual e o físico eram imaginados como instâncias separadas – ciberespaço e carnespaço (...) Mas agora a fronteira entre elas está se dissolvendo. A inteligência em rede está sendo incrustada em todos os lugares, em todos os tipos de sistema físico – tanto naturais quanto artificiais. Rotineiramente, eventos no ciberespaço são refletidos no espaço físico, e vice-versa¹³ (MITCHELL, 2003: 3).

O Twitter se torna então um local de encontros, de aproximações. Em termos de presença online, nunca o artista, o acadêmico, o esportista estiveram tão próximos dos seus admiradores, e assim os seguidores se tornam, de certa forma, co-participes da vida de outrem, podendo dar opiniões, interagir com a experiência exposta pelo seguido. Claro que esta interação é controlada e definida pelos usuários; ignorar quem deseja participar da sua fala também é uma opção válida, embora a Twitiqueta (as regras de etiqueta não oficiais do Twitter) estabeleça que todas as tentativas de interação de outros (seguir, dar *replies* etc.) sejam respondidas – o que se tornou um prato cheio para *spammers*¹⁴.

Convencionou-se denominar o Twitter como um *microblog*, por permitir postagens de relatos pessoais, notícias e o que mais convêm ao usuário, observando apenas a limitação de caracteres (JAVA *et al*, 2007; ZAGO, 2008; MURARO e MAIA, 2008). Porém, acreditamos que denominar esta ferramenta *web* como um *microblog* é pensá-la a partir de referências de outras mais antigas. Mas não nos parece que o Twitter compartilhe

13 Livre tradução de: “The virtual and the physical were imagined as separate realms—cyberspace and meatspace (...). Now, though, the boundary between them is dissolving. Networked intelligence is being embedded everywhere, in every kind of physical system—both natural and artificial. Routinely, events in cyberspace are being reflected in physical space, and vice versa”

14 Autores de mensagens publicitárias enviadas sem a solicitação do usuário *web*

tantas características em comum com a blogagem - apesar das duas ferramentas poderem ser vistas como *weblogs*, diários pessoais na rede, o blog “de verdade” possibilita uma escrita mais reflexiva, não tão ligada aos impactos do factual como o Twitter; neste caso, a limitação dos textos em 140 caracteres pode ser um fator que ajude a restringir o campo de ação desta ferramenta *web* ao factual, ao momento presente.

Assim, considerando as metáforas do digital como aquelas que explicam o sentido e a significância de uma experiência de uso de um meio por meio da referência a uma forma midiática mais antiga (BOLTER e GROMALA, 2003), poderíamos até especular se o Twitter, juntamente com as mensagens de texto para celulares (SMS) não trouxe de volta a escrita telegráfica, curta e concisa, sendo esta uma remediação mais influente para o formato deste serviço do que considerá-lo como um novo tipo de blog. Assim como o serviço *web* estadunidense, “(...) o telégrafo transformou a forma de comunicar e informar, acelerou o tempo vivido, apressou a circulação das notícias e, principalmente, mudou o modo de descrever os acontecimentos” (MACIEL, 2001: 2), dando início a uma nova maneira de produzir e consumir informações emitidas pelos meios de comunicação – característica esta também exposta por Marshall McLuhan, ao afirmar que “com o telégrafo, deu-se uma revolução no método de captar e apresentar as notícias. Naturalmente, foram espetaculares os efeitos causados na linguagem, no estilo literário e nos assuntos” (MCLUHAN, 2003: 282) A urgência e a rapidez da disseminação das informações no Twitter, juntamente com a limitação de palavras imposta por esta ferramenta, modificam nossa experiência como usuários da Internet. Quando twittamos é como se estivéssemos falando com amigos, conhecidos e, ao mesmo tempo, para uma audiência desconhecida. O *tweet* é uma representação da verbalização dos pensamentos – ao observarmos a fala e as experiências vividas pelo twiteiro, temos a sensação de “entrar” em sua mente apenas ao acompanhar o instante de postagem dos nossos seguidos.

