



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA ARTE
LICENCIATURA EM TEATRO

MARCOS ADLES DE CARVALHO

PERFORMANCES NO TWITTER: Um breve ensaio sobre formas de
autorrepresentação contemporâneas.

BELÉM
2024

MARCOS ADLES DE CARVALHO

PERFORMANCES NO TWITTER: Um breve ensaio sobre formas de
autorrepresentação contemporâneas.

Trabalho de conclusão de curso, apresentado como
requisito parcial para obtenção de grau de Licenciado em
Teatro, pela Universidade Federal do Pará.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Karine Jansen de Amorim.

BELÉM

2024

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Biblioteca Universitária da ETDUFPA-Belém-PA**

C331p Carvalho, Marcos Adles de
 Performances no Twitter: um breve ensaio sobre formas de
 autorrepresentação contemporâneas / Marcos Adles de Carvalho.
 2024.
 48 f.

 Orientador: Prof. Dr. Ana Karine Jansen de Amorim.

 Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade
 Federal do Pará, Instituto de Ciências da Arte, Escola de Teatro e
 Dança, Curso de Licenciatura em Teatro, Belém, 2024.

 1. Teatro. 2. Representação teatral. 3. Redes sociais. 4.
 Performance (Arte). 5. Arte e tecnologia. 6. Título.

CDD - 23. ed. 700.105

Elaborado por Rosemarie de Almeida Costa – CRB-2/726




ATA DE AFERIÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

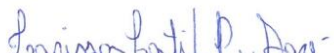
Aos quatro de novembro de dois mil e vinte e quatro, às dez horas, reuniu-se, na sala 14, na ETDUFPA, a Banca Examinadora composta pelos docentes: Profa. Dra. ANA KARINE JANSEN DE AMORIM (Orientadora e Presidente), Profa. Me. ALANA CLEMENTE LIMA (Examinadora) e Profa. Dra. LARISSA LATIF PLÁCIDO SARÉ (Examinadora), para a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso do aluno MARCOS ADLES DE CARVALHO, matrícula 201811240022, intitulado: "Performances no Twitter: um breve ensaio sobre formas de autorrepresentação contemporâneas". Após a apreciação do trabalho escrito e da apresentação pública oral e expositiva, a banca promulga o seguinte resultado:

O trabalho foi Aprovado com conceito Excelente, feitas as seguintes observações: _____ e, após constar, foi lavrada a presente ata que, depois de lida e aprovada, será assinada pela presidente e pelos demais membros da banca examinadora.

Belém, 4 de novembro de 2024.


Profa. Dra. Ana Karine Jansen de Amorim
Orientadora e Presidente


Profa. Me. Alana Clemente Lima
Examinadora


Profa. Dra. Larissa Latif Plácido Saré
Examinadora

RESUMO

Este é um Trabalho de Conclusão de Curso, da Licenciatura em Teatro, na Universidade Federal do Pará, requisito para conclusão da disciplina de TCC II, e orientado pela professora Dr^a. Karine Jansen. O trabalho é uma investigação sobre atividades performativas na Rede Social da Internet (RSI) Twitter, atualmente conhecida como X. Aqui, faremos um breve histórico sobre as formas de autorrepresentação na História, da literatura até chegar à Internet, depois vamos explorar um pouco da história desta rede social, para então esmiuçar como as suas autorrepresentações, expressões e interações podem ser relacionadas com a teoria da *performance* e do *jogo*, propostas por Richard Schechner. Outros objetivos desta pesquisa são: contextualizar historicamente a Internet e debater as dinâmicas de funcionamento particulares do Twitter/X. Apesar de ser um trabalho eminentemente da área do Teatro, com foco na *performance*, pretendemos trazer outros campos do conhecimento, como a Comunicação, no sentido de enriquecer interdisciplinarmente a discussão proposta. Esta é uma pesquisa qualitativa e descritiva, feita no intuito de aprofundar as discussões sobre Teatro, Performance e Novas Mídias. Foram adotados procedimentos como a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo na rede social.

Palavras-chave: Twitter; performance; jogo; autorrepresentação.

ABSTRACT

This is a Final Course Work, from the Bachelor's degree in Theater, at the Federal University of Pará, a requirement for the completion of the TCC II discipline, and supervised by Professor Dr^a. Karine Jansen. The work is an investigation into performative activities on the Internet Social Network (ISN) Twitter, currently known as X. Here, we will give a brief history of forms of self-representation in History, from literature to the Internet, then we will explore some of the history of this social network, to then delve into how its self-representations, expressions, and interactions can be related to the theory of performance and play, proposed by Richard Schechner. Other objectives of this research are: to historically contextualize the internet and to discuss the particular operating dynamics of Twitter. Although it is a predominantly Theater-related work, focusing on performance, we intend to bring in other fields of knowledge, such as Communication, in order to enrich the proposed interdisciplinary discussion. This is a qualitative and descriptive research, carried out with the aim of deepening discussions on Theater, Performance, and New Media. Procedures such as bibliographic research and field research on the social network were adopted.

Keywords: Twitter; performance; play; self-representation.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
CAPÍTULO 1 AUTORREPRESENTAÇÃO NA HISTÓRIA: DA LITERATURA À INTERNET.....	11
1.1 Breve histórico das formas de autorrepresentação	11
1.2 A Internet e as Redes Sociais da Internet (RSIs)	13
CAPÍTULO 2 A REDE SOCIAL TWITTER, OU X	22
2.1 História da rede	22
2.2 O que é o Twitter?.....	24
CAPÍTULO 3 PERFORMANCES E JOGOS NO TWITTER	30
CONCLUSÕES?	44

INTRODUÇÃO

Falar sobre o Twitter, mesmo vivenciando cotidianamente a rede há cerca de 14 anos, não é uma tarefa simples, por mais que eu acreditasse que pudesse ser. É difícil discernir exatamente quando e como nasce esta pesquisa, mas ela nasce dentro da própria rede social. Por que ela nasce? Bem, esta já é, talvez, uma pergunta mais difícil de ser respondida, mas existem algumas pistas no final deste trabalho que podem servir como justificativas, se é que isso é necessário.

O Twitter entrou na minha vida em 2010, ou melhor, eu entrei no Twitter. No início era um mundo estranho e praticamente estéril que eu não entendia bem, seguia poucas pessoas, e era seguido por menos pessoas ainda. Ainda naquela época percebi que não se tratava de uma rede social comum, como o Facebook, por exemplo, na qual instantaneamente se sabia o que fazer, quem acompanhar e as interações aconteciam de forma mais rápida.

Começo este trabalho em primeira pessoa porque o Twitter tem um sentido bastante pessoal pra mim, mas o restante do trabalho não tem praticamente nada de pessoal além das motivações: para entender melhor a rede eu precisei me afastar bastante dela, tratá-la como objeto de estudos, ao mesmo tempo que estava completamente imerso nas suas camadas informacionais. Este trabalho nasce assim, da vontade de explorar, e quem sabe entender, esse ambiente que pra mim é como se fosse uma segunda casa.

A princípio imaginei que fosse ser uma tarefa difícil relacionar a rede com a performance, ou com a arte, ou mesmo com a licenciatura. Não fazia muito sentido. Mas, aos poucos, a pesquisa se desenrolou rapidamente, pois são inúmeros trabalhos que existem sobre a rede, inclusive relacionando-a com a performance. Portanto, este trabalho não é inédito, nem tem pretensão de ser. Trata-se de um ensaio, um pequeno retrato de uma pesquisa que agora já me parece muito maior, mas da qual não tenho como dar conta ainda.

Foram muitas idas e vindas na rede, momentos de longas pausas fora dela, eras sem acompanhar *o que estava acontecendo*. Mas por algum desígnio misterioso, ou por puro tédio e medo de me sentir por fora, insisti. As transformações tecnológicas acompanharam o meu próprio crescimento, lembro do meu primeiro celular com acesso à Internet, eu me sentia dotado de um poder quase místico, um dom que não sabia como domar exatamente, frente a uma ampliadíssima gama de possibilidades e mistérios.

Hoje vejo como a Internet tomou conta de quase todos nossos espaços cotidianos sorrateiramente. Outro dia fiquei algumas horas sem celular, pois ele havia levado uma queda e ficou com a tela quebrada. Eu entrei, praticamente, em um pequeno desespero. Estava fora de

casa, sem dinheiro físico, como ia voltar pra casa, pedir um transporte, pagar algo ou procurar algum lugar pra consertá-lo? Nesse momento eu pude perceber o quão dependente sou desse aparelho. E da Internet.

Me inserir no Twitter foi difícil. Poucas pessoas que eu conhecia estavam lá, era difícil acompanhar as informações e eu entendia pouquíssima coisa. Mas fui ficando por lá. Alguns anos passaram, minha rede particular aumentou lentamente, até um ponto que fui totalmente fisgado. A rede já fazia parte do meu cotidiano, abria frequentemente pra saber das informações, fofocas, aleatoriedades, bobagens diversas, rir um pouco, sentia que ali, de todos os lugares da Internet, era aonde *as coisas aconteciam primeiro*.

Demorou, mas consegui me ambientar perfeitamente na rede. Nesse processo vi diversas pessoas entrando, outras saindo, e depois voltando de novo, e depois saindo de novo. Fui percebendo que haviam ciclos de tempos em tempos, temas que se repetiam, e modos peculiares de experimentar a rede. Eu mesmo modificava meu perfil, fotos, nomes, mas sempre com alguma referência a mim mesmo, nunca cheguei a me ‘esconder’ completamente, como alguns usuários fazem, por diversos motivos possíveis. Era engraçado esse jogo.

Eu, que desde 2006 já explorava a Internet, sabia conscientemente que nada era igual ao Twitter. Existiam temas e piadas internas, tópicos específicos, descobrir pessoalmente que uma outra pessoa usava a rede era quase como encontrar o membro de uma seita secreta. Além do mais, no Twitter tudo era permitido. Literalmente, tudo. Os maiores absurdos, desde os sombrios até os cômicos eram visíveis ali. Ninguém parecia ter muito pudor de se expor e se expressar das maneiras mais sórdidas e cruas possíveis. É assim até hoje. E isso me lembra o Teatro.

Talvez Antonin Artaud ficasse impressionado com a crueldade da rede. Da dor ao prazer, da depressão à euforia extrema, da solidão aos diversos compartilhamentos e alegrias coletivos. Expressar a si mesmo das mais variadas formas é um jeito de viver a rede. Tudo parece muito vivo, presente, e *em tempo real*. Ao mesmo tempo que tudo isso pode ser uma grande ilusão e perda de tempo. Quem sabe?

Em 2018 entrei na Licenciatura em Teatro e foi como se algo muito grande começasse a mudar dentro de mim, e de fato mudou. E tem mudado. É assim. Mas, se não fosse o Teatro essa pesquisa jamais existiria, e eu, provavelmente, continuasse vivendo a rede sem as informações que tenho agora. O Twitter, nessa época, também estava mudando, era uma fase de muitas transformações, Dilma havia sofrido um golpe. Bolsonaro foi eleito. Eram tempos sombrios e incertos, isso era espelhado na minha bolha virtual.

Hoje em dia, percebo que nessa época era um pouco difícil distinguir o que era a minha desilusão e o que se misturava com a desilusão generalizada, que eu consumia cotidianamente na rede. O que era informação e o que era besteira. O que era, de fato, um país arrasado por sucessivas crises políticas, econômicas e sociais, e o que era histrionismo digital.

É impossível deixar a pandemia do COVID-19 fora desta narrativa. O que fazer quando sequer se podia sair de casa? O Twitter estava sempre lá. Eu já havia percebido que a rede era um ambiente onde, geralmente, havia um estado de humor, comédia, piadas diversas, e notava com frequência que muitas tendências desse tipo nasciam ali, a partir da criatividade dos usuários. E eu, que sempre adorei a comédia e a tragicomédia, de vez em quando também dava minhas contribuições, que nunca alcançavam mais do que algumas poucas interações.

Mas algo foi mudando aos poucos. Algumas postagens minhas começaram a ganhar outras proporções, interagir com outras redes de pessoas que eu não conhecia ainda, crescia dentro de mim um ímpeto de cultivar essa criatividade para *fazer graça* na rede, e escapar um pouco do delírio da vida ordinária e da *realpolitik*. Talvez fosse muito tarde pra voltar atrás, e sem eu saber direito, já estivesse plenamente adaptado às dinâmicas da rede.

Desde então muita coisa mudou. Estou quase concluindo o curso (este trabalho é pra isso também, risos), a minha rede no Twitter triplicou de tamanho, e hoje considero que sou um usuário assíduo da rede. Mas existem também certas preocupações. É difícil sair. E eu já tentei sair. Mas é difícil sair. Noto que estar habituado a rede – e conseqüentemente ao celular – é um estímulo viciante, difícil de regular. E talvez seja esse um dos maiores desafios da nossa geração, que foi cobaia dos avanços informacionais e das redes sociais.

