UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

INSTITUTO DE CULTURA E ARTE

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

HAYANNE NARLLA NEVES

FORTALEZA CONECTADA:

A relação entre Cidade, Trânsito e Internet a partir do perfil do Twitter @LeiSecaFortal

FORTALEZA

2013

HAYANNE NARLLA NEVES

FORTALEZA CONECTADA:

A relação entre Cidade, Trânsito e Internet a partir do perfil do twitter @LeiSecaFortal

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida Marques.

FORTALEZA

2013

HAYANNE NARLLA NEVES

FORTALEZA CONECTADA:
A relação entre Cidade, Trânsito e Internet a partir do perfil do twitter @LeiSecaFortal

Esta monografia foi submetida ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

Aprovada em: ___/___/___

Banca Examinadora

_____
Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida Marques (Orientador)
Universidade Federal do Ceará

_____
Prof. Dr. José Riverson Araújo Cysne Rios (Membro)
Universidade Federal do Ceará

_____
Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas (Membro)
Universidade Federal do Ceará

FORTALEZA

2013

DEDICATÓRIA

A Deus.

Aos meus pais, Lúcia e Raimundo, que tanto confiaram e mim.

Ao meu irmão, Bruno, que sempre me auxiliou nessa jornada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço de forma especial a Deus, que consolidou minha fé católica. Sem os ensinamentos cristãos e a fé que alimentei, tenho a certeza de que não encontraria meu caminho certo.

Reconheço que sozinha não conseguiria vencer etapas tão essenciais da minha vida e, por isso, agradeço aos meus pais, Lúcia e Raimundo Neves, que me apoiaram desde criança. Agradeço por me educarem, salientando sempre que com os estudos eu alcançaria meus objetivos. Devo a minha inteira formação acadêmica a eles.

Ao meu irmão, Bruno Neves, que esteve presente na minha vida em todos os momentos. A ele recorri para sanar dúvidas e desabafar sobre as dificuldades que enfrentava. Agradeço principalmente pela paciência e pelo exemplo de vida que, por tantas vezes, me estimulou a buscar o que eu desejava de forma legítima.

Aos meus amigos mais próximos, que me apoiaram e me incentivaram. Sempre com palavras positivas, foram eles que, muitas vezes, serviram de apoio nos momentos difíceis. Agradeço por buscarem seus objetivos, permitindo que nossas afinidades se convergissem ainda mais.

Aos professores do curso de Comunicação Social, que tive o prazer de conhecer e aprender por meio da dedicação ao ensino. Em especial ao Prof. Dr. Jamil Marques, pela excelente orientação. Além dos professores participantes da Banca examinadora Riverson Rios e Ricardo Jorge pela disponibilidade e pelas valiosas colaborações e sugestões.

Aos colegas da turma de graduação, pelas reflexões, críticas e sugestões recebidas, além da vivência acadêmica, que solidificou grandes amizades. Durante esses quatro anos, pudemos juntos amadurecer enquanto estudantes, pesquisadores e profissionais.

RESUMO

A pesquisa apresenta uma investigação acerca da influência da internet na relação estabelecida entre o indivíduo e a cidade. O objetivo é analisar de que maneira as chamadas "redes sociais digitais" (especificamente o Twitter) se relacionam com os dispositivos de comunicação móvel (telefones celulares, por exemplo), ao mesmo tempo em que contribuem para alterar a relação de seus usuários com a cidade. O caso estudado é o perfil @LeiSecaFortal, do Twitter, que possui em torno de 37 mil seguidores (dados relativos a Janeiro de 2013). O @LeiSecaFortal informa a seus seguidores sobre o estado do trânsito em Fortaleza, tendo como fonte principal as contribuições de diversos usuários espalhados em diferentes pontos da cidade. O perfil possui um gerenciador que filtra as mensagens enviadas pelos seguidores ou por aqueles que interagem com ele, replicando as que julga de maior interesse e repercussão para o público. Com o recorte temporal de uma mesma semana (entre os dias 10 e 16) de quatro meses (Maio, Julho, Setembro e Novembro), realizou-se uma categorização do conteúdo publicado no referido perfil; em seguida, propôs-se uma classificação das mensagens postadas em seis categorias: 1) *Blitz/Multas*; 2) *Acidentes/Colisões*; 3) *Infraestrutura*; 4) *Comportamento*; 5) *Tráfego*; 6) *Outros*. Através da análise das mensagens, verificou-se que aquelas concernentes ao Tráfego são as que aparecem em maior número. Também é possível constatar que a categoria Blitz/Multas tem uma menor frequência de retweets em relação à categoria *Tráfego*, o que indica que esta não é a maior preocupação dos motoristas de Fortaleza que seguem o perfil @LeiSecaFortal. Todavia, em julho, a categoria *Blitz/Multas* aparece como a mais recorrente, apontando que, no período de férias, a fiscalização é mais rígida. Foi realizada ainda uma comparação com o mesmo recorte semanal do mês de março de 2011. A partir disso, verificou-se que em 2011 havia mais postagens do que em 2012, além da categoria sobre Tráfego ser a mais recorrente. Também verificou-se que, em 2011, havia mais problemas referentes à infraestrutura, o que não ocorreu em 2012. Além disso, a categoria *Comportamento*, em ambos anos, foi a menos recorrente, mostrando que os motoristas de Fortaleza não estão interessados em saber sobre o comportamento dos outros ou se o gerenciador do perfil filtra mais constantemente esse tipo de postagem. Considera-se que a análise ajuda a compreender a transformação das relações entre os usuários da internet e o cotidiano da cidade, mais especificamente na mobilidade de Fortaleza. Pontua-se, ainda, que o perfil gera estatísticas sobre o trânsito local, indicando vias e horários em que há maior fluxo de veículos, assim como problemas de infraestrutura na cidade.