O TWITTER E A TRÍADE

Uma vez que a perspectiva teórica abordada nessa análise será a semiótica peirceana, deve-se ter em mente, destarte, a prerrogativa da pansemiose universal. Isso

significa que tudo é representação, ou, mais precisamente, signos. No caso do Twitter por exemplo, toda a comunicação estabelecida entre as pessoas se fará por meio de signos.

Mas quando se pensa no próprio Twitter como um signo, a questão parece ser: a que objeto ele se refere? Ou o que ele representa? Sob o ponto de vista de que se trata de uma grande rede social (dentro de uma rede ainda maior, a Internet), pode-se concluir que o Twitter é uma representação das relações comunicacionais. Ora, ao dizer às pessoas o que se está fazendo, enviando *links*, fotos, vídeos ou trocando dicas, o usuário está compartilhando uma experiência. Claro que isso já era possível desde a criação do *e-mail*, passando pelos *blogs* e as janelas de *status* de serviços como o MSN Messenger e o Orkut. O que muda aqui é que

Comparado ao *blog* comum, o *microblogging* satisfaz uma necessidade de um modo de comunicação ainda mais rápido. Encorajando *posts* menores, ele diminui o gasto de tempo e o pensamento investido para a geração de conteúdo. (...) A segunda diferença importante é a frequência de atualização. Em média, um blogueiro típico atualizará sua página uma vez a cada poucos dias; por outro lado, um *microblogger* talvez faça várias postagens num único dia¹⁵. (JAVA *et al*, 2007, p. 57)

Esse sistema de mensagens instantâneas propicia uma comunicação em tempo real entre pessoas diversas que podem ou não estar geograficamente próximas. Entretanto, há uma diferença de tempo mínima entre o acontecimento e sua comunicação aos demais seguidores, bem como sua eventual problematização ou debate. Há uma prevalência do agora, do momentâneo. “Se eu perguntar no que consiste a atualidade de um evento, vocês me dirão que consiste em seu acontecimento aqui e agora¹⁶”, reflete Peirce, ao pensar o conceito de secundidade. O autor segue sua reflexão considerando que

A atualidade de um evento parece repousar em suas relações com o universo dos existentes. Uma corte pode levantar um processo contra mim e eu talvez não dê a mínima para isso. (...) Mas quando eu sinto

15 Traduzido livremente de: “Compared to regular blogging, microblogging fulfills a need for an even faster mode of communication. By encouraging shorter posts, it lowers users’ requirement of time and thought investment for content generation (...) The second important difference is the frequency of update. On average, a prolific blogger may update her blog once every few days; on the other hand a microblogger may post several updates in a single day”.

16 CP 1.24. Traduzido livremente de “If I ask you what the actuality of an event consists in, you will tell me that it consists in its happening then and there”.

a mão do xerife no meu ombro, eu talvez comece a ter um senso de atualidade¹⁷. (CP 1.24)

Ora, há uma forte identificação, portanto, entre o Twitter e esse tipo de relação estabelecida entre existentes. Como a “mão do xerife”, a plataforma confere ao usuário um “senso de atualidade” muito maior do que ele teria lendo uma notícia sobre o mesmo fato, por exemplo. Considere-se uma manifestação pública, na qual um dos manifestantes atualiza seu Twitter diretamente do local, utilizando eventualmente fotos de momentos que julgue importantes e descrevendo, a seu modo, o evento em andamento. Enquanto nos grandes portais jornalísticos tem-se uma linguagem culturalmente codificada e estabelecida, com forte caráter de terceiridade, o *Twitter* acaba criando signos que degeneram em direção à secundidade devido, justamente, a essa “atualidade” a que Peirce se referiu. E isso transparece, por exemplo, na coloquialidade do texto, que se mostra menos normativo, na possibilidade de denúncia da posição geográfica da pessoa (para aparelhos equipados com GPS) ou mesmo na indexicalidade de uma fotografia¹⁸, postada “ao vivo”. Ainda no mesmo trecho, o ator conclui: “A atualidade é algo bruto. Não há razão para ela. (...) Eu acho que nós temos aqui um modo de ser de uma coisa que consiste num Segundo. Eu chamo isso de secundidade¹⁹”.