São sensações ambivalentes, porque ao mesmo tempo que o Twitter, e as outras redes sociais, me proporcionam momentos de descontração, comunicação, interatividade, e até mesmo auxiliam nos meus trabalhos, também são como um tipo de prisão invisível, que está em todo lugar ao mesmo tempo e da qual é meio impossível sair. Estar fora das redes é como se você não existisse. Então, posso considerar que é uma relação um pouco tóxica. É um conflito: existir dentro e ser prisioneiro, ou existir fora e ‘não existir’? Equação difícil. Mesmo os meus amigos mais antissociais e desligados estão nas redes, de alguma forma, mesmo sem se mostrar muito. Talvez seja só uma questão de equilíbrio.

Este trabalho nasce assim, com a motivação de investigar o que é o Twitter, de onde ele veio, pra que serve, quais as suas possibilidades e projeções futuras. Para investigar o Twitter eu precisava investigar a Internet, até que eu cheguei na ‘autorrepresentação’ e suas perspectivas históricas, e enfim, nas teorias da *performance* e do *jogo*, a partir de Richard Schechner. Esta é

uma pesquisa qualitativa descritiva, feita a partir de uma pesquisa bibliográfica e de campo, considerando este campo o próprio Twitter, em uma espécie de *etnografia digital*.

No primeiro capítulo vamos investigar as formas de autorrepresentação na História, desde a antiguidade até a contemporaneidade, quando chegamos no advento da Internet e das Redes Sociais. No segundo capítulo, vamos explorar a história do Twitter, em seguida investigaremos o que ele é, pra que serve e quais algumas das suas funcionalidades. No terceiro e último capítulo, traremos diversos exemplos de postagens na rede, as quais relacionaremos com as teorias já citadas. Como eu disse, essa pesquisa se trata de um esboço, que coloca em debate apenas alguns aspectos da rede social em relação à performance. Nas conclusões faremos alguns outros apontamentos a mais e falaremos sobre acontecimentos recentes envolvendo a política nacional e a rede social.

Esta pesquisa é uma espécie de empreitada particular, mas, principalmente, um presente para o Twitter. Um tipo de devolução às pessoas que fazem parte da minha própria rede e às outras que eu sequer conheço, mas que estão lá, cotidianamente alimentando a *timeline* com seus devaneios, histórias, loucuras, tristezas, alegrias, bobagens, inutilidades, polêmicas, e, obviamente, humor, absurdo e tragicomédia. Essas pessoas são minhas companhias diárias, quase minhas vizinhas. O Twitter também me rendeu grandes amizades e histórias. Esta pesquisa é também um agradecimento ao Teatro e a Arte, que mudaram a minha vida pra sempre.

CAPÍTULO 1 AUTORREPRESENTAÇÃO NA HISTÓRIA: DA LITERATURA À INTERNET

1.1 Breve histórico das formas de autorrepresentação

Este capítulo visa descrever e contextualizar brevemente algumas das formas de autorrepresentação ao longo da história, passando pela antiguidade, modernidade, até chegar à contemporaneidade e à internet. A forma como o ‘eu’ foi retratado se transformou ao longo da História e converge com a própria história da subjetividade, dos modos de produção existentes e das mudanças políticas que demarcaram transições das eras.

Na Antiguidade e na Idade Média, a autorrepresentação ainda era uma prática restrita, seja pela escrita em seus diversos formatos ou por qualquer outro meio, e centrava-se na história dos chamados “homens notáveis”: heróis, guerreiros, reis, imperadores, santos, clérigos e/ou pessoas ligadas à aristocracia, pois eram as que tinham os meios materiais de reproduzir tecnicamente suas histórias, o que era feito eminentemente através da escrita (LEITE, 2014).

Embora variasse nos seus formatos, que poderiam ser ensaios pessoais, memórias, ou diários, localizamos a origem de uma das principais formas de autorrepresentação conhecidas hoje, o gênero autobiográfico, no século XVIII, e teve como marco principal a obra *Confissões*, de Jean-Jacques Rousseau. Este é o período que demarca duas mudanças históricas fundamentais que deram condições para o surgimento de novas formas de autorrepresentação: a consolidação do modo de produção capitalista e a configuração da organização burguesa da vida (LEITE, 2014). Compreendemos essa transição como a passagem da Idade Média para a Idade Moderna, também conhecida como Iluminismo:

[...] o modelo autobiográfico surgido com Rousseau parte de uma *consciência de si* que não era possível nas épocas anteriores. Ela em nada se compara, por exemplo, à consciência possível do homem medieval na qual a ideia do ‘eu’ estava ancorada em uma função social clara e espelhada em um modelo inequívoco, vindo fosse da igreja, fosse do rei. Por essa razão, as hagiografias ou a crônica real não eram expressão de uma história e experiência individuais, mas sim exemplos que correspondiam absolutamente a uma função determinada e esperada socialmente (LEITE, 2014).

Ainda no século XVIII, surge um outro gênero literário, chamado pelos filósofos iluministas alemães de *formação (Bildung)*, e daí posteriormente conhecido como *romances de formação (Bildungsromane)*. A obra que originou este gênero literário foi *Os Anos de Aprendizado de Wilhelm Meister*, de Johann Wolfgang von Goethe.

Neste sentido, tanto a autobiografia quanto o romance de formação, são gêneros literários centrados nas descrições dos desenvolvimentos da vida de uma pessoa, desde a infância, juventude, fase adulta, até o ponto em que está sendo escrito, ou até um fim determinado, em um sentido teleológico e ordenado.

No caso da autobiografia, há um ‘pacto de verdade’ sobre o que está sendo dito, afinal, trata-se de narrar fatos que aconteceram na vida de alguém; já no caso dos romances de formação, nota-se as mesmas características, porém, neste a narrativa pode iniciar e se desenrolar a partir de perspectivas, personagens e lugares ficcionais ou semificcionais relacionados à vida de quem escreve.

Em ambos é comum o fato de serem novas abordagens sobre o ‘eu’ na História, em contraposição às autorrepresentações da antiguidade. São formas literárias que colocam pessoas comuns, além das ‘pessoas notáveis’, anteriormente vistas e representadas, no centro de narrativas autorrepresentadas, com histórias, perspectivas e expressões particulares.

A obra *Quarto de Despejo*, de Carolina Maria de Jesus, embora não seja, necessariamente, um romance de formação ou uma autobiografia e esteja distante temporalmente das obras citadas, é exemplo de um livro marcado pela autorrepresentação, escrito no formato de um diário que narra o cotidiano de uma mulher brasileira e seus filhos na luta pela sobrevivência em uma cidade grande.

A noção e consciência de um ‘eu’ positivo, encadeado por acontecimentos sequenciais rumo a um fim ou destino, em ritmo ordenado e crescente, é significativa durante a modernidade, conduzida pelos ideais iluministas e reforçados pela literatura vigente, pois, “a concepção de indivíduo que toma forma com a sociedade burguesa é a de um ser responsável e autônomo, que se faz por si mesmo; que tem que fazer seu caminho na vida e que deve encontrar seu lugar na sociedade” (DELORY-MOMBERGER apud LEITE 2014).

Na pós-modernidade, no entanto, há uma ruptura dessa concepção do indivíduo e do ‘eu’. Ao propor a teoria do inconsciente e do “sujeito cindido”, na transição do século XIX para o século XX, Sigmund Freud estabelece outros parâmetros para a noção de indivíduo: um ‘eu’ incerto, impreciso, fragmentado pela vida social e sem uma unidade certa sobre a qual se firmar. Na experiência pós moderna “[...] o indivíduo se autorrepresenta a partir de escolhas múltiplas, transitórias, que ele manipula de acordo com os diferentes códigos e expectativas” (LEITE, 2014).

Embora, a princípio, isto pudesse representar uma crise no campo da subjetividade, o que notamos no século XX é uma proliferação massiva de obras autorrepresentativas em todas as áreas das artes. Aconteceu o que Beatriz Sarlo chamou de “guinada subjetiva”: uma

legitimação da história escrita a partir do ponto de vista do indivíduo e sua vivência particular (LEITE, 2014).

A partir disso surgem novos gêneros como a autoficção, proposta por Serge Doubrovsky, que mistura conteúdos particulares factuais e ficcionais; em 1925, a partir de Erwin Piscator, surge o “teatro documentário”, uma proposta de narrativa não-ficcional; assim como a publicação de uma enxurrada de obras com sentido autorrepresentacional como: diários, cartas, livros de autoajuda e testemunhos diversos, até chegarmos aos blogs, páginas particulares, sites, e perfis em redes sociais da internet (LEITE, 2014), que também podem ser consideradas formas de autorrepresentação, como veremos com mais detalhes adiante.

1.2 A Internet e as Redes Sociais da Internet (RSIs)

O embrião da Internet está localizado no começo dos anos 1960, na era da Guerra Fria, no que ficou conhecido como projeto DARPA, que foi uma iniciativa dos militares e cientistas dos Estados Unidos. O projeto visava estabelecer conexões e trocas de dados à distância entre as diversas instalações militares, universidades e centros de pesquisas. Em 1969, foi realizada a primeira conexão bem-sucedida, e em 1973 esta rede já estava interligada com outros países, como o Reino Unido e a Noruega (LINS, 2013).

Nesta época, os computadores eram enormes máquinas com pouca capacidade de processamento de dados. No entanto, com os rápidos desenvolvimentos no campo da informática, engenharia eletrônica e telecomunicações, não demorou muito até os computadores pessoais para uso comercial chegarem ao mercado em 1974 e se fortalecerem em um padrão de design, mais ou menos como conhecemos hoje, em 1984, com o lançamento do Macintosh, ou Mac.

Figura 1 – Computador Apple Macintosh.



Fonte: Museu Nacional de História Americana.

A partir da comercialização de equipamentos informáticos para uso pessoal, a comunicação em rede deixou de ser exclusividade de acadêmicos e militares e passou a ser utilizada por pessoas comuns. Nesta fase a conectividade era proporcionada por provedores privados de acesso de linha discada, que ofereciam serviços de conteúdo aos usuários como: troca de mensagens e e-mails, downloads de arquivos, salas de *chat*, e grupos que se reuniam em torno de interesses comuns, entretanto, a internet de fato ainda não era acessível.

Em 1989, a Internet chega ao Brasil com o nome de Rede Nacional de Pesquisas (RNP). A extinta Embratel ficou encarregada de montar a estrutura básica de tráfego de dados. O projeto foi financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), e conectou em rede algumas universidades e centros de pesquisas do país.

A Internet como conhecemos só foi concebida a partir de dois acontecimentos: a criação do conceito de *World Wide Web* (WWW) e a criação do *browser*, mais conhecido como navegador.

O Programador Tim Berners Lee é considerado o pai da *web*. Ele concebeu o espaço da rede como um conjunto de informações em que cada documento, ou “página”, era um hipertexto, ou seja, uma combinação de conteúdos e de referências a outros documentos. Essas referências ou *hiperlinks* podiam apontar para outro ponto da mesma página, para outra página armazenada no mesmo local, o sítio (website ou site), ou para uma página em qualquer outro lugar da rede (ou, diríamos hoje, do mundo virtual) (Lins, 2013, p. 24).

Em nossa linguagem contemporânea, isto é o que se pode entender como “navegar” na Internet, ou seja, explorar um ou mais sites e as suas diversas camadas através de *hiperlinks*, que são endereços embutidos em textos ou outras referências para levar o usuário a aquilo que seja do seu interesse. O *browser*, ou navegador, é a plataforma aonde é possível acessar os sites e percorrer as infinitas páginas da internet.

Em 1992 o Congresso norte-americano liberou o uso comercial da rede, e desde então houve uma rápida expansão no número de usuários. No Brasil, a partir de 1996, começou a ser implantado servidores de *banda larga*, que proporcionavam mais velocidade de acesso em comparação a servidores de Internet discada.

Desde o princípio, um dos principais objetivos da Internet foi conectar em rede e trocar informações com pessoas a longas distâncias. Eventualmente isso evoluiu, como vimos, para as redes privadas, os e-mails, *chats*, salas de bate-papo e reunião de grupos de interesses compartilhados. Embora ainda fosse restrito a um pequeno grupo de acadêmicos, pesquisadores e pessoas ligadas a projetos militares, podemos considerar que havia ali elementos do que entendemos hoje como redes sociais.

Com a abertura ao grande público, a expansão no número de usuários e a criação de diversos sites, era uma questão de tempo até surgirem as primeiras redes sociais da Internet moderna. Em 1995 Randy Conrads lança um site chamado “Classmates” (em tradução livre, algo como ‘colegas de turma’). O site reunia informações dos anuários de diversos alunos do E.U.A e Canadá. No entanto, essa não é considerada a primeira rede social feita, simplesmente porque ela não se autodenominava como uma, apesar de servir a princípios de sociabilidade virtual.