PALAVRAS-CHAVES: Internet. Twitter. Redes Sociais. Cidade. Mobilidade.

ABSTRACT

The research presents an investigation about the influence of the Internet on the relationship between man and the city. It aims to analyze how the so called "social networks" are related to mobile communication devices (cell phones, for example) while contributing to change the ratio of its users with the city. The aim is to understand how Twitter influences urban mobility in Fortaleza. The case studied is the profile @LeiSecaFortal, in Twitter, which has around 37,000 followers (as of January 2013). The @LeiSecaFortal informs his followers about the state of transit in Fortaleza, whose source contributions of various users scattered throughout differents points of city. The profile has a manager that filters messages sent by followers, replicating the greatest interest and impact to the public. With the period analized of one week (between days 10 and 16) four months (May, July, September and November), at an interval of one month for each, the content published on the profile discussed passed by a categorization, then postings were divided into six categories: 1) Blitz / Fines, 2) Accidents / Collisions, 3) Infrastructure, 4) Behavior; 5) Traffic; 6) Other. By analyzing the messages, it was found that those concerning traffic are those that appear in larger numbers. Can also see that the category Blitz / Fines have a lower frequency of retweets than the category Traffic, which indicates that this is not the biggest concern for drivers of Fortaleza that follow the profile @ LeiSecaFortal. But in July, the category of Blitz / Fines appears as the most recurrent, pointing out that, in the holiday period, the oversight is more rigid. We also performed a comparison with the same weekly clipping of March 2011. From this, it was found that in 2011 there were more posts than in 2012, and also the category of traffic to be the most applicant. Also it was found that in 2011 there were more problems related to infrastructure, which did not occur in 2012. Moreover, the category of behavior, in both years, was the least appellant, showing that drivers of Fortaleza are not interested in knowing about the behavior of others or the manager filters more often this kind of posting. It is considered that the analysis helps to understand the transformation of relations between Internet users and daily life of the city, specifically in mobility of Fortaleza. It's also observed that the profile generates statistics about the local traffic, pointing routes and times when there is greater flow of vehicles and infrastructure problems in the city.

KEYWORDS: Internet. Twitter. Social Networks. City. Mobility.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

IMAGEM 1 – Print Screen do Twitter do @LeiSecaFortal 45
IMAGEM 2 – Print Screen do Facebook do @LeiSecaFortal 46
IMAGEM 3 – Print Screen do site do @LeiSecaFortal 47
GRÁFICO 1 – Frequência das postagens durante os meses selecionados 69

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Ranking nacional dos perfis Lei Seca coletados 43
TABELA 2 – Coleta do ano de 2012 55
TABELA 3 – Coleta do ano de 2011 55
TABELA 4 – Categorização de quinta-feira de maio de 2012 57
TABELA 5 – Categorização de sexta-feira de maio de 2012 57
TABELA 6 – Categorização de sábado de maio de 2012 58
TABELA 7 – Categorização de domingo de maio de 2012 58
TABELA 8 – Categorização de segunda-feira de maio de 2012 58
TABELA 9 – Categorização de terça-feira de maio de 2012 59
TABELA 10 – Categorização de quarta-feira de maio de 2012 59
TABELA 11 – Categorização de terça-feira de julho de 2012 60
TABELA 12 – Categorização de quarta-feira de julho de 2012 60
TABELA 13 – Categorização de quinta-feira de julho de 2012 60
TABELA 14 – Categorização de sexta-feira de julho de 2012 61
TABELA 15 – Categorização de sábado de julho de 2012 61
TABELA 16 – Categorização de domingo de julho de 2012 61
TABELA 17 – Categorização de segunda-feira de julho de 2012 62
TABELA 18 – Categorização de segunda-feira de setembro de 2012 63
TABELA 19 – Categorização de terça-feira de setembro de 2012 63
TABELA 20 – Categorização de quarta-feira de setembro de 2012 63
TABELA 21 – Categorização de quinta-feira de setembro de 2012 64
TABELA 22 – Categorização de sexta-feira de setembro de 2012 64
TABELA 23 – Categorização de sábado de setembro de 2012 64
TABELA 24 – Categorização de domingo de setembro de 2012 65
TABELA 25 – Categorização de sábado de novembro de 2012 66
TABELA 26 – Categorização de domingo de novembro de 2012 66
TABELA 27 – Categorização de segunda-feira de novembro de 2012 66
TABELA 28 – Categorização de terça-feira de novembro de 2012 67
TABELA 29 – Categorização de quarta-feira de novembro de 2012 67
TABELA 30 – Categorização de quinta-feira de novembro de 2012 67

TABELA 31 – Categorização de sexta-feira de novembro de 2012 68
TABELA 32 – Total por categoria do ano de 2012 70
TABELA 33 – Categorização de quinta-feira de março de 2011..... 70
TABELA 34 – Categorização de sexta-feira de março de 2011 71
TABELA 35 – Categorização de sábado de março de 2011 71
TABELA 36 – Categorização de domingo de março de 2011 71
TABELA 37 – Categorização de segunda-feira de março de 2011 72
TABELA 38 – Categorização de terça-feira de março de 2011..... 72
TABELA 39 – Categorização de quarta-feira de março de 2011..... 72