O que muda, portanto, numa plataforma que degenera seus signos consideravelmente em direção à secundidade? Ora, fica logo claro que os interpretantes formados pela mente do usuário serão mais degenerados do que aqueles decorrentes da leitura de uma notícia, por exemplo. Atenta-se então para a categorização dispensada por Peirce aos interpretantes (e ainda passível de ampla discussão). Também organizados em tríades, tem-se que podem ser emocionais (ligados à primeiridade), energéticos

17 Traduzido livremente de “The actuality of the event seems to lie in its relations to the universe of existents. A court may issue injunctions and judgments against me and I not care a snap of my finger for them. (...). But when I feel the sheriff’s hand on my shoulder, I shall begin to have a sense of actuality”

18 É claro que a própria natureza da imagem digital a torna manipulável e, portanto, com caracteres de primeiridade ainda mais acentuados do que no caso da imagem fotográfica. Entretanto, considera-se que em casos como o descrito acima, em que a “atualidade” a que Peirce se refere faz parte da própria fruição da plataforma, prevaleça as características de secundidade da imagem, que é publicada imediatamente após adquirida.

Entretanto, essa possibilidade de manipulação pode, e deve ser considerada em discussão futuras, já que permite apropriações estéticas da plataforma, criando eventos falsos ou locais inexistentes, por exemplo. Não por acaso, ao organizar as chamadas ciências normativas, Peirce aproximaria a estética da primeiridade.

19 CP 1.24. Traduzido livremente de: “*Actuality is something brute. There is no reason in it. (...) I think we have here a mode of being of one thing which consists in how a second object is. I call that Secondness*”.

(ligados à secundidade) ou lógicos (ligados à terceiridade). Isso nos parece importante, pois lançará as bases para que se compreenda o pragmatismo, parte da teoria peirceana de nítida importância, que está relacionada ao estudo de como a formação de interpretantes interfere em futuras semioses.

Ora, signos que tem na secundidade suas características mais marcantes acabarão gerando interpretantes fortemente energéticos. Esse tipo de interpretante tende a conduzir a uma determinada ação, ainda que inconsciente, sendo o resultado efetivamente causado pelo signo numa determinada mente interpretadora. Trata-se do estabelecimento da semiose entre pelo menos dois particulares (em tempo, um signo e um objeto). Deve-se levar sempre em conta que as categorias peirceanas se interpenetram, não havendo semiose possível sem uma relação triádica. Assim também acontece com as ciências normativas: lógica (terceiridade), ética (secundidade) e estética (primeiridade) estão intimamente relacionadas, de acordo com a seguinte arquitetura:

A lógica como o estudo do raciocínio correto é a ciência dos meios para se agir razoavelmente. A ética ajuda e guia a lógica através da análise dos fins aos quais esses meios devem ser dirigidos. Finalmente, a estética guia a ética ao definir qual é a natureza de um fim em si mesmo que seja admirável e desejável em quaisquer circunstâncias independentemente de qualquer outra consideração de qualquer espécie que seja. (SANTAELLA, 1994, p. 126)

Ora, há no caso estudado uma clara predominância da secundidade, que ao gerar interpretantes com forte caráter energético, levam a colocar a ética numa posição interessante para o presente estudo. Se para Peirce a ética é a ciência normativa que investiga a adequação de determinados fins a seus meios (e portanto condução a agir desta ou daquela forma), o Twitter aparece como alternativa interessante no sentido de mobilização através da comunicação, ou, por que não dizer, da representação. Embora seu grau de degenerescência não seja muito acentuada em direção à primeiridade – o que lhe conferiria possibilidades estéticas e representativas infinitamente maiores - seu caráter evidente de secundidade o relaciona ao existente, ao momentâneo, grosso modo, ao factual.

Parece interessante notar que, uma vez ligado à esfera da ética e conduzindo, portanto, a ações (basta lembrar a pergunta-mote do serviço: “O que você está fazendo agora?”, que pede quase necessariamente um verbo como resposta), a plataforma

apresenta dois desdobramentos interessantes e, idealmente, concomitantes: um primeiro em direção à terceiridade, caso uma eventual discussão possa conduzir seus participantes a formação de interpretantes lógicos - enriquecidos por um debate de proporções maiores e mais heterogêneas do que aquele habitualmente disponível no espaço público concreto. Um segundo em direção à primeiridade, que acontece através da conectividade que, em si mesma, pode resultar numa progressiva mudança de hábitos de interpretação²⁰.