Diversas fontes concordam que a primeira rede social, autodescrita como *social network*, foi a chamada “SixDegrees”, fundada em 1996 por Andrew Weinreich. A rede foi pioneira no segmento e trouxe diversas funcionalidades que hoje são comuns em diversas outras RSIs, como o perfil, ou página inicial, lista de amigos e interesses compartilhados, ou grupos. Apesar da inovação, a rede não durou, devido ao fato da Internet ser ainda muito lenta e restrita a poucas pessoas com acesso, o que ocasionava poucas interações. Mesmo assim, no auge a rede teve cerca de 3.5 milhões de cadastros.

O conceito de “rede” caminha por diversos campos do conhecimento, desde a física, matemática, até a sociologia e antropologia, e pode adquirir inúmeros significados dependendo do seu contexto. Aqui trataremos desse conceito compreendendo o que ele tem de social, relacionado com as novas tecnologias informacionais e com a cultura midiática contemporânea.

A economia global é hoje constituída pelas trocas e fluxos quase instantâneos de informação, capital e comunicação cultural. A sociedade permanece capitalista, mas a base dos meios tecnológicos com os quais ela age saltou da energia para a informação. Nessa sociedade, as redes não são apenas uma nova forma de organização social, mas se tornaram um traço chave da morfologia social (Santaella; Lemos, 2010 p.16 apud Castells, 1996).

No Brasil, as primeiras RSIs a chegarem a um público massivo foram o *Fotolog*, uma rede social focada eminentemente no compartilhamento de fotos, e o *Orkut*, rede social que fez muito sucesso entre os anos 2006 até meados de 2009, quando o *Facebook* chegou com força no país, sendo, na época, a rede mais popular.

Santaella e Lemos propõem que antes, nos anos 1990 até o início dos anos 2000, as redes eram monomodais: as conexões eram feitas a partir de um ponto fixo de acesso, o computador, e a navegação na Internet se dava de modo mais linear, através do *browser*, indo de um ponto ao outro até chegar na informação que se procura; e também pela comunicação em tempo real. Assim, essas seriam as redes 1.0, das quais o *MSN* e o *ICQ* são exemplos.

Já as redes 2.0 foram uma transição, reuniam em si monomodalidades em uma mesma interface: *chats*, fóruns, comentários, mensagens privadas, comunidades, etc. Essas RSIs tinham uma intencionalidade de *marketing* social, de redes de amigadas, até contatos profissionais. Essas também ainda são redes mais centradas em pontos fixos de acesso. *Orkut* e *MySpace* são algumas dessas redes.

Com o advento da telefonia móvel e conseqüentemente o acesso à internet a partir desses dispositivos, como *smartphones* e *tablets*, as RSIs passaram por uma revolução. Se antes a conectividade era limitada a um ponto de acesso, no qual você podia “entrar” e “sair” da Internet, com a mobilidade as pessoas têm a possibilidade de estar sempre *online*. A formatação da tela menor desses aparelhos também influenciou no desenvolvimento das novas RSIs que surgiram durante e depois dessa revolução. Estas são as redes 3.0, das quais o *Facebook* e o próprio *Twitter* são exemplos.

Nas RSIs 3.0, a dinâmica de renovação de conteúdo passa a ser contínua e coletiva. É a era dos *streams* (fluxos), das correntezas vivas de informação que entrelaçam textos e *links*, recomendações, perguntas, declarações, ideias, posições e, por que não, também irrelevâncias. Independentemente do tipo de informação que esteja sendo veiculada, o fluxo de informações é algo vivo, estamos permanentemente em movimento (Santaella; Lemos, 2010 p. 62).

Esta evolução das RSIs 1.0 até as 3.0 são uma proposição dessas autoras para compreendermos melhor as características específicas de cada era das redes, o que não quer dizer que as RSIs atuais tornaram obsoletas as anteriores, pelo contrário: chegamos ao estágio em que o *smartphone*, sendo uma plataforma multimídias, é capaz de produzir, reproduzir e

compartilhar globalmente informações – sejam elas áudios, vídeos ou documentos diversos.

Todas redes anteriores ou, pelo menos, as que sobreviveram, foram absorvidas, integradas e transformadas em aplicativos. Com um único aparelho é possível realizar inúmeras tarefas e acessar multiplataformas simultaneamente. Diferente da linearidade da primeira era da Internet, agora temos uma ampla conectividade entre redes simultâneas embaraçadas e fragmentadas que estão em todos os lugares ao mesmo tempo.

Essas mudanças estão conectadas a transformações políticas, sociais e econômicas, e ocorrem simultaneamente a partir de uma sociedade cada vez mais entrelaçada em redes. Há quatro características fundamentais dessa sociedade: forma de organização em rede; instabilidade de trabalho e individualização do emprego; cultura da virtualidade real, construída por um sistema pervasivo, interconectado e diversificado de sistemas de mídia; e as transformações das condições materiais de vida, do espaço e do tempo, devido aos espaços de fluxos e do tempo sem tempo (Santaella; Lemos, 2010, p. 16).

As tecnologias informacionais e as RSIs transformaram a forma como nos comunicamos, como interagimos com o mundo e as outras pessoas, como consumimos e processamos informações. Mudaram também a forma como nos colocamos no mundo, como expressamos quem somos, como nos autorrepresentamos. Se antigamente, o acesso às mídias e tecnologias informacionais, como a escrita, pergaminhos, até chegar aos livros, eram restritas a pouquíssimas pessoas, hoje observamos que a maioria da população global tem acessos a diversas formas de se autorrepresentar em rede.

Dados do *Global Overview Report 2023* apontam que das 8.01 bilhões de pessoas no planeta, 5.44 bilhões têm telefones celulares para uso individual, 5.16 bilhões têm acesso à Internet e 4.76 bilhões são usuárias ativas em RSIs. O tempo médio diário global que uma pessoa passa na Internet é de 6 horas e 37 minutos, e atualmente o telefone celular é o principal meio de acesso à rede, chegando a 92% dos usuários.

Quando o primeiro *website* foi criado, em 1991, a Internet tinha aproximadamente 4 milhões de usuários, e em 2005 bateu 1 bilhão de usuários. Mas o *boom* da Internet ocorreu de 2010, quando a rede tinha aproximadamente 1.9 bilhões de usuários, até chegar atualmente a 5.16 bilhões, em um aumento exponencial quase triplicado. Isso se deve, principalmente, a popularização dos *smartphones* e ao barateamento dos custos de acesso à rede.

Por outro lado, como reflexo da desigualdade social, temos também as populações que não possuem acesso à Internet. A Índia lidera como o país com a maior população desconectada do planeta, lá mais de 730 milhões de pessoas não têm acesso, o que equivale a 51.3% da população. Em seguida vem a China, com 374 milhões de desconectados, o que é um dado

curioso visto que o país é uma das atuais potências globais. Em terceiro lugar está o Paquistão, onde 150 milhões de pessoas não têm acesso.

Outros dados demonstram percentualmente os países com as maiores baixas de adoção da Internet. Quem lidera este *ranking* é a Coreia do Norte, onde 99.9% da população não adotou a Internet, pois ela é bloqueada no país. Com 93% da população fora da Internet, o Sudão do Sul é o segundo país com a menor adesão à rede, seguido pela Somália, onde 90% da população está fora da rede. Dos 10 países com as maiores taxas percentuais de baixa adesão à Internet 8 deles são africanos, no entanto, em números absolutos, no continente Asiático é onde existem mais pessoas desconectadas (Data Reportal 2023, em <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>).

Globalmente, entre os usuários de 16 a 64 anos, algumas das principais motivações de uso da Internet são: encontrar informações (57.8%); manter contato com família e amigos (53.7%); estar a par das notícias e eventos (50.9%); ver vídeos, seriados ou filmes (49.7%); pesquisar como fazer algo (47.6%); encontrar novas ideias ou inspirações (44.3%); pesquisar produtos e marcas (43.4%); acessar e ouvir música (43.2%); matar o tempo e pesquisas gerais (41%); propósitos educacionais e de estudos (38.3%), dentre outros.

Ainda nesta mesma faixa etária, globalmente, os principais tipos de sites e aplicativos usados são: *chats* e mensagens (94.8%); Redes Sociais da Internet (94.6%); ferramentas de buscas e portais da *web* (81.8%); compras e classificados (76%); mapas e serviços de localização (55%); e-mail (48.9%); música (46.3%); notícias (41.4%); clima e temperatura (41.1%); entretenimento (39.7%), dentre outros.

Quanto às RSIs, de 2013 até 2023, o número de usuários globais quase triplicou, saltando de 1,7 bilhões para 4,7 bilhões, e o tempo médio de uso diário gira em torno de 2 horas e meia. As plataformas sociais com mais usuários ativos atualmente são: Facebook, com 2.9 bilhões de usuários; YouTube, com 2.5 bilhões; WhatsApp, com 2 bilhões; Instagram, com 2 bilhões; WeChat, com 1.3 bilhões; e TikTok, com 1.05 bilhões. O Twitter está em 14º lugar, com 556 milhões de usuários ativos.

Os números do Brasil variam em relação aos números globais. De acordo com censo do IBGE, a população brasileira em 2022 era de 203 milhões de pessoas, aproximadamente. O *Global Overview Report* aponta que existem no país 181.8 milhões de usuários da Internet e 152 milhões de usuários ativos em RSIs. O mais curioso, no entanto, é o número massivo de aparelhos celulares: 221 milhões. O Brasil também é o segundo país do mundo que passa mais tempo na Internet, com aproximadamente 9 horas diárias, seja no celular ou em outros

dispositivos de acesso, o que é bem acima da média global (Data Reportal 2023, em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>).

Dentre as pessoas que usam a Internet, nas idades entre 16 até 64 anos, 98.8% possuem algum aparelho de telefonia móvel, 98.9% têm um *smartphone*, 58.3% têm laptops ou computadores de mesa, e 32% têm *tablets*. Outros tipos de dispositivos de acesso são: vídeo games, relógios inteligentes (*smartwatches*), TVs, e aparelhos de realidade virtual.

Alguns dos principais interesses dos brasileiros na Internet são: encontrar informação (77%); pesquisar como fazer algo (73%); manter contato com a família e amigos (71%); pesquisar produtos e marcas (70%); assistir vídeos, seriados e filmes (68%); encontrar novas ideias para inspiração (67%); acessar e ouvir música (64%), dentre outros. A média atual de velocidade de *downloads* é de 33 Mbps.

Os sites mais visitados no país entre 01 de setembro e 30 de novembro de 2022 foram: 1) YouTube; 2) Google; 3) XVideos; 4) Globo; 5) Uol; 6) Facebook; 7) Pornhub; 8) Twitter; 9) Instagram; 10) Bet365. Nota-se que além de passarem muito tempo *online*, os brasileiros costumam consumir conteúdos, principalmente, de RSIs, ferramentas de busca, pornografia, mídia hegemônica e sites de apostas. Um outro dado sobre o comportamento virtual do país é sobre os termos mais pesquisados em ferramentas de busca: 1) como; 2) tempo; 3) clima; 4) Brasil; 5) WhatsApp; 6) Google; 7) tradutor; 8) Web WhatsApp; 9) flamengo; 10) previsão do tempo.

Os usuários da Internet no Brasil passam cerca de 3 horas e 46 minutos por dia em Redes Sociais e utilizam, em média, 8.4 plataformas sociais. 54.8% das pessoas que usam RSIs são mulheres e 45.2% são homens. Comportamentos e interesses nas RSIs giram em torno de manter contato com amigos e família, ler novas histórias, encontrar produtos para compra, encontrar conteúdos, busca de inspiração, preencher o tempo livre, ver o que está acontecendo, fazer novos contatos, assistir *lives*, compartilhar e discutir opiniões, assistir e acompanhar esportes, pesquisas de trabalho, evitar perder algo (FOMO – Sigla em inglês que se refere a *Fear of Missing Out*, algo como medo de estar por fora, ou desatualizado), e seguir celebridades e *influencers*.

No país as plataformas sociais mais utilizadas são: WhatsApp (93.4%); Instagram (89.8%); Facebook (86.8%); TikTok (65.9%); Facebook Messenger (65.1%); Telegram (59%); Kuaihou (Kwai) (55.8%); Twitter (47.7%); Pinterest (46.4%); LinkedIn (36.5%); Snapchat (20%), dentre outros. Já os favoritos citados pelos usuários são: WhatsApp (34%); Instagram (32%); Facebook (11.8%); TikTok (5.9%), dentre outros. A média mensal de tempo de

utilização de plataformas sociais é de 28 horas para o WhatsApp, 22 horas para o YouTube, 15 horas para o Instagram, 12 horas para o Facebook e 6 horas para o Twitter.

Os tipos de contas e conteúdos consumidos pelos brasileiros nas RSIs, da maior porcentagem para a menor, são principalmente: amigos, família e pessoas conhecidas; bandas, cantores e músicos; *influencers* ou outros tipos de experts; atores, comediantes e outros tipos de *performers*; entretenimento, paródias e *memes*; marcas; canais de TV e similares; restaurantes, chefes e comidas; produtos em potencial para compra; companhias relevantes para trabalho; contatos relevantes para trabalho; atletas, times e esportes; jornalismo e redes de notícias; e experts de beleza.