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 11

1 ASPECTOS GERAIS DA CIBERCULTURA 13
1.1 Diferenças entre *mass media* e internet 16
1.2 O conceito de ciberespaço 20
1.3 A internet gera uma nova cultura? 25

2 ANÁLISE SOBRE REDES SOCIAIS E MOBILIDADE 29
2.1 A formação das redes a partir de novos tipos de relações 30
2.2 A dinâmica das interações no ambiente virtual 32
2.3 Mobilidade como condicionador e potencializador de relações na internet 34
2.4 Twitter: espaço de interação e colaboração 38

3 ESTUDO DE CASO SOBRE O PERFIL @LEISECAFORTAL NO TWITTER 42
3.1 Material e metodologia da pesquisa 47
3.2 História e entrevista com o antigo e com o atual gerenciador 50
3.3 Categorização do *corpus* empírico 54
3.4 Aplicação e contabilização 57
3.4.1 Maio 2012 57
3.4.2 Julho 2012 60
3.4.3 Setembro 2012 62
3.4.4 Novembro 2012 65
3.4.5 Reflexão sobre a coleta de 2012 68
3.4.6 Coleta do mês de março de 2011 70
3.5 Análise de comparação do material e conclusão 73

CONSIDERAÇÕES FINAIS 77
REFERÊNCIAS 81

INTRODUÇÃO

Inserido no campo da Comunicação, o trabalho propõe a possibilidade de contribuir de maneira original com os estudos na área de Cibercultura, na medida em que examina as novas formas de sociabilidade promovidas pelos *media* digitais e que toma como objeto de estudo um caso pouco estudado até o momento.

Durante muito tempo, a interface entre internet e sociabilidade esteve presa aos estudos sobre conversações em salas de bate-papo ou em blogs. Mas a mobilidade e a ubiquidade da conexão sem fio trazem novas provocações aos pesquisadores. Dessa forma, analisa-se a relação entre as tecnologias de comunicação, informação e a cultura com o ser humano, mais precisamente no comportamento do homem.

As novas relações que emergem dão visibilidade às redes sociais criadas no ambiente digital. É com o aparecimento dessa nova ferramenta que as relações humanas em comunidades virtuais se constroem, potencializando-se a partir das afinidades. Logo, as relações que estavam delimitadas pelo ciberespaço migram para tal espaço, modificando os laços entre internautas e a cidade.

Fortaleza é uma cidade em constante crescimento ao longo das últimas décadas. A infraestrutura não foi a única questão modificada: os hábitos, as pessoas e as tecnologias também mudaram dentro dos limites do município. Com o aparecimento de novas tecnologias adicionado com a grande repercussão das redes sociais entres os cidadãos que vivem em Fortaleza, atrelados à dificuldade de locomoção de veículos na cidade, com cada vez mais motoristas e carros, surgiram perfis temáticos que tratam do trânsito local.

É de acordo com esse contexto, que o objetivo geral deste trabalho é analisar de que forma a mobilidade permitida pelo Twitter provoca modificações no cotidiano dos usuários no que se refere à sua relação com a cidade. Para isso, foi escolhido como objeto de análise o perfil mais popular que trata diretamente do trânsito de Fortaleza: o @LeiSecaFortal. O perfil faz parte de uma tendência envolvendo capitais de outros estados, tendo início no Rio de Janeiro (RJ).

A partir da escolha do objeto de estudo, foram coletadas as postagens do perfil, separando-as em categorias. Após a categorização, identificou-se qual assunto de 2012 é mais recorrente entre os usuários, obtendo-se uma estatística sobre o trânsito local durante o ano. Além disso, realizou-se uma breve comparação ao ano de 2011, com a finalidade de descobrir

semelhanças e diferenças por causa do período e da mudança de gerenciadores do @LeiSecaFortal. Em 2011, Lenine Nóbrega estava administrando o perfil e, em 2012, Gigliani Maia tornou-se o gerenciador, o que acarretou transformações no perfil do conteúdo distribuído aos seguidores da iniciativa, conforme será demonstrado.

A pesquisa é importante para identificar as características da relação dos seguidores do perfil com o trânsito local. É a partir dessa identificação que os problemas relacionados a tal assunto na cidade se tornam visíveis não só para os usuários, mas para o poder público. A estatística proporcionada pelo @LeiSecaFortal pontua locais e vias de Fortaleza é quem necessitam de melhorias. Além disso, o perfil age como uma forma de protesto e desabafo dos motoristas fortalezenses.

Foram elaborados três capítulos, abordando a temática. No primeiro abordou-se o assunto sobre Cibercultura, dando ênfase no conceito de ciberespaço. Ainda contextualiza o surgimento da internet e algumas características como a interação e a colaboração. Já no segundo capítulo foram abordados dois assuntos em específico: redes sociais e mobilidades.

O terceiro capítulo trata mais especificamente do objeto de estudo: perfil @LeiSecaFortal no Twitter. É apresentado um panorama geral sobre o assunto, demonstrando a importância da escolha do objeto. Além disso, a metodologia da pesquisa também é descrita nesse capítulo. Ao final, há a coleta de dados juntamente com os resultados, ilustrados por tabelas e um gráfico, com uma comparação do corpus empírico e a conclusão dos resultados.