Apresenta-se então a hipótese de que, ao conferir à representação dos processos comunicativos um forte caráter de secundidade – ligado, portanto, às ações, ao existente, ao local, ao particular e às materialidades - o Twitter amplia a experiência do usuário na *web*. Em termos semióticos, dir-se-ia que ele permite a formação de interpretantes mais degenerados – e, portanto, mais próximos ao ideal estético absoluto, o *Summum Bonum* - do que os signos utilizados em grandes portais de notícias ou mesmo em plataformas participativas como a blogosfera e o *YouTube*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vistas as constatações acima, torna-se possível considerar que, ao aproximar os usuários (e suas experiências), o Twitter borra a fronteira culturalmente estabelecida entre as instâncias ditas “reais” e “virtuais”. O forte caráter de secundidade presente no tipo de representação que o serviço encerra traz para a rede a “atualidade” a que Peirce se referia, propiciando aos usuários uma ampliação da experiência de uso da Internet e confirmando a hipótese levantada acima. Pode-se dizer ainda que a urgência do compartilhamento do momento presente, por meio das mensagens, conversações, *links*, fotos etc., mesmo com as limitações impostas por esta ferramenta, pode potencializar ações e fornecer novas perspectivas de interação com as informações disponíveis na Internet; talvez este seja o fator que cause o crescente interesse dos internautas pelo Twitter, e torne a pergunta inicial do serviço, *O que você está fazendo agora?*, muito mais ampla - e representativa - do que se poderia imaginar a princípio.

²⁰ Ver PIMENTA e LORENA, 2007.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papyrus, 1994.

BOLTER, Jay David.; GROMALA, Diane. *Windows and mirrors: interaction design, digital arts and the myth of transparency*. Cambridge: The MIT Press, 2003.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FELITTI, Guilherme. *Tráfego do Twitter cresce 96,8% em março no Brasil, afirma Ibope* [online]. IGD Now!, 2009. Acesso em 20/05/2009. Disponível pela World Wide Web: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2009/04/13/trafego-do-twitter-cresce-96-8-em-marco-no-brasil-afirma-ibope/>

JAVA, A., SONG, X., FININ, T., & TSENG, B. *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*. 9th WEBKDD and 1st SNA-KDD Workshop '07. San Jose, California, USA, 2007. Disponível em: <http://ebiquity.umbc.edu/get/a/publication/369.pdf>. Acesso em 20/01/2009.

MACIEL, Laura Antunes. *Cultura e tecnologia: a constituição do serviço telegráfico no Brasil*. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 21, nº 41, p. 127-144. 2001.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 13a ed., 2003.

MITCHELL, Willian J. *Me++: The Cyborg Self and the Networked City*. Cambridge: The MIT Press, 2003.

MURARO, Marcelo; MAIA, Marta Regina. *Os micro-blogs e as relações identitárias virtuais*. Anais do II Simpósio da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2008.

PEIRCE, Charles Sanders. *Collected Papers*. 8 vols. Cambridge: Harvard University Press, (1931 - 1958).

SANTAELLA, Lucia. *Estética: de Platão a Peirce*. São Paulo: Experimento, 1994.

_____. *Culturas e artes no pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003

_____. *Linguagens líquidas na era da mobilidade* São Paulo: Paulus, 2007

ZAGO, Gabriela da Silva. *Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características*. Anais do VI Congresso Nacional de História da Mídia. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2008.

SOBRE OS AUTORES

Dimas Tadeu de Lorena Filho é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação da UFJF e bolsista CAPES pelo mesmo programa. Graduou-se em Comunicação Social na Universidade Federal de Juiz de Fora tendo sido bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) - MEC/SESu durante todo o curso. Suas principais áreas de atuação e pesquisa são as Tecnologias da Comunicação, a Semiótica, a Estética e as Artes.

Leticia Perani possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2006) e mestrado em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (2008). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Cibercultura, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação em rede, lúdico, interatividade e ativismo político