Em relação à segurança e atividades online, 18% dos usuários sentem-se confortáveis com aplicativos e sites rastreando suas atividades diárias a partir dos dispositivos móveis de acesso. Já 23% prefere tentar permanecer anônimo ao navegar pela rede. 65% expressou preocupação sobre o que é real ou não na Internet. Metade dos usuários expressou preocupação em como as grandes companhias e plataformas utilizam seus dados *online*.

Globalmente, o que vemos a partir desses números é um crescimento do número de usuários da Internet. Mas, principalmente, o aumento de usuários das Redes Sociais da Internet. No Brasil, esta realidade é significativa, pois grande parte dos usuários centram seu uso na rede em plataformas sociais de comunicação.

Esses números também oferecem uma perspectiva sobre mudanças de paradigmas que as tecnologias informacionais e a Internet causaram no mundo. Pela primeira vez na história da humanidade é possível quantificar e qualificar dados de bilhões de pessoas ao redor do mundo em tempo real: comportamentos, preferências, gostos, tendências, termos, dentre outras infinitudes de dados, como localização, tempo de uso nos aplicativos, mensagens privadas, até a quantidade de toques dados nos aparelhos móveis. Todas as pessoas que utilizam esses aparelhos estão gerando inúmeros dados o tempo todo, e as *Big Techs* processam tudo isso em servidores de armazenamento de dados gigantescos. A esta quantidade massiva de dados chamamos *Big Data*.

Os riscos de tanto poder (informações globais de populações em massa) centralizado em companhias privadas já estão vindo à tona. Podemos citar, por exemplo, as polêmicas envolvendo a eleição de Donald Trump em 2016, nos Estados Unidos, que utilizou dados sem consentimento das pessoas para serem direcionadas a propagandas e notícias que favoreciam o candidato, assim como ondas de notícias falsas e ataques contra a rival, Hillary Clinton. Este projeto foi gerenciado pela empresa Cambridge Analytica, acusada de violar dados de cerca de

50 milhões de pessoas no *Facebook*. O CEO desta RSI, Mark Zuckerberg, foi processado e teve de depor no Congresso.

Temos também um exemplo mais próximo de nós: a eleição de Jair Bolsonaro em 2018, que utilizou os mesmos métodos da campanha de Trump para gerar caos, espalhar notícias falsas e, finalmente, vencer as eleições nacionais e se tornar presidente do Brasil. Dados indicam que a Cambridge Analytica esteve diretamente envolvida no caso. A polêmica foi tamanha que em 2019 foi aberto no Congresso Nacional uma Comissão Parlamentar de Inquérito para apurar e investigar as movimentações virtuais suspeitas registradas durante a eleição. No entanto, os deputados não chegaram a conclusões e encerraram a CPI.

As RSIs proporcionam um jeito peculiar de estar no mundo. Agora, praticamente qualquer pessoa pode criar um perfil em uma rede social, editar suas preferências, gostos, imagens, interagir com as outras pessoas participantes e, principalmente, expressar-se, seja por meio de fotos, vídeos, textos, enquetes, caixas de perguntas, fóruns, multiplicidades quase sem fim de modalidades de interações e expressividade.

Como a massificação dessas modalidades de autorrepresentação em RSIs é relativamente recente, ainda estamos começando a compreender tais fenômenos e suas consequências. Diversos estudos apontam que a utilização constante de redes sociais pode prejudicar o cérebro, pois o uso abusivo pode causar vício. Além do mais, a concentração de tempo dedicado às telas e sociabilidades virtuais poderia prejudicar a vida fora delas.

O enfoque desta pesquisa é investigar especificamente como se dão algumas das expressões de autorrepresentação em perfis da rede social *Twitter*, atualmente conhecida como *X*. Pretende-se explorar as dinâmicas, modalidades, interações, expressões e formas de vivenciar esta RSI a partir de posts específicos, abrangendo a discussão em relação com as noções de *performance* e *jogo*, como veremos no terceiro capítulo.

Consideramos que existem características específicas e maneiras singulares de experienciar esta RSI, o que poderia ser entendido como *um jeito Twitter de ser*. Mas para isso, precisamos primeiramente adentrar aos poucos nesse universo nebuloso e quase inacessível, entender de onde vem, o que é, pra que serve e como funciona esta rede social.

CAPÍTULO 2 A REDE SOCIAL TWITTER, OU X

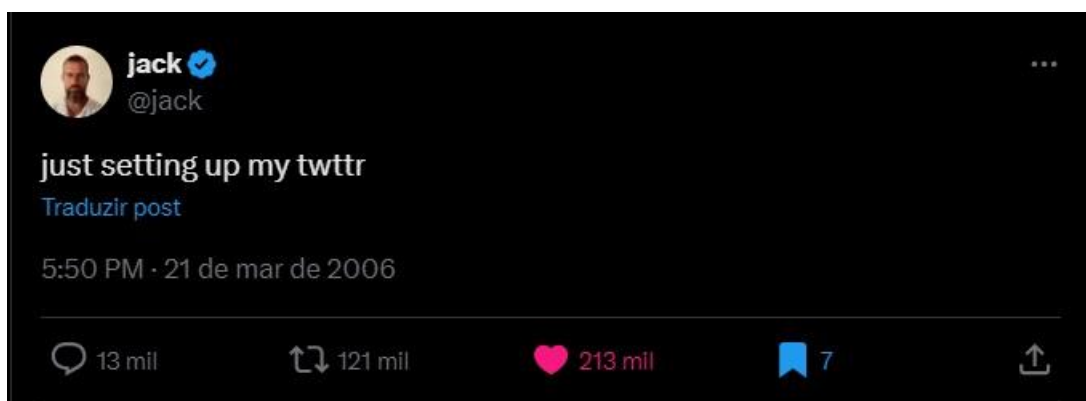
2.1 História da rede

O Twitter, atualmente conhecido como X, é uma rede social da internet criada em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, nos E.U.A. O nome vem do que pode ser entendido como a expressão em inglês para ‘gorjear’, pois era a ideia inicial dos criadores que as postagens no site fossem como gorjeios de pássaros na Internet, e o objetivo era prover uma rede na qual fosse possível escrever mensagens curtas, de até 140 caracteres.

Nesta época, com a popularização dos aparelhos de comunicação móvel, a inspiração para os idealizadores da rede foram as mensagens de textos, conhecidas como SMSs, que eram trocadas de forma privada entre as pessoas. Assim, as publicações no site seriam como as SMSs, mas de forma *online* entre redes de usuários.

Aos poucos a rede foi ganhando popularidade, mas foi em 2007, no festival SXSW em Austin, no Texas, que ela começou a ser realmente conhecida e passou a ser adotada por diversas pessoas, através de uma ação de marketing promovida pela empresa: no evento, foram distribuídos diversos telões onde mensagens postadas na rede eram transmitidas ao vivo.

Figura 2 – O Primeiro *tweet* feito na história por um dos criadores da rede, Jack Dorsey.



Fonte: Twitter.

Sendo uma rede que nasce com uma conceitualização já voltada para a comunicação móvel, podemos afirmar que se trata de uma RSI multimodal 3.0, pois aqui o principal diferencial estaria na “integração com múltiplas redes, plataformas e funcionalidades através do uso de aplicativos e de mídias móveis.” (Santaella; Lemos, 2010, p. 59). Em 2009, estima-se que haviam 11 milhões de usuários ativos no Twitter.

Ainda nesta primeira fase da rede foi possível perceber o potencial comunicacional que ela tinha. Como uma plataforma de informação em tempo real, ela foi fundamental para eventos políticos significativos, como a Primavera Árabe, em 2011, na qual as pessoas de países como Egito, Síria, Líbia e Tunísia, puderam criar redes de contato através do Twitter para trocar mensagens entre si e organizar protestos.

Algo semelhante ocorreu em 2013, no Brasil, durante as ‘Jornadas de Junho’, em que diversos protestos se espalharam pelo país e reivindicavam melhorias sociais e políticas. No Twitter, a todo momento chegavam informações, pois muitas pessoas transmitiam em tempo real o que estava acontecendo, seja em formato de textos, fotos ou vídeos.

Por ser uma RSI que nasceu baseada principalmente em textos curtos, ela também já foi descrita diversas vezes como um *microblog*, no qual as pessoas compartilham ideias de forma rápida e sucinta: banalidades, aleatoriedades, causos humorísticos, ou mesmo informações de relevância pública. Observando este mesmo potencial, a rede também foi adotada por canais de mídia tradicional, organizações públicas e privadas, assim como celebridades, artistas e famosos no geral.

A história da rede se confunde um pouco com a história da própria civilização, pois também é lá aonde se desenrolam algumas das percepções que as pessoas têm sobre o mundo, seus acontecimentos e a vida. Como plataforma social, ela proporciona um local aonde é possível expressar impressões particulares sobre qualquer assunto. Há um forte sentido de comunidades a partir destas diversidades de interações sociais em ambiente virtual nesta RSI: subculturas se agrupam a partir de gostos e preferências, bolhas dentro de bolhas, em uma retroalimentação praticamente infinita.

O que podemos falar, de modo geral, sobre a história da rede é também as transformações que ela passou enquanto interface ao longo do tempo: suas funcionalidades (como veremos adiante), inserção de anúncios a partir de 2011 e de mensagens diretas privadas entre usuários, número de usuários recorde chegando a 200 milhões no mesmo ano, dentre outros. Mas uma das principais mudanças foi a expansão no número de caracteres para postagens, que passou de 140 para 280, em 2015, atendendo às sugestões de usuários.

Em 2022, o Twitter foi comprado por Elon Musk por 44 bilhões de dólares, em uma transação que envolveu diversas polêmicas, acordos e desacordos, até finalmente ser confirmada. Na aquisição, Musk trocou o nome da rede para X, este evento não agradou parte dos usuários, que viram a possibilidade de instabilidade ou mesmo de encerramento da rede, além do mais, cerca de metade das 7.500 pessoas que trabalhavam em escritórios do Twitter ao redor do mundo foram demitidas ou se demitiram.

O Twitter completa 18 anos em 2024 e, apesar das polêmicas e instabilidades que a rede sofreu por conta dessas diversas transições, permanece vivo, sustentado por uma massa de usuários. Estima-se que existam cerca de 550 milhões de usuários globalmente, e no Brasil aproximadamente 25 milhões. No entanto, não temos como estabelecer números exatos pois, até o presente momento da finalização deste trabalho, a atual administração da rede deixou de liberar os dados de marketing e não responde mais as requisições da imprensa, como podemos ver abaixo (fonte: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-the-state-of-twitter-in-april-2023>):

Figura 3 – Elon Musk faz uma publicação ironizando requisições da imprensa via e-mail: “press@twitter.com agora tem uma resposta automática com (emoji de cocô)” em livre tradução.



2.2 O que é o Twitter?

O Twitter pode ser entendido como uma Rede Social da Internet ou *microblog*, possui funcionalidades semelhantes às outras redes sociais, como Instagram e Facebook. Há uma *timeline*, ou página inicial, que é o espaço aonde aparecem as publicações das pessoas que são seguidas pelo usuário. Ao longo do tempo, esta página inicial passou por modificações, hoje em dia existem duas abas possíveis de serem vistas, uma em que aparecem somente as postagens das pessoas que o usuário segue, e outra com postagens das pessoas que o usuário segue mais outras que aparecem como recomendações do algoritmo.

A rede também ficou bastante conhecida por mostrar as publicações feitas exatamente no momento em que foram publicadas, ou seja, num sentido linear, da mais recente publicação para a mais antiga. Devido a isso, a rede também ficou conhecida por ser ‘a primeira aonde as informações chegam’, com mais velocidade e dinamismo. Com as transições ao longo da sua

história, alterações também foram sendo feitas no modo como funciona essa *timeline*, e atualmente é possível gerenciar preferências do que o usuário deseja ver primeiro.

Uma outra funcionalidade é o *explorar*, página aonde aparecem os temas mais comentados do momento, que também conhecidos como *trending topics*. Estes tópicos geralmente são anexados com uma *hashtag*, que é o símbolo do jogo da velha ‘#’, seguido por uma palavra-tema.

Há também as *notificações*, página dedicada ao usuário, aonde aparecem as interações com os outros usuários, respostas de postagens, quem repostou e quem curtiu. O Twitter também tem uma linguagem específica. Postagens são conhecidas como *tweets*, repostagens são conhecidas como *retweets*, mensagens diretas são as *dm's*, uma abreviação de *direct messages*, que são recebidas de modo privado pelos usuários por outros usuários.

Listas são agrupamentos de temas e suas respectivas postagens relativas, que podem ser vistas por grupos abertos ou podem ser criadas de modo privado por cada usuário. *Itens Salvos* são os *tweets* que cada usuário pode salvar em uma lista particular ou coletiva, para ficar guardado ou ler depois. *Comunidades* são agrupamentos de membros em torno de um tema em comum, lá os usuários fazem postagens relativas ao tema em comum daquela comunidade.