1 ASPECTOS GERAIS DA CIBERCULTURA

"Durante entrevista nos anos 50, Albert Einstein declarou que três grandes bombas haviam explodido durante o século XX: a bomba geográfica, a bomba atômica e a bomba da telecomunicação" (Pierre Lévy, 2010, p. 13)

O surgimento e o aperfeiçoamento da comunicação influenciam diretamente na rotina das pessoas. As mudanças nas relações interpessoais, ou seja, de pessoa para/com pessoa, assim como de pessoas com máquinas, principalmente aparelhos tecnológicos, vão se aprimorando e criando novos roteiros. Antes, o que só poderia ser realizado através de telégrafos ou através dos correios, hoje, pode ser realizado com apenas um clicque. Com o aparecimento de novas tecnologias, como *Ipad*, *Blackberry*, dentre outros aparelhos, ficou ainda mais fácil realizar a comunicação através da internet.

A internet surge nos meados do século XX, a partir das revoluções tecnológicas. A partir de sua aparição, a forma de comunicação foi se transformando, atingindo setores como economia e política de todo o mundo. A partir da década de 1970, novas formas de sociabilidade, interação e, dessa maneira, comunicação surgiam e contribuíam para o desenvolvimento tecnológico, transformando e criando relações do homem com a máquina.

E foi a partir da década de 1990 que a internet tornou-se mais popular e inovou no quesito comunicação. São vários registros pessoais de indivíduos que consideram a internet como um meio essencial para a comunicação à distância.

> "A internet, em princípio, funciona como uma rede que permite aos seus usuários o contato e a difusão de informações sem necessariamente pedirem permissão aos grupos mediáticos já consolidados. Ela se apresenta como um espaço apto a atender demandas individuais, onde cada um busca a informação que deseja, podendo modificá-la ou adicionar suas considerações para uma posterior publicação, sem grandes dificuldades ou custos." (MARQUES, 2006, p. 166).

Para alguns autores, a internet é uma espécie de revolução, em que as pessoas, a partir dela, podem realizar ações que nunca iriam realizar caso a rede não existisse. Na verdade, para alguns autores, a internet significa uma espécie de libertação, assim como em um dilúvio

de informações (LÉVY, 2010), onde cada pessoa seleciona os dados com mais afinidade, protege-os e sai navegando em busca de outros lugares e conhecimentos.

Na revolução causada pela internet, há três níveis de ação: o internauta, o indivíduo, o cidadão (WOLTON, 2001). O mais difícil não é a informação que percorre no novo meio – a internet –, mas como se dá a comunicação dentro e fora desse meio.

A internet gerou o internauta, um ser capacitado para navegar no novo mundo (mesmo que nem todos estejam aptos ou queiram usufruir da rede). Ainda desenvolveu o indivíduo, pois com as opções que a internet proporciona, o homem iria perdendo o contato sociável, em geral, com outras pessoas, fechando-se em seu mundo. Já o cidadão, seria o detentor de poder que a internet gera para que cada pessoa se afirme como emissor de opinião e garanta o direito cívico de se expressar. É importante ressaltar que quem altera o objetivo e a forma da tecnologia – neste caso a internet – é a sociedade. Ela não se desenvolve sozinha.

É focando na afirmação como cidadão no novo espaço, que alguns autores, como Lévy (2010), Malini e Antoun (2012), consideram que a comunicação, por meio da internet, dá espaço à possibilidade de uma construção de um consciente coletivo. Dessa forma, a comunicação deixou de ser um mero condutor de informação, o meio por onde passa a mensagem, que alimenta a decisão consciente de um indivíduo (MALINI e ANTOUN, 2012). Agora, a comunicação gera um ambiente, onde pessoas e informações convivem e se transformam.

Mas a tecnologia atrelada à comunicação possui problemas e soluções. A internet não é a solução para tudo e está longe de suprir graves problemas da sociedade. Diferente da visão apaixonada de Lévy (2010), da libertação que a internet causa e mesmo com as facilidades advindas do surgimento da internet, a relação de pessoas com máquinas pode ser uma espécie de dominação e perda de valores humanos. O conhecido pensador Neil Postman, na década de 1990, já apontava os problemas da sociedade e da cultura ao se renderem à tecnologia.

Mas o receio de Postman (1994) é que existam mais otimistas que só acreditam no que a tecnologia pode fazer e são incapazes de imaginar o que elas poderão desfazer. Um exemplo que Postman cita é o de Freud, quando ele comenta sobre o caso de um amigo indo viajar de navio, e se não existisse essa tecnologia na época, o amigo não precisaria viajar e avisar que chegou bem. Há também o exemplo do filho que vai morar longe e se separa dos pais, caso não houvesse a inovação das estradas de ferro e o trem, o filho não iria morar longe. Isso significa que há um pessimismo na usabilidade das novas tecnologias, já que causa impactos nas vidas das pessoas.

É por isso que o cuidado, ao qual Postman (1994) se refere, é uma espécie de receio à usabilidade do meio, ao modo com que a sociedade vai utilizar e às consequências que, a partir desse modo, virão. Entende-se que o aviso diz respeito ao humano dominar a obra e não ao contrário. Também entende-se que toda ação e inovação traz uma consequência logo em seguida, dessa forma, a sociedade vai absorvendo e mudando.

Como abordado antes, a internet não solucionará todos os problemas da sociedade. Na verdade, ela ajuda a amenizar alguns, enquanto gera outros. Um exemplo de amenizar problema é para aqueles que namoram à distância. Nesse exemplo, a internet, por ser um meio mais barato e instantâneo, ajuda no convívio, mesmo que à distância, de um casal. Já uma problemática que surgiu com a internet foram os crimes virtuais, como vírus injetados nos computadores em que copiam senhas de bancos e até fotos íntimas, para serem usadas de maneira ilegal posteriormente.

Ao retratar a perda do contato entre familiares, Postman (1994) faz alusão à reificação das relações humanas. O homem vai deixando de ter sentimentos em relação ao o outro, principalmente, para com sua família. Dessa forma, os sentimentos vão se transformando ou mesmo que desaparecendo. Um exemplo dessa afirmação é quando um filho, ao preferir passar mais tempo conectado a rede do que conversando com os pais, perde o contato e a intimidade do relacionamento amoroso, tornando-se um desconhecido (pois não revela aspectos de sua vida) dentro da própria casa. Não é somente o valor sentimental, mas o valor natural e instintivo do ser humano. É por isso que a reificação é temida, para que o homem não se torne a própria criação, ou seja, também uma máquina.

A citação que fala sobre a entrevista de Einstein, dizendo que a telecomunicação foi uma grande bomba, exemplifica como a tecnologia acoplada à comunicação é uma grande arma. Arma no sentido de canal de informação, que atinge uma diversidade de pessoas e ultrapassa fronteiras.

> “Uma tecnologia nova não acrescenta nem subtrai coisa alguma. Ela muda tudo. No ano de 1500, cinquenta anos depois da invenção da prensa tipográfica, nós não tínhamos a velha Europa mais a imprensa. Tínhamos uma Europa diferente. Depois da televisão, os Estados Unidos não eram a América mais a televisão; esta deu um novo colorido a cada campanha política, a cada lar, a cada escola, a cada igreja, a cada indústria.” (POSTMAN, 1994, p. 6).

Postman (1994), ao realizar essa citação, conclui que, com o aparecimento de uma nova tecnologia, todos os aspectos da sociedade, como a cultura, adequam-se e transformam-se. Foi assim com a TV, por exemplo. Quando a TV surgiu, a sociedade, que não estava acostumada a observar imagens enquanto escutavam as notícias, passou a se adaptar, a se acostumar com aquele novo sistema. A partir daí, uma nova linguagem foi criada e uma nova cultura foi formada. Assim é com a internet. Com ela, uma nova cultura então surge, chamada cibercultura, que será abordada mais a frente.

1.1. DIFERENÇAS ENTRE *MASS MEDIA* E INTERNET

As mídias, como TV, rádio e jornal impresso, são meios de comunicação de massas. Com o aparecimento da internet e a possibilidade de haver várias vozes dentro do mesmo espaço, a rede é considerada como um meio mais democrático, por agregar a diversidade. A abertura de um novo espaço de comunicação pode potencializar espaços no campo econômico, político, cultural e humano (LÉVY, 2010).

É dessa forma, que a internet possibilita uma nova maneira de gerar e receber informações e, principalmente, de se comunicar. O que a diferencia dos outros meios de comunicação é a instantaneidade, uma das principais características da internet.

> "A nova dinâmica técnico-social da cibercultura instaura uma estrutura midiática ímpar na história da humanidade onde, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode, a priori, emitir e receber informação em tempo real, sob diversos formados e modulações (escrita, imagética e sonora) para qualquer lugar do planeta." (LEMOS, 2003, p. 13).

Mesmo com mais oportunidades para uma possível democratização da mídia, a internet não é uma espécie de remédio que vai curar todas as mazelas do mundo. Mais uma vez, a hipótese de que a internet não suprirá todos os problemas da sociedade aparece. Os problemas culturais e sociais persistem, pois um meio de comunicação não tem esse papel de agente transformador dos problemas sociais, mas o papel de agente que modifica as relações e até a socialização dos cidadãos.

Não há mídia totalmente democrática e universal – a mídia impressa é lida por uma minoria, o rádio e a TV não possuem toda a população como espectadores e uma boa parte da população mundial nunca utilizou um telefone, muito menos celular (LEMOS, 2003). Ainda de acordo com André Lemos, a tradição dos *mass media* formulada num período anterior à propagação da internet foi superada pelas novas ferramentas de redes, incluindo tudo aquilo que elas podem proporcionar, principalmente na questão de agregar diversos tipos de pensamento e culturas em um mesmo lugar.

Nessa questão, também se considera que a internet proporcionou meios para que a sociedade rompesse com o modelo *mass media* estabelecido. Com a abertura de um espaço dedicado à pluralidade, a população, não por completo, pode se manifestar e discutir temas muitas vezes escondidos na chamada indústria cultural. Mais uma vez, afirma-se que a sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias (CASTELLS, 2006).

Os *mass media* são um tipo de mídia universal e totalizante (LÉVY, 2010). Já a internet seria universal, mas nunca será totalizante. O conceito de universal é o de estar em qualquer lugar, quebrando as barreiras, aproximando diversos países e culturas. Isso a internet proporciona. Já o conceito de totalizante seria a divergência forçada das opiniões a uma só. A totalização é como a redução a um denominador comum, um tipo de condicionador, o qual reúne os valores e concentra em um único que quer mostrar. Uma mídia totalizante é aquela que detém o poder de condicionar a opinião do público a uma só.

Mesmo com a característica de universal, nem todos têm acesso à internet, assim como qualquer mídia. Essa questão é chamada de exclusão digital, porém não será abordada neste trabalho, apenas uma curta explanação do caso será realizada.

Sem dúvidas, a exclusão digital acontece devido à obrigação de haver equipamentos para possibilitar o acesso, como computadores, celulares etc. Tal limitação ligada aos problemas financeiros de parte da população impossibilita e, automaticamente, exclui o acesso ao mundo virtual propriamente dito, mas não às ramificações.