Atualmente existe também o *X Premium*, que é um serviço de assinatura da rede que possibilita liberação de outras diversas funcionalidades, como: ver menos anúncios, obter uma verificação (selo de usuário verificado), acesso para solicitação na receita dos anúncios, editar *tweets*, fazer *tweets* de até 25.000 caracteres, postar vídeos de até 3 horas de duração, criar comunidades, dentre outros. A assinatura custa R\$ 84,00 ao mês ou R\$ 880,00 reais ao ano.

A princípio, o Twitter pode parecer uma RSI como as outras, ou, pelo menos, com as mesmas ou semelhantes funcionalidades, no entanto, ao adentrarmos as camadas mais profundas da sua dinâmica observamos que existem outras dimensões além daquilo que é visto. Se compararmos o seu número de usuários, no Brasil, chega a ser cerca de 75% menor em relação a outras redes, como o Facebook e Instagram, que têm aproximadamente 100 milhões de usuários. Ou seja, é uma rede social de *nicho*.

Algumas fontes afirmam que o Brasil é a segunda maior audiência global no Twitter, perdendo apenas para os E.U.A. Como vimos no capítulo I, a média de uso diário de Internet no Brasil é a segunda mais alta do mundo, e o interesse por RSIs entre os brasileiros é altíssimo. Mas o que faz o Twitter tão diferente das outras redes? Existem, pelo menos, três fatores: por ser uma rede social *nichada*, não existem tantas pessoas quanto conhecemos ativas nesta rede; outro fator é a dificuldade de inserção na rede por novos usuários: cerca de 60% desiste logo no primeiro mês de uso (SANTAELLA, LEMOS apud MARTINS 2010, p. 69).

O terceiro, e talvez mais importante fator, que será abordado com mais detalhes no capítulo III, é que a qualidade da inserção na rede depende de uma habituação por parte do usuário, de compreender as dinâmicas, entrar nos fluxos existentes e, principalmente, da qualidade e do tipo de conteúdo que ele está veiculando, o que Santaella e Lemos conceitualizam como “*microdesign* de ideias”.

Nossa definição irá descrever o Twitter como uma mídia social que, unindo a mobilidade do acesso à temporalidade *always on* das RSIs 3.0, possibilita o entrelaçamento de fluxos informacionais e o *design* colaborativo de ideias em tempo real, modificando e acelerando os processos globais da mente coletiva. O que é o Twitter? Uma verdadeira ágora global: universidade, clube de entretenimento, “termômetro” social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas. (Santaella; Lemos; 2010, p. 66).

A inserção na rede social depende de um letramento específico, um esforço contínuo e consciente de penetração nos fluxos já existentes na rede atrelados aos fluxos que serão gerados pelo usuário. O Twitter é um espaço aonde a cognição e a síntese de ideias são fundamentais para o acesso pleno às dinâmicas mais profundas desse universo virtualizado. A recepção das ideias também passa por este processo, pois só é possível compreender mais a fundo o que está acontecendo na rede a partir de habilidades adquiridas previamente, de estar a par do *contexto* daquilo que está sendo dito.

Cognição pressupõe uma subjetividade em relação com a rede, ou a expressão de parte de uma subjetividade na plataforma social, logo, ao entrar em contato com os fluxos gerais da rede, o que pode ser entendido como ‘inteligência coletiva’ (Santaella; Lemos apud Lévy, 2010, p. 66), é possível observar que há uma forte tendência de usuários utilizarem formas pessoais de se expressar, por vezes com tons de ironia, humor, deboche, melancolia, ou tudo isso ao mesmo tempo.

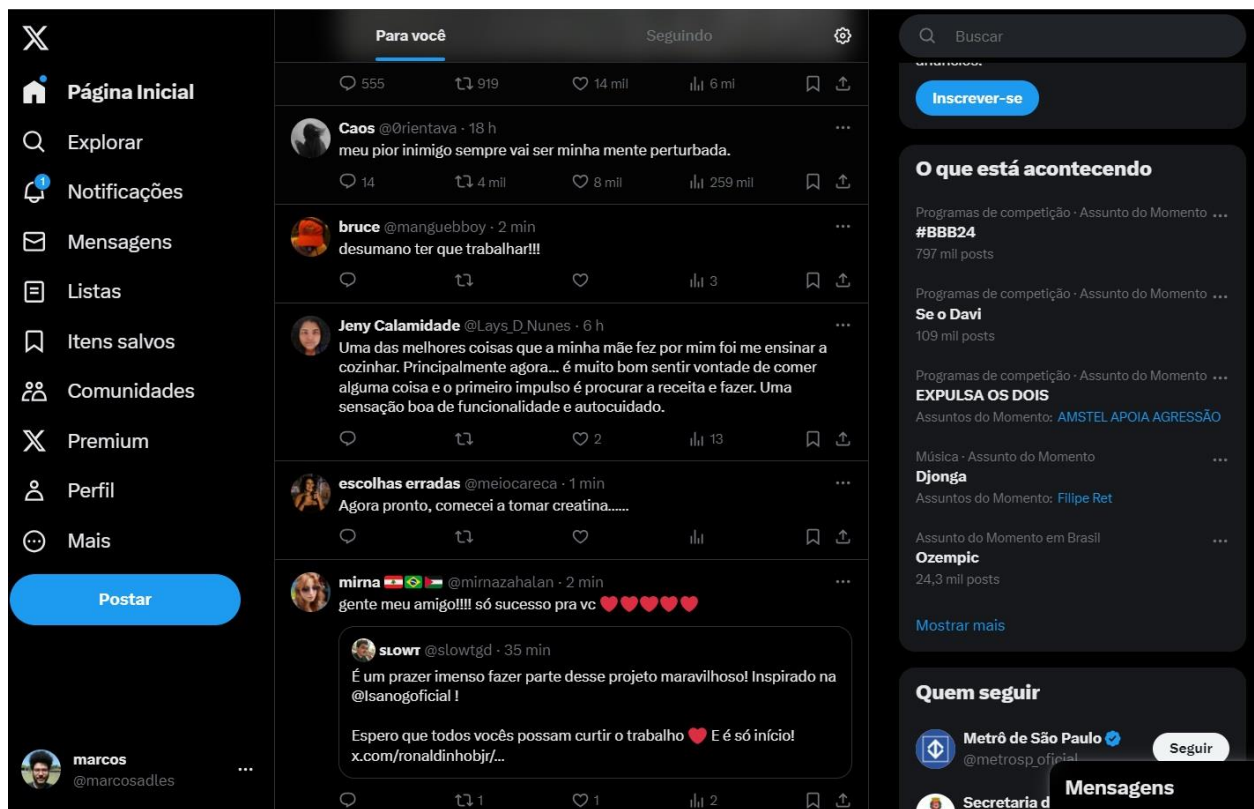
Como o foco desta rede social ainda é síntese de ideias, ao expressar parte da sua subjetividade na rede os usuários também estão se autorrepresentando, pois usam elementos particulares para estabelecer interações com o meio. Ao mesmo tempo, a rede serve como “um meio multidirecional de captação de informações personalizadas; um espaço colaborativo no qual as questões, que surgem a partir de interesses dos mais microscópicos aos mais macroscópicos, podem ser livremente debatidas e respondidas.” (Santaella; Lemos; 2010, p. 66).

Observa-se também, a partir dos relatos de diversos usuários, que o Twitter é tratado como *diário*, um local confortável e livre no qual é possível expressar-se a si mesmo, seja como forma de desabafo, contos de causos cotidianos, ou pelo mero desejo de expor algo pessoal. Aliás, é comum expor nesta rede algumas ideias ou situações que em outras RSIs não seriam

tão bem entendidas, ou mesmo aceitas. O *absurdo* é não só bastante aceito, como muitas vezes é isso o que promove certas pessoas, gerando alcance e notoriedade dentro da rede.

Isto, no entanto, não é uma regra. Existem diversas formas de utilizar a rede, que passam por camadas mais formais, institucionais, e mesmo profissionais, visto que o Twitter é também o ambiente no qual é possível estabelecer conexões com diversas pessoas que não necessariamente fazem parte da rede particular de contatos do usuário, mas que estão ali presentes na rede e compartilham interesses comuns. Devido à velocidade e dinamismo das informações, é possível estabelecer interações variadas, não é raro pessoas comuns interagirem com pessoas famosas ou mesmo com marcas, empresas e instituições que se personalizam na rede.

Figura 4 – Interface da página inicial do Twitter.



Fonte: Twitter/X.

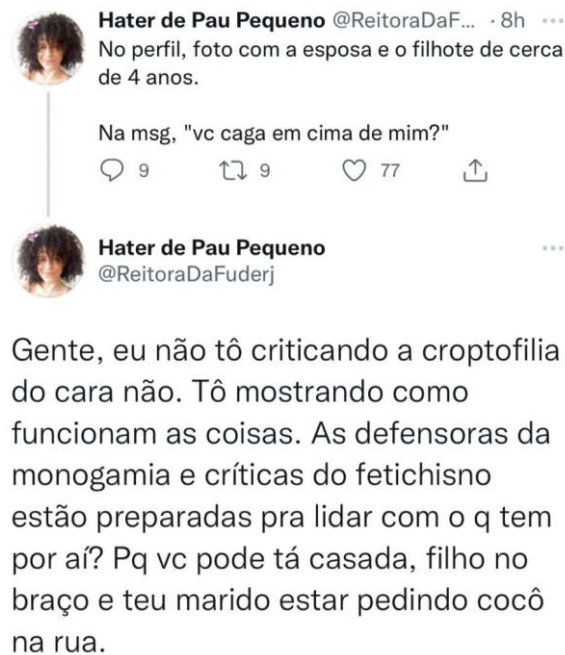
O advento das novas tecnologias informacionais e das RSIs, principalmente o Twitter, questionam e diluem as fronteiras entre o público e o privado. Antes, estas fronteiras poderiam ser diferenciadas, a esfera da coisa pública, em contraposição com aquilo que é privado, eram evidentes: o público era o espaço das relações sociais, da política, do comércio, das ruas e cidades. Por outro lado, o privado era o lugar das relações íntimas, familiares, relacionadas ao

lar e outros espaços seguros (ou mesmo escondidos), aonde as máscaras sociais pudessem ser retiradas e mostradas às pessoas mais próximas (Santana; Couto, 2012, p. 33).

A partir dos espaços virtuais de sociabilidade inaugurados pelas RSIs, onde é possível publicizar o que quer que seja, as dinâmicas de sociabilidade e comunicação também são alteradas e passam a confundir as experiências dos sujeitos, ao possibilitar a publicização de ideias e opiniões que antes se restringiam aos espaços reservados de socialização privados. No Twitter, a exposição da intimidade não só é abertamente permitida como também incentivada (Santana; Couto, 2012, p. 33).

Nos SRS (sites de redes sociais), mostrar-se incessantemente condiciona as formas de ser e estar no mundo, festeja perplexas e inusitadas subjetividades, pois agora todos são convidados, de modo informal e espontâneo, a compartilhar na rede todos os ângulos da vida. É a partir daí que as vidas privadas são oferecidas alegremente para o consumo prazeroso de milhares de pessoas ao redor do mundo. (Santana; Couto, 2012, p. 33).

Figura 5 – Tweet do perfil @ReitoraDaFuderj expondo aspectos da sua vida privada publicamente.



Fonte: Twitter/X.

Agora que conhecemos um pouco da rede, podemos adentrar na última parte deste trabalho, trazendo para o debate alguns exemplos de autorrepresentações, expressões, interações e comportamentos observados em diversos *tweets*. A partir desses exemplos

poderemos investigar as dinâmicas mais amplas de comunicabilidade que são estabelecidas, principalmente nas expressões das ideias que são propagadas, e assim formar um panorama de funcionamento geral desta RSI.

CAPÍTULO 3 PERFORMANCES E JOGOS NO TWITTER

Marvin Carlson, em sua obra “Performance: uma introdução crítica” (2010), ainda na apresentação do livro cita que “performance é um conceito contestado” (p. 11). Isso significa que o conceito de performance é amplamente debatido por diversos teóricos das mais diferentes áreas do conhecimento, em diálogos que se sobrepõem nas mais variadas perspectivas e épocas. Portanto, para tratarmos desse conceito precisamos de um ponto de partida. Aqui, o utilizaremos dentro da área do Teatro, a partir dos estudos de Richard Schechner na obra “Estudos da performance, uma introdução” (2002).

Para efeito didático, Schechner, propõe que existem oito tipos de performance: na vida diária; nas artes; nos esportes e entretenimentos populares; nos negócios; na tecnologia; no sexo; nos rituais sagrados e seculares; na brincadeira (Schechner, 2013, p. 31). Mas deixa claro que não existem apenas estes, e muitas vezes eles se misturam. A partir disso, percebemos que este conceito não está restrito apenas naquilo que ele pode vir a ter de relação com as artes, mas se estende para além e pode ser uma lente para investigar fenômenos socioculturais.