Mesmo com previsões do barateamento do custo da internet e o aumento do número de navegadores, a questão da democratização não é tão simples. "Cada novo sistema de comunicação fabrica seus excluídos. Não havia iletrados antes da invenção da escrita. A impressão e a televisão introduziram a divisão entre aqueles que publicam ou estão na mídia e os outros" (LÉVY, 2010, p. 245).

Mas a discussão sobre os excluídos vai além da financeira. Para estar inserido no mundo digital é necessário motivação. Há aqueles que não estão dispostos a navegar na

internet. O fato é que a internet oferece as mesmas ferramentas em qualquer lugar, todavia a forma de acesso pode ser diferenciada não somente pelas classes sociais, mas de acordo com o país, por exemplo. O Estado pode determinar quais ferramentas serão usadas; dessa forma, nem todos os internautas estarão tendo os mesmos direitos.

O perfil pessoal e social também delimita as formas de usabilidade da internet, ou seja, o acesso. Há aqueles que usam de maneira distinta as ferramentas oferecidas. Um exemplo disso é aquela pessoa que usa a internet somente em período de eleição para apoiar o candidato da família, ou seja, ela vai estar inserida de quatro em quatro anos no meio digital. Outro exemplo é um indivíduo que só acessa a página do banco, para fazer transferência de dinheiro, sem querer acessar outros sites.

Quando se fala em exclusão digital, não se está determinado que somente pessoas de baixa renda são excluídas, pois, às vezes, por meio de uma "*lan house*" elas podem ter acesso. Mas dentre os excluídos estão aqueles indivíduos que podem ter dinheiro para custear o acesso, mas não querem utilizar. Elas não possuem motivação para acessar. As razões para as desmotivações variam. Às vezes, pode ser que um senhor, já idoso, não queira se render às inovações tecnológicas ou, então, não tenha alguém para ensiná-lo.

Voltando à discussão acerca da comunicação de massa, ao falar sobre indústria cultural, a impressão é de que a internet quebrou esse paradigma. Uma das características mais marcantes desse novo meio foi o caráter de experimentação: novos formatos, novas linguagens etc. Para Silveira (2009), a internet foi crescendo e sendo moldada pelos usuários, sem estar submetida a hierarquias tradicionais das firmas. Ou seja, os internautas, a partir de seus comportamentos, foram desenvolvendo a internet, sem se preocupar com a vontade dos grandes impérios. Para ele, há uma espécie de revolução de baixo para cima.

É por isso que os novos formatos e as novas possibilidades da internet afetam a indústria cultural. "A velha indústria cultural e o conjunto das indústrias de intermediação são diretamente afetadas, embora em diferentes graus, pela expansão da comunicação distribuída e pela surpreendente criatividade tecnológica espalhada pelo planeta" (SILVEIRA, 2009, p. 104).

Mesmo com o caráter experimental, proporcionando inovações, a internet ainda conta com características tradicionais. É tanto que, na internet, há grupos considerados tradicionais na área da comunicação, como os grandes jornais e as empresas de comunicação, ditando quais as notícias mais importantes a serem acessadas. Há uma contradição instaurada dentro do ambiente tido como libertador para alguns autores.

> "O mais curioso é perceber que tais estratégias concernentes ao campo da comunicação de massa – e já em uso há algumas décadas -, têm sido, regularmente, transpostas para as plataformas de comunicação digital. De certa forma, isso implica que a euforia que marcou a fase inicial relativa aos estudos dedicados à interface entre internet e democracia vai cedendo lugar a teses menos otimistas, a defenderem que, de maneira geral, as tecnologias são empregadas, mais frequentemente, no intuito de reforçar as desigualdades encontradas no mundo pré-internet" (MARQUES, SILVA, MATOS, 2011, p. 4).

A citação acima evidencia um fato referente mais especificamente à política, porém não é só nessa vertente em que estratégias existentes no campo da comunicação de massa, afetam a internet. Mesmo assim, vale ressaltar que a rede ganhou espaço, principalmente quando se fala em política.

É importante salientar que a internet proporciona um maior leque de vozes e possibilidades. Dessa forma, a democracia se estende de maneira mais igualitária, pois um cidadão comum pode ter a mesma voz de uma pessoa que está inserida em partidos políticos, por exemplo. O sistema de comunicação digital abre uma gama de possibilidades democráticas, pois oferece um ambiente mais plural, dinâmico, com vários pontos de vista (MARQUES, 2006).

A internet, a partir da aglomeração de afinidades no mesmo ciberespaço, pode aproximar pessoas de status diferentes de uma forma mais igual socialmente, realocando-as no mesmo patamar. Um exemplo disso é que pessoas sem um nível de instrução alto, como um adulto com somente o ensino médio, podem desfrutar das mesmas ferramentas e se expor da mesma forma e em um mesmo ambiente que um magistrado, quando estiverem discutindo as leis. Vale ressaltar que a argumentação e o valor da opinião não estão sendo discutidos, mas o acesso e as ferramentas oferecidas.

Ainda em relação ao tipo de democracia oferecida pela internet, há quem tenha opinião contrária, como Pinho. O status de dominação não muda de acordo com o veículo (PINHO, 2008). A velha forma de hierarquização ainda persiste. Os mais poderosos continuam, de alguma forma, influenciando os menos privilegiados. Porém, com a internet, as estruturas, antes nunca questionadas, agora sentem uma espécie de incômodo que, de pouco a pouco, pode gerar uma grande mudança.

A internet veio ganhando espaço e o conquistando, não só em termos de disputa pelo poder, mas no quesito cidadania. Desse modo, as iniciativas realizadas por aqueles que querem ter voz, na internet, precisam ser organizadas e agregar o maior número de

interessados possíveis. Quanto maior o número de vozes com opiniões convergentes, maior a chance de reverberar na sociedade e nos grandes patamares de meios de comunicação.

1.2. O CONCEITO DE CIBERESPAÇO

Quando se fala em internet, refere-se a um espaço determinado para que as pessoas tenham acesso às ferramentas oferecidas. Esse espaço é chamado de ciberespaço, um local virtual que armazena sites, fóruns etc. A cibercultura surge e se desenvolve a partir da delimitação do ciberespaço, que significa um novo meio de comunicação, a partir da conexão de computadores e outras tecnologias digitais. "O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo" (LÉVY, 2010, p. 17).

O ciberespaço é uma espécie de corrente que vai de encontro com à comunicação padrão, antes instaurada. Essa ideia reforça a afirmação de que a internet rompe com o modelo *mass media* implantado, mesmo que ainda traga uma espécie de hierarquização.

A característica mais importante do ciberespaço é a quebra de fronteiras. Ou seja, a aproximação de pessoas de diversos países, culturas, opiniões, níveis de instrução etc. Com a quebra de fronteiras, das barreiras físicas, gera-se a possibilidade de fóruns, de diálogos, no qual qualquer ser humano pode contribuir. As pessoas podem se reunir, de forma livre, para discutir diversos assuntos, do mais fútil ao mais político e polêmico. As pessoas podem abordar diversos temas, como os relacionados à fofoca de famosos, aos direitos dos homossexuais ou à legalização do aborto. Vale ressaltar que tudo isso acontece sem nenhum tipo de repressão ou constrangimento, de maneira geral.

O ciberespaço é orientado por três princípios: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva (LÉVY, 2010). A interconexão seria a própria conexão, a junção das pessoas em um mesmo ambiente, acabando com o isolamento. Na interconexão há o conceito de universalização, a quebra de fronteiras culturais e barreiras físicas.

Já a criação de comunidades virtuais, após o processo da interconexão (em que todas as pessoas estariam em um mesmo ambiente), surge a partir de afinidades (em que são criados grupos a partir de opiniões convergentes, gostos, vontades, discussões etc). Mesmo com

afinidades e projetos mútuos, nas comunidades virtuais pode haver manipulações, assim como em outros meios de comunicação ou, até mesmo, pessoalmente.

Dessa forma, é importante que o internauta tenha tal esclarecimento. A internet atua nas relações humanas, ajuda a modificá-las, mas não as transforma totalmente. Os valores humanos, assim como os defeitos, permanecem. O que poderia ser gerado a partir de uma conversa por telefone, continua podendo ser gerado com uma conversa pela internet.

Por último, vem a inteligência coletiva. A inteligência coletiva seria um produto das discussões e dos projetos estabelecidos em uma comunidade virtual. Os debates estabelecidos sobre temas de afinidades geram um produto de opinião convergente. A partir daí, a comunidade virtual poderá ou não levar o tal produto para outra comunidade, com a finalidade de também debater.

Os três princípios são condicionantes. Não existe inteligência coletiva sem uma comunidade virtual, que não poderia ser gerada sem a interconexão. Dessa forma, a interconexão condicionaria a comunidade virtual, considerada uma forma de inteligência coletiva em potencial (LÉVY, 2010).

É por isso que a totalização, como citado anteriormente, não faz parte das características do ciberespaço. Pois não há somente uma opinião ou um grupo em que prevaleça, mas há várias comunidades virtuais que geram uma inteligência coletiva pontual e que podem discutir com outras. O fato de manipular continua existindo, assim como em outros meios. A diferença do ciberespaço é a facilidade de criar tais comunidades, ou seja, a pluralidade que existe no espaço é o maior diferencial de outras mídias.

Após o aparecimento de novas tecnologias, influenciando na comunicação, a palavra cibercultura surge para definir melhor a chamada sociedade de informação na era digital. Pinho (2008) considera um crescimento muito acelerado das tecnologias de informação e comunicação, impedindo uma análise mais minuciosa sobre o caso, por causa da crescente obsolescência existente. Mesmo assim, há o desenvolvimento de uma nova sociedade, marcada por uma mudança social, além de ambiguidade e indefinições (PINHO, 2008).

Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes e de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 2010). O convívio, mesmo que virtual, a troca de experiências e informações dentro da internet possibilita a geração de novos costumes e trejeitos, potencializando o diálogo e o entendimento de pessoas de diversas culturas. É como se dentro do ciberespaço fosse gerada uma outra cultura.

Após a delimitação do ciberespaço, a cultura gerada dentro dessa rede é a cibercultura. Em relação à definição de cibercultura, André Lemos (2003) afirma que a própria definição já é o primeiro problema que se apresenta.

> "O termo está recheado de sentidos, mas podemos compreender a cibercultura como a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70." (LEMOS, 2003, p. 11)

A cultura que vivenciamos hoje, atrelada a redes de computadores e outras tecnologias, denomina-se cibercultura. O fato de podermos conversar com pessoas a distância via *Skype*, fazer compras pela internet, pagar a conta de energia no caixa eletrônico, fazer um download de um seriado para assistir, isso tudo, faz parte da cultura da internet: a cibercultura.