Indo além, para ele, praticamente qualquer coisa que existe pode ser estudada como performance, pois “Tratar qualquer objeto, obra ou produto como performance [...] significa investigar o que esta coisa faz, como interage com os outros objetos e seres [...]. Performances existem apenas como ações, interações e relacionamentos.” (Schechner, p. 30).

Uma outra teoria que também será importante nesta última parte do trabalho é a do ‘jogo’, a partir do mesmo autor. Para ele “Jogar – fazendo algo que não é ‘pra valer’ – está [...] no coração da performance. De fato, uma definição da performance pode ser: comportamento [...] permeado por jogo.” (Schechner, p. 89).

Sendo assim, podemos começar a explorar o que alguns *tweets* têm de relação com a performance, ou que pode vir a ter de performático as expressões, interações e relacionamentos que são desenvolvidas dentro do Twitter. Uma das coisas tornam esta RSI distinta das outras é o fato de ela ir além de uma mera plataforma de comunicação, agrupamento de pessoas e compartilhamento de interesses: no Twitter há diversos fluxos comunicacionais que colidem a todo instante, desde informações relevantes socialmente, como informes governamentais e notícias, até outras camadas de banalidades e criatividade.

Na rede são observados diversos textos e imagens que surgem espontaneamente e estão ligados a um sentido de criação voltado para a comédia, ou tragicomédia. Estas montagens, ou rearranjos criativos, são replicados a depender da sua capacidade de identificação e assimilação por parte dos outros usuários. Algumas postagens alcançam números de visualizações e

compartilhamentos significativos, podendo chegar a casa dos milhões. Este fenômeno pode ser entendido como *meme*. Outras vezes, em vez de montagens, podem ser momentos registrados espontaneamente em conversas, fotos, vídeos e outras situações cotidianas que são compartilhadas publicamente e *viralizadas*.

O *meme* pode ser cômico, tragicômico ou até mesmo sombrio, sua linguagem é sintetizada em poucas palavras ou mesmo nenhuma, e quanto mais eficiente for a mensagem e suas pretensões estéticas, mais ela será replicada na rede, ou nas redes, já que é frequente *memes* ou *tweets* furarem a bolha e surgirem nas outras RSIs, o que demonstra e reforça sua capacidade de alcance a partir de uma criação. Estas criações muitas vezes são feitas por pessoas anônimas, ou quase desconhecidas, em outras, partem de perfis que já possuem grande alcance e números de seguidores. É consenso entre as fontes a origem da palavra *meme*:

Meme é um termo criado em 1976 por Richard Dawkins no seu bestseller O Gene Egoísta, e é para a memória o análogo do gene na genética, a sua unidade mínima. É considerado como uma unidade de informação que se multiplica de cérebro em cérebro ou entre locais onde a informação é armazenada (como livros). No que diz respeito à sua funcionalidade, o meme é considerado uma unidade de evolução cultural que pode de alguma forma auto propagar-se. Os memes podem ser ideias ou partes de ideias, línguas, sons, desenhos, capacidades, valores estéticos e morais, ou qualquer outra coisa que possa ser aprendida facilmente e transmitida como unidade autônoma. (Wikipédia, disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Meme>)

Meme também deriva da *mimese* aristotélica: para Aristóteles, o ser humano é dotado de uma capacidade congênita para imitar (criar), e a partir desta capacidade criadora inventa mitos e fábulas. Ele considerava que estes mitos e fábulas, expressos nas poesias, nas tragédias e nas comédias antigas, imitavam as ações do comportamento humano, pois assim teriam, os poetas, “a formação de uma gama de possibilidades para a invenção literária que, embora ficcionais, constituem-se como plausíveis e/ou verossímeis em relação aos eventos, ao factual, ao teórico.” (Palhares, 2013, p. 16). Para o filósofo, a *mimese* seria o processo de criação, que não é mera imitação mas

trata-se, na verdade, de uma atividade que, ao mesmo tempo que reproduz o real, na possibilidade, o supera, o aprimora, o melhora, modificando e recriando-o, ou seja, o termo foi concebido não no sentido da cópia, mas da criação de novos parâmetros para a observação do real. Acreditamos, dessa forma, que a *mimese* não é dada como simples e pura duplicação do real, mas como algo capaz de criar o existente através de novas correlações, proporcionando bases para possíveis interpretações do mesmo. (Palhares, 2013, p. 16).

Podemos considerar, guardadas as devidas proporções, que os autores dos *memes* da Internet se aproximam, nesse sentido criativo, dos velhos tragediógrafos e comediógrafos

gregos. Na contemporaneidade, aqueles utilizam suas capacidades cognitivas para elaborar enredos, tramas, ideias e imagens que provoquem reações nas pessoas. Utilizam também as suas capacidades técnicas, a partir de seus respectivos aparelhos tecnológicos, para criar, reproduzir e compartilhar suas criações nas RSIs.

Figura 6 – Um dos infinitos *memes* de gatos. Autoria desconhecida.



Fonte: Twitter.

Se os antigos poetas gregos buscavam, com as suas obras, provocar a *catarse* e a purgação dos sentimentos das pessoas, inclusive com fins educativos, os autores de *memes* não estão assim tão distantes, pois também desejam provocar sensações e identificação a partir das suas criações. Aristóteles também considerava que quanto mais elaborada fosse a obra, no sentido da *eloquência*, melhores seriam os efeitos causados, podemos entender que assim também existe uma aproximação com os *memes*.

No Twitter, ao longo do tempo as imagens e *memes* ganharam força. No entanto, como a rede nasceu para ser um local de compartilhamentos de textos/ideias curtos, assim permanece até hoje. O texto ainda é fundamental para a rede, e existem fluxos criativos de pessoas que expressam suas ideias voltadas para a comédia ou tragicomédia. Existem nesses fluxos dimensões que estão ligadas a brincadeira ou, mais precisamente, ao jogo. Há uma certa liberdade e permissividade implícita na rede que possibilita aos usuários criarem textos ficcionais, semificcionais ou mesmo utilizar histórias factuais das suas próprias vidas para causar o riso.

A partir de Schechner, observamos que estes jogos afrouxam a formalidade dos rituais cotidianos, pois tais comportamentos não têm a qualidade de serem inteiramente “sérios”, ou mesmo “reais”. Compreendemos que estes estratagemas verbais na rede, como o próprio caráter do jogo, são “facas de dois gumes, ambíguos, se movem em diferentes direções simultaneamente.” (Schechner, 2013, p. 89). Essas direções seriam o compartilhamento coletivo e a replicação desses textos dentro e fora do Twitter. Poderíamos considerar também, nestes fluxos criativos dentro da rede, que há um “estado de humor” aonde as ideias são propagadas espontaneamente, muitas vezes caracterizada, como aponta o autor, como “subversão dos poderes estabelecidos.”.

Figura 7 – Usuário responde de forma irônica ao filho do ex-presidente do Brasil.



Fonte: Twitter.

Para Schechner, a performance também tem um sentido de *comportamento restaurado*, que são comportamentos aprendidos socialmente e replicados, no entanto, nunca iguais uns aos outros, pois são recombinações de comportamentos e sempre dependem de um contexto. Como vimos anteriormente, a taxa de adesão ao Twitter é relativamente baixa, são poucas as pessoas que conseguem se adaptar e acessar os fluxos mais profundos daquilo que acontece na rede. Nesse sentido, há um *aprendizado* sobre como agir, reagir, o que falar e como falar. Mas aonde ocorre exatamente a performance na rede?

Como nos aponta o autor, “performances são feitas de pedaços de comportamento restaurado, mas cada performance é diferente das demais.” (Ibid., p. 29), porém, a performance

não estaria nos atos materiais em si mesmos, e sim *entre* as coisas, ou seja, nas ações, interações e relações que provocam a partir de si mesmas. Assim, estes comportamentos previamente aprendidos na rede, são expressos muitas vezes de formas criativas, em rearranjos infinitos de possibilidades, ver os outros usuários se expressarem e ser visto se expressando: justamente nestas relações podemos compreender que se dão as performances.

O uso pleno e avançado das possibilidades comunicacionais do Twitter exige determinado nível de mestria em relação às suas funcionalidades e ao gerenciamento e manipulação de fluxos informacionais. Apenas quando o uso dessas funcionalidades se torna um hábito é que começamos a nos mover com desenvoltura pelo ambiente midiático da plataforma. Um mesmo *tweet* pode conter uma mensagem cifrada que apenas certos usuários serão capazes de entender [...]. As múltiplas possibilidades comunicacionais determinam que os direcionamentos e trajetória de um *tweet* sejam um processo muito parecido com o de *design*: a criação de algo para determinado fim. O processo de criação, seleção e edição de ideias em tempo real que caracteriza a dinâmica dos fluxos de *outflow* (expressões) no Twitter pode ser entendido como um processo de *design* de ideias. (Santaella; Lemos, 2010, p. 81).

Existem no Twitter diversos tipos de perfis: entidades governamentais e outras de caráter formal e informacional, empresas, celebridades, pessoas comuns que compartilham causas dos seus cotidianos, pessoas comuns que utilizam a rede com outras identidades ou identidades parciais, misturando suas características com outras, pessoas comuns que criam outras identidades especialmente para a rede (os chamados *fakes*) e assim por diante. Cada um destes perfis utiliza a rede com um determinado propósito, que pode variar de acordo com as circunstâncias.

O processo de criação de um perfil é um processo de edição e personalização: você escolhe um nome de usuário, um nome que aparecerá no perfil, uma foto de perfil, uma foto de capa (que ficará acima da foto de perfil), e seleciona algumas informações que poderão ou não aparecer publicamente, como data de nascimento, localização, ou *links* para outras informações externas. A partir disso, poderá começar a interagir com a rede propriamente dita, escolhendo quais perfis seguirá, e eventualmente também será seguido de volta por outros usuários.

Falamos anteriormente sobre a espontaneidade da rede, o que não está completamente equivocado, mas podemos também compreender que existe, no processo de construção de um perfil, diversas intencionalidades, quase como uma espécie de *construção de uma personagem*. O que não é diferente também das postagens que são feitas. Embora exista, de fato, um clima de espontaneidade na rede, todas as informações e postagens compartilhadas são premeditadas, conscientes e deliberadamente feitas pelas pessoas responsáveis por seus perfis, em graus que podem variar da mera banalidade, até planos de mídias elaborados com agendamentos de postagens.

Em uma cultura como a nossa, altamente midiaticizada e permeada por diversos tipos de RSIs, a criação de um perfil no Twitter também pode ser compreendida como performance, pois há um relacionamento entre a pessoa, as possibilidades e funcionalidades da rede, e as informações que são compartilhadas, em um intenso processo de edição e personalização, que passa por diversas camadas informacionais. Criou-se assim uma cultura de espetacularização e performatividade do cotidiano na qual interagimos com partes, pedaços e fragmentos de outras personalidades em escala global.

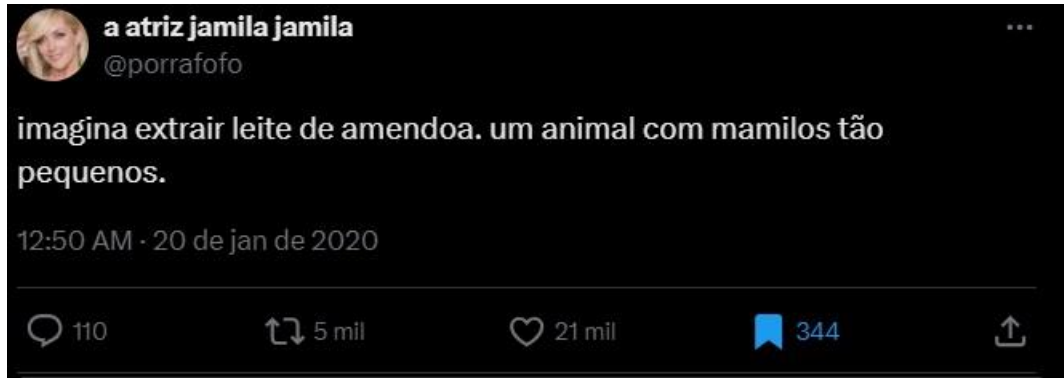
Figura 8 – O perfil ficcional Polícia Surpresa em uma das suas diversas publicações humorísticas.



Fonte: Twitter

Neste universo criativo do Twitter, concentram-se multiplicidades de *tweets* dos mais diversos tipos aonde as fronteiras entre o real e o ficcional são difíceis de definir. Para Schechner, isto é uma das características do *jogo*, pois “jogar cria sua própria realidade múltipla, com fronteiras porosas e escorregadias. Jogar é cheio de construções criativas do mundo, assim como as mentiras, ilusões e enganos.” (Schechner, 2013, p. 92). Além do mais “este fazer-as-regras-à-medida-que-se-joga é o que Nietzsche chamou de ‘vontade de poder’. Nietzsche acreditava que as crianças e artistas jogavam dessa forma. A criação de mundos ‘ilusórios’ poderia ser, na verdade, o principal ponto de atenção da humanidade.” (Ibid., p. 109).

Figura 9 – Um exemplo da comicidade no Twitter.



Fonte: Twitter.

Aspectos da brincadeira e do jogo também são mais visíveis em interações que formam diversas outras camadas de sentidos a partir das respostas a determinados *tweets*, formando um conjunto performativo mais elaborado que transpõem, expande e exagera os sentidos de uma determinada publicação, impossíveis de serem premeditados ou programados, e acontecem de forma espontânea entre os usuários. Temos um exemplo a seguir:

Figura 10 – Um conjunto performativo que expande os sentidos da publicação original.



Fonte: Twitter.

Essas modalidades de interações são bastantes comuns na rede. Podemos dizer que frequentemente são esses tipos de arranjos que afirmam qualidades da comédia que não

necessariamente estão embutidos nas publicações originais, e adicionam diversas outras camadas à publicação original, na medida em que o *tweet* ganha notoriedade e é *viralizado* pelos usuários. Outras vezes, uma publicação séria toma outros rumos a partir das relações que estabelece com as respostas que recebe, como é o exemplo a seguir:

Figura 11 – Ex-youtuber Monark recebe resposta inusitada de um usuário.



Fonte: Twitter.

O Twitter também é conhecido por ser palco de discussões que não são do interesse público, não têm nenhuma relevância social, ou mesmo não são debatidas em qualquer outro lugar além do próprio site. Mas, na medida que *viralizam*, ganham espaço e conseqüentemente interesse dos outros usuários, que tendem a estar sempre com disposição para rebater, concordar, discordar, ou deixar sua opinião.

Talvez, por ser uma rede social na qual a expressividade através dos textos seja principalmente condicionada pela subjetividade dos usuários, é comum se estabelecer este tipo de dinâmica na qual um pequeno burburinho de repente toma proporções avassaladoras de uma hora pra outra, como se fosse do nada, e que desaparecem na mesma velocidade em que surgiram. A usuária “Escriba do Umbral” ficou conhecida por compilar e resumir alguns desses momentos de discussões inúteis de forma cômica.

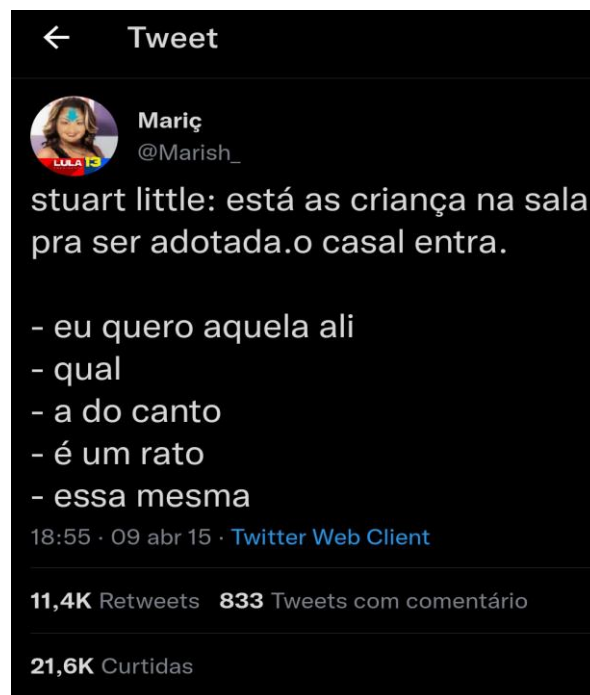
Figura 12 – Usuário desabafando sobre discussões “polêmicas”.



Fonte: Twitter.

Muitas vezes o que garante a qualidade de um *tweet*, e, portanto, a sua capacidade de *viralização*, é simplesmente a criatividade e humor. São comuns também publicações que contam histórias curtas, ficcionais ou não, seja em formato de diálogo ou de discurso indireto, e em poucas palavras formam cenas que lembram roteiros de cinema ou textos teatrais.

Figura 13 – Um *tweet* que conta uma história ficcional curta.



Fonte: Twitter.

Em outras ocasiões, celebridades, artistas, políticos ou famosos no geral, tuítam algo que, a princípio, não tem nenhum sentido de humor, mas que ao longo do tempo adquire novos

significados, como é o exemplo do *tweet* feito pelo ex-jogador de futebol Petkovic, em 2010, quando fez a seguinte postagem:

Figura 14 – Postagem do ex-jogador de futebol Petkovic.



Fonte: Twitter.

A título de registro e curiosidade: na época, 2010, o jogador estava se referindo à Copa do Mundo de Futebol de 2014, que aconteceria no Brasil. Podemos imaginar porque essa postagem, hoje em dia, tem um outro significado – nesta copa do mundo, a seleção brasileira de futebol perdeu de 7 x 1 para a Alemanha, no estádio Mineirão, cidade de Belo Horizonte, em 8 de julho.

Mas nem sempre a comédia é presente, e aí entramos em outras dimensões da rede – e conseqüentemente, do mundo –, que, do mesmo modo do exemplo anterior, os significados se transformam ao longo do tempo e os *tweets* ficam registrados na rede social.

Figura 15 – *Tweet* do ex-presidente Michel Temer, em 2015.



Fonte: Twitter.

Acima, vemos uma declaração pública do ex-presidente da República, Michel Temer, na rede social. Um ano depois disso, Dilma Rousseff foi afastada do cargo de presidente da

República em um processo de impeachment controverso. Temer assumiu o cargo até 2018, quando Jair Bolsonaro venceu as eleições, tendo como vice o general Hamilton Mourão. No dia da memória dos 60 anos da Ditadura Civil Militar, em 31 de março de 2024, o ex-vice presidente deu a seguinte declaração na rede:

Figura 16 – *Tweet* de Mourão.



Fonte: Twitter.

No Twitter as confluências informacionais se sobrepõem, texto sobre contexto ou vice-versa, em platôs aparentemente infinitos de informações. A rede concentra e reflete um mundo aonde também as fronteiras estão cada vez mais rarefeitas, uma era multifacetada e fragmentada marcada pela globalização e pelo capitalismo, onde identidades e contextos estão incertos e imprevisíveis. Então para que serve a performance? Ou deveríamos perguntar: qual a função do Twitter? A resposta para as duas perguntas é: depende de você.

Schechner aponta diversos caminhos possíveis e afirma que ao longo da História as perspectivas e contextos variam, e nos propõe algumas funções: entreter; fazer alguma coisa que é bela; marcar ou mudar uma identidade; fazer ou estimular uma comunidade; curar; ensinar, persuadir ou convencer; lidar com o sagrado e o demoníaco. E por aí vai. Uma performance pode conter diversas dessas funções. Podemos então dizer que no Twitter “as performances afirmam identidades, curvam o tempo, remodelam e adornam corpos, contam histórias.” (Schechner, 2013, p. 28).

Figura 17 – *Tweet* da conta @anamaryb.

Fonte: Twitter.

Figura 18 – *Tweet* da artista Rita Lee.

Fonte: Twitter

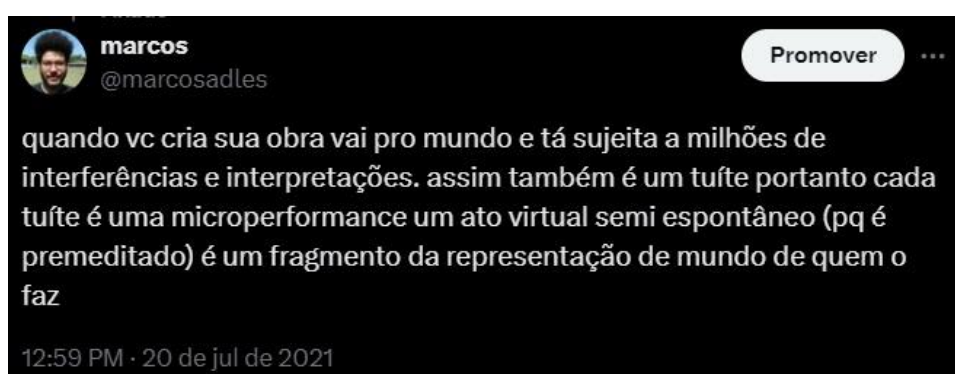
Figura 19 – *Tweet* de Angela Bismarchi.

Fonte: Twitter.

Podemos ir um pouco além e dizer que o Twitter é um gigantesco index, uma biblioteca virtual interativa, um palco de representações, espaço comunitário de entretenimento e

informação, uma vizinhança digital, anexos de ideias, montante de aleatoriedades, o anti eterno-retorno, paisagens de distrações, escoamento de criatividade, painel de comunicações, amplo espectro de subjetividades, uma farsa de inutilidades, afeição cibercultural, espetáculo tragicômico contemporâneo, destilação de devaneios, o agora constante e eterno, o ritmo, dinamismo e voracidade da nossa era, fazenda criptografada de algoritmos, uma parte da cognição global, um repositório de performances digitais coletivas interculturais. Ou aquilo que você quiser que ele seja.

Figura 20 – Um *tweet* meu.



Fonte: Twitter.

Santaella e Lemos (2010), citando Rheingold, afirmam que a inserção na rede social requer um tipo de presença contínua do usuário, “um novo tipo de habilidade cognitiva de atenção”, denominado por Rheingold como *infoatenção*. Este autor considera que as redes sociais são “inteligências coletivas”. No Twitter, em especial, é necessário um tipo de atenção para o gerenciamento bem-sucedido dos fluxos informacionais, e habilidades cognitivas híbridas que conectem inteligências humanas às artificiais. (Santaella; Lemos, 2010, p. 84).

Ainda segundo Rheingold (2010), as habilidades cognitivas da atenção que são cruciais para saber gerenciar a complexidade dos fluxos informacionais atuais satisfatoriamente são quatro: participação, colaboração, filtragem e presença consciente em rede. Ao conjunto dessas habilidades cognitivas da atenção, Rheingold (2009^a) chama “*mindful infotention*”: a combinação entre a mestria da técnica de saber avaliar e organizar diversos canais de informação e o estado consciente de uma “presença mental continuamente alerta” aos movimentos da rede. Ele afirma que no Twitter a infoatenção é híbrida. (Santaella; Lemos apud Rheingold, 2010, p. 85).

Essas habilidades são necessárias por conta do caráter *always on* e da ubiquidade das redes sociais 3.0. As autoras alertam que esta disponibilidade constante e cotidiana para as redes sociais pode ser prejudicial, visto que as demandas *online* de atenção, dispersão e o volume de

informações podem afetar a vida fora das telas. Portanto, precisaríamos criar habilidades cognitivas para saber lidar com os entrelaçamentos de fluxos informacionais sem ser desorientados por estes (Santaella; Lemos, 2010, p. 86).

As redes sociais 3.0 redimensionaram não somente o tempo, mas também o espaço, e proporcionaram uma transição do paradigma inicial da revolução tecnológica: do relacionamento humano com as máquinas e códigos, para uma era aonde o foco são as relações com os fluxos, interações humanas e seus laços sociais, culturais e afetivos. Uma era da experiência direta da sociabilidade em rede mediada por computador (Santaella; Lemos, p. 90). Então, o que diferencia o Twitter das outras redes é sua qualidade de ter uma “tônica baseada na penetração individual em fluxos de ideias, ou seja, em fluxos coletivos e abertos de ideias compartilhadas em tempo real, que estão em movimento contínuo. Essa penetração gera conversações que, por sua vez, geram laços sociais.” (Santaella; Lemos, p. 90).

O Twitter é uma RSI que muda ao longo do tempo porque as dinâmicas informacionais globais, os contextos sociopolíticos, os algoritmos e a própria dinâmica interna da empresa se transformam. Mas também, principalmente, porque os usuários, comunidades e seus fluxos de informação se adaptam constantemente, pois a rede é um “ecossistema flexível” (Ibid.) que provavelmente somente as máquinas conseguiriam interpretar devidamente tamanho volume de informações. O Twitter é um objeto de estudos complexo “dentro do qual a inteligência coletiva é um misto de criatividade e comunicação humanas e de adaptação, processamento e análise computacional simultâneos.” (Santaella; Lemos, p. 90). E este estudo tem como finalidade ser um ensaio deste fenômeno da nossa era.

CONCLUSÕES?

Falar sobre performances no Twitter é complexo, pois é necessário articular inúmeras informações, referências e recortes para poder elaborar um esboço mínimo sobre o tema. Digo esboço porque, como qualquer outro tema, é um campo muito amplo, que pode ser investigado de inúmeras formas. Mas, principalmente, porque falar sobre fenômenos dos quais participamos diretamente, e que são muito recentes na história da humanidade, e ainda por cima que estão se desenrolando vorazmente na nossa frente é ainda mais delicado.

Poderíamos ter incluído diversas outras teorias e conceitos aqui neste trabalho, como a *teoria ator-rede* (TAR), ou os *sistemas adaptativos complexos*, e ter reunido uma infinidade de outras referências sobre a rede social. Essa era a pretensão inicial. No entanto, o tempo curto e a própria dinâmica desta etapa da vida acadêmica talvez não sejam as circunstâncias mais adequadas para realizar tarefas tão grandes e complexas. Por isso, é ousado afirmar que chegamos a conclusões. Podemos dizer que elaboramos alguns indícios e levantamos dados que podem ser, inclusive, ponto de partida para um prosseguimento desta pesquisa. Só o tempo dirá.

O Twitter e a teoria da performance (ou deveríamos dizer as teorias performances?!), são, por si só, objetos de estudos por demais vastos. Reuni-los aqui poderia parecer, a princípio, uma colisão de universos, no entanto, já existem diversos trabalhos que os correlacionam. Este trabalho, desde o início, foi pautado pela interdisciplinaridade, e como vimos, uma das principais referências para construção do texto é a obra de Renata Lemos e Lucia Santaella sobre o Twitter, que embora seja de mais de uma década atrás, ainda é atualíssima e essencial para nos introduzir nas dinâmicas comunicacionais e socioculturais desta rede social tão peculiar.

O próprio decorrer da pesquisa também exigiu recalculer a rota, conter as expectativas e pretensões para que o trabalho não soasse tão prolixo ou mesmo fosse um compilado das informações colhidas nas fontes. Tentamos aqui utilizar o máximo possível de conhecimento de causa, fazendo uma espécie de *etnografia digital*, ou uma *ciberantropologia*, pois: “A observação direta e participativa dentro da comunidade permite ao etnógrafo desenvolver uma percepção acurada e extremamente sensível às variações comportamentais nas relações entre os membros de comunidades digitais.” (Lemos; Santaella, 2010, p. 104).

Somos a primeira geração que fez parte do fenômeno das Redes Sociais da Internet. Vivenciamos transformações socioeconômicas e tecnológicas que mudaram completamente nossos comportamentos. Experimentamos turbulências políticas que tumultuaram o país. Passamos por uma pandemia. E vivemos hoje em uma era de ultra informação aonde a cultura

se tornou extremamente midiaticizada, espetacularizada e performativa. Tudo isto alterou significativamente nossos comportamentos sociais e ainda estamos apenas no início de compreender como essas transformações impactam a nossa existência. Para isso podem ser úteis as teorias da performance.

Existem algumas propostas para regulação das redes sociais no Brasil, pois observamos nos últimos anos os diversos riscos das *Big Techs* – gigantescos conglomerados de tecnologia informacional que dominam a Internet – em suas relações insidiosas com a política global. Essas companhias detêm dados de bilhões de pessoas ao redor do planeta, em tempo real, e pouco sabemos sobre as suas dinâmicas internas de armazenamento e processamento de dados, assim como a utilização dos seus *algoritmos*. Estaríamos vivendo na era do totalitarismo neoliberal informacional? Talvez.

O uso de telas e outros dispositivos tecnológicos também tem sido amplamente debatido em diversos países, pois já se sabe que a socialização neste ecossistema hiper midiaticizado pode prejudicar o desenvolvimento cerebral e motor de crianças e jovens, além de piorar quadros de ansiedade e depressão. Neste curso de licenciatura, que nos prepara para a realidade da educação brasileira, essa é uma discussão imprescindível, e devemos nos adiantar em criar estratégias de ação para lidar com este presente que anuncia um futuro que parece avassalador.

No apagar das luzes deste trabalho, surgiram diversas notícias falando sobre o embate entre Elon Musk e o ministro do Supremo Tribunal Federal, Alexandre de Moraes. Musk liberou documentos secretos do Twitter, chamados “Twitter files Brazil”, para o jornalista Michael Shellenberger, que alegou na própria rede social de Musk que “o Brasil está envolvido em uma ampla repressão à liberdade de expressão liderada por Alexandre de Moraes.”.

O jornalista, e Elon Musk, alegam que Moraes estaria tentando minar a democracia no Brasil, pois exigiu que o Twitter liberasse dados privados da rede sobre usuários que teriam usado termos dos quais não gostou, e que o ministro teria tentado impedir a vitória de Jair Bolsonaro nas eleições de 2022. Elon Musk é conhecido por ser um dos representantes da extrema direita mundial, e é notório apoiador de Donald Trump.

Alexandre de Moraes é atualmente presidente do Tribunal Superior Eleitoral, e firmou parcerias com a Polícia Federal e a Advocacia-Geral da União para criação de um órgão de enfrentamento às notícias falsas na eleição de 2024, denominado Centro Integrado de Enfrentamento à Desinformação e a Defesa da Democracia (CIEDDE). Segundo o ministro, a desinformação é “um mal do século XXI”, e ressaltou a importância de proteger o voto dos eleitores (disponível em: <https://www.brasil247.com/midia/elon-musk-declara-guerra-a->

[alexandre-de-moraes-e-vaza-documentos-sobre-suposto-ataque-a-liberdade-de-expressao-no-brasil](#)).

Tentamos, na medida do possível, abranger e inter-relacionar aqui os tópicos e teorias pertinentes para construção deste trabalho. Podemos concluir afirmando que o Teatro e as teorias da performance são de grande importância para compreensão do mundo que vivemos hoje. Mais do que nunca, estamos cercados por imitações, representações e autorrepresentações. As novas mídias, a Internet e as RSIs articulam entre si universos que estão cada vez mais entrelaçados e que, provavelmente, farão parte do resto das nossas vidas, em um mundo no qual o capitalismo está em franca decadência, existem guerras por todos os lados, e a economia global passa por uma mudança de paradigma.

Nesta época, aonde o individualismo é a tônica das relações, curiosamente vivemos mais conectados em redes, interagindo em diversos níveis e encurtando vertiginosamente as distâncias entre os países. O ‘eu’ na contemporaneidade toma formas multifacetadas nunca vistas na história humana, pois observamos atualmente a autorrepresentação em escala global. Os desafios do século XXI são inúmeros. Mas ao mesmo tempo em que o cenário geral aparenta ser mais sombrio e complexo, a criatividade ainda parece ser nossa maior aliada. Talvez seja esse o legado do Twitter.

EPÍLOGO

Como mencionamos acima, houve um embate entre a Justiça Brasileira e o Twitter, ou melhor, Elon Musk. Este se recusou diversas vezes a bloquear perfis de pessoas que estavam sendo investigadas nos inquéritos sobre milícias digitais e práticas antidemocráticas. Em 8 de janeiro de 2023, pessoas autodenominadas patriotas e apoiadoras do ex-presidente Jair Bolsonaro, invadiram e vandalizaram os prédios do Congresso Nacional, Palácio do Planalto e o Supremo Tribunal Federal.

Após a derrota de Bolsonaro nas eleições de 2022, seus apoiadores começaram a organizar uma série de atos no país, desde o bloqueio de estradas até a ocupação em frente a diversos quartéis das Forças Armadas. Eles não aceitaram o resultado das eleições e reivindicavam ‘intervenção militar’, assim como o impedimento da posse do presidente eleito, Luís Inácio Lula da Silva.

Estes grupos utilizavam a internet para se organizar, principalmente redes como o WhatsApp, Telegram e o Twitter. Hoje sabemos que estes métodos foram utilizados desde as eleições em 2018, motivados também por agentes internacionais ligados ao espectro político da direita, como Donald Trump; assim como atos semelhantes que ocorreram no E.U.A em 2022, quando apoiadores de Trump também invadiram e vandalizaram o Congresso norte americano.

Elon Musk acusou publicamente o Ministro do STF, Alexandre de Moraes, de censura, e alegou que as pessoas tinham direito de exercer sua liberdade de expressão. Este conflito se arrastou até o dia 17 de agosto de 2024, quando Musk decidiu fechar o escritório do Twitter no Brasil e ficar sem um representante legal no país. Em 28 de agosto, o Ministro deu um ultimato de 24 horas para a rede social indicar um representante legal, sob pena de suspensão de rede em todo território nacional. Um fato curioso é que o mandado de intimação foi publicado pela conta oficial do STF no próprio Twitter (imagem abaixo). O Twitter não cumpriu as ordens mais uma vez.

No dia 30 de agosto, o Ministro emitiu uma ordem de suspensão da rede social. Também determinou uma multa para quem tentasse acessar a rede via VPN (Virtual Private Network), um subterfúgio tecnológico de redes privadas. Gradualmente, até o dia 04 de setembro, a rede saiu do ar no Brasil.

Depois de toda essa confusão, o Twitter cumpriu as ordens judiciais, pagou uma multa no valor de R\$ 28 milhões de reais e suspendeu as contas vinculadas aos atos antidemocráticos, fake news e milícias digitais. No dia 09 de outubro a rede social foi reestabelecida no país, após

quase 40 dias de suspensão. Tudo isto aconteceu após a conclusão da escrita desse trabalho e não poderia ficar de fora.

Figura 21 – Mandado de intimação do STF publicado no Twitter.

Global Government Affairs @GlobalAffairs · 17 de ago

Last night, Alexandre de Moraes threatened our legal representative in Brazil with arrest if we do not comply with his censorship orders. He did so in a secret order, which we share here to expose his actions.

Despite our numerous appeals to the Supreme Court not being heard, <pic.x.com/Fm2ovyydhE>
Mostrar mais

9 mil 40 mil 124 mil 86 mi

STF @STFoficial

@GlobalAffairs @elonmusk **Mandado de intimação**

PETIÇÃO 12.404 DISTRITO FEDERAL

RELATOR	: MIN. ALEXANDRE DE MORAES
REQTE.(S)	: SOB SIGILO
ADV.(A/S)	: SOB SIGILO
REQDO.(A/S)	: SOB SIGILO
ADV.(A/S)	: SOB SIGILO

Brasília, 28 de agosto de 2024.

MANDADO DE INTIMAÇÃO

O Ministro ALEXANDRE DE MORAES, Relator, nos termos da decisão proferida nos autos em epígrafe,

MANDA

a Secretaria Judiciária deste SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL proceder à **INTIMAÇÃO** por meios eletrônicos de **ELON MUSK**, da decisão proferida nos autos em epígrafe em 18/8/2024, que determinou a indicação, em 24 (vinte e quatro) horas, do nome e qualificação do novo representante legal da X BRASIL em território nacional, devidamente comprovados junto a JUCESP, sob pena de **IMEDIATA SUSPENSÃO DAS ATIVIDADES DA REDE SOCIAL "X"** (antigo Twitter) até que as ordens judiciais sejam efetivamente cumpridas e as multas diárias quitadas, nos termos do artigo 12, inciso III, da Lei nº. 12.965/14.

Cumprida a medida ora determinada, deverá a Secretaria comunicar imediatamente a este Relator.

DADO E PASSADO na Secretaria do SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, na data da assinatura eletrônica.

Ministro **ALEXANDRE DE MORAES**
Relator

Fonte: Twitter.

REFERÊNCIAS

- CARLSON, Marvin. **Performance, uma introdução crítica**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- ELON MUSK declara guerra a Alexandre de Moraes e vaza documentos sobre suposto ataque à liberdade de expressão no Brasil. **Brasil 247**. 3 de abril de 2024. Disponível em: <https://www.brasil247.com/midia/elon-musk-declara-guerra-a-alexandre-de-moraes-e-vaza-documentos-sobre-suposto-ataque-a-liberdade-de-expressao-no-brasil>. Acesso em: 05 de abril de 2024.
- KEMP, Simon. Digital 2023: Global Overview Report. **Data Reportal**, 26 de janeiro de 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2024.
- KEMP, Simon. Digital 2023: Brazil. **Data Reportal**, 12 de fevereiro de 2023, disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2024.
- KEMP, Simon. What's really going on with Twitter? **Data Reportal**. 27 de abril de 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-the-state-of-twitter-in-april-2023>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2024.
- LEITE, Janaína Fontes. **Autoescrituras performativas: do diário à cena**. As teorias do autobiográfico como suporte para a reflexão sobre a cena contemporânea. 2014. 119 p. Dissertação (Mestrado em Artes Cênicas) – Escola de Comunicações e Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.
- LINS, Bernardo Felipe Estellita. A Evolução da Internet: uma perspectiva histórica. **Cadernos ASLEGIS**. Brasília, DF, nº 48, p. 12-45, Janeiro/Abril, 2013.
- MEME. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Meme>. Acesso em 13 de março de 2024.
- PALHARES, Carlos Vinícius Teixeira. A mimese na poética de Aristóteles. **Cadernos CESPUC**. Belo Horizonte, MG, nº 22, p. 15-19, 2013.
- SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. 1ª ed. São Paulo: Paulus, 2010. - Coleção Comunicação. 137 p.
- SANTANA, Camila Lima; COUTO, Edvaldo Souza. A publicização da vida privada no Twitter. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**. Salvador, Bahia, v. 14, nº 1, p. 31-39, Janeiro/Abril, 2012.
- SCHECHNER, Richard. **Performances studies: an introduction**. 3ª ed. New York: Routledge, 2013. 344 p.
- TWITTER. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Acesso em 13 de março de 2024.