O que já se é vivenciado é o que forma essa nova cultura. Vale ressaltar que não foi a internet a responsável pela criação da nova cultura, mas a proporcionou e a potencializou. A partir do momento em que mudamos nossos costumes e nos adaptamos às novas formas de socialização, novas relações são geradas. Como abordado anteriormente, as relações de pessoas com pessoas mudam, mas a de pessoas com máquinas também podem mudar.

Dessa forma, pode-se concluir que atualmente a população é mais dependente de máquinas (utensílios tecnológicos) do que há dez ou 20 anos. Isso quer dizer que a sociedade está de certa forma mais acostumada a se apropriar de novas tecnologias, ou seja, quando um novo aparelho surge, as pessoas, atualmente, estão mais acostumadas em explorá-lo. Na verdade, a sociedade chega a "esperar" os lançamentos de produtos para consumi-los em pouco tempo, já que em menos de um ano, outro lançamento é realizado. A sociedade está acostumada a consumir mais produtos tecnológicos e considerá-los obsoletos mais rapidamente. Mas essa é outra questão que não será discutida neste trabalho.

Com o surgimento dessa nova cultura, Pierre Lévy (2010) explica que há críticas, e até sentimentos de desprezo, a essa nova forma de comunicação. Ele dá o exemplo do cinema que, quando surgiu, foi desprezado pela maioria dos intelectuais, mas, hoje, é reconhecido como uma arte completa.

A partir desse caso, pode-se concluir que o fenômeno que aconteceu com o cinema seja semelhante ao qu, acontece com a cibercultura, mais especificamente com o

webjornalismo. A discussão existente é se o jornalismo na internet pode ser considerado um jornalismo de verdade e de credibilidade, tal qual o jornalismo produzido para o jornal impresso, por exemplo. Mas essa é uma discussão que não será prolongada, apenas serviu como exemplo.

Além disso, toda mídia altera a nossa relação espaço-temporal (LEMOS, 2003). Na cibercultura, a noção de espaço-tempo é imediata. A partir do envio de uma mensagem, como o email, via internet, o destinatário receberá instantaneamente o item enviado. A noção do tempo se torna a de agora. Além disso, a ideia que envolve o tempo reflete no espaço. Com a noção de tempo imediata, a noção do espaço físico é desestruturada. Na verdade, aparenta que o real espaço físico não importa, já que o ciberespaço contribui para a noção de tempo imediato.

Dessa forma, o comportamento da população também vai se modificando. Com essa noção de emissão e resposta imediata, as pessoas vão absorvendo para cada realidade. Após o agregar do valor do instantâneo, ninguém quer perder tempo, por isso realizam várias atividades em pouco tempo ou ao mesmo tempo. A cobrança por agilidade de empresas também é maior.

Um exemplo do cotidiano é que a espera em uma simples fila do caixa pode já causar angústia em muita gente, fazendo com que não queiram passar por isso, por não ser imediato. É por isso que as lojas virtuais também conquistam consumidores, pelo fato de não precisar se deslocar, evitando a demora no trânsito, e a espera em uma fila para pagar. Algumas lojas até apostam em suas propagandas essa ideia de que a rapidez é mais importante até do que o ato de experimentar um tênis e ver se ficou bom, por exemplo.

Além disso, a cultura gerada por esse novo momento é diferenciada pelo grande nível de interação. Para algumas pessoas, os costumes gerados a partir do mundo digital é uma ameaça às pesquisas e aos intelectuais. “A cibercultura reúne de forma caótica todas as heresias. Mistura os cidadãos com os bárbaros, os pretensos ignorantes e os sábios. Contrariamente às separações do universal clássico, suas fronteiras são imprecisas, móveis e provisórias” (LÉVY, 2010, p. 246).

Algumas pessoas passam até a depender das funções da internet. Como falado anteriormente, há uma alteração da relação pessoa-máquina, fazendo com que ela estabeleça uma relação rotineira, em que o indivíduo coloque funções e obrigações para a máquina. A partir daí, gera a dependência, pois é mais cômodo. É dessa forma que as ferramentas digitais vão aos poucos compondo a cultura da sociedade, tornando-se um ponto fundamental na vida das pessoas.

Além disso, por ter um alto nível de interação, as pessoas vão formando um conhecimento em comum. É a questão abordada anteriormente sobre a inteligência coletiva, após a criação de comunidades virtuais por afinidades. Andrew Keen (2009) critica essa inteligência coletiva. Para ele, em uma comunidade virtual, pode haver somente pessoas com um nível de conhecimento inadequado para discutir certos assuntos. Dessa forma, o produto resultante é impróprio. Ele ainda compara os internautas a macacos primatas, como se fossem pessoas sem conhecimentos, só com instinto. A principal reclamação é em cima de comentários políticos mal embasados e até a má formação da arte, em poemas, músicas e romances.

Dessa forma, ele afirma que o conhecimento formado em comum, na internet, e divulgado para outras pessoas vai criando um ciclo, convencendo e conquistando outros adeptos daquela ideia que não tem fundamentação. Keen (2009) é contra essa forma de conhecimento, pois considera uma ameaça ao conhecimento científico, ao conhecimento que possui um mínimo de apuração necessária como argumento.

> "Porque a democratização, apesar de sua elevada idealização, está solapando a verdade, azedando o discurso cívico e depreciando a expertise, a experiência e o talento. Como observei antes, está ameaçando o próprio futuro de nossas instituições culturais." (KEEN, 2009, p. 19).

A democratização falada na citação acima é com relação à interação e o conhecimento gerado a partir dela, como explicado anteriormente. Mas essa é uma questão pequena quando se fala de cibercultura (LÉVY, 2010). A internet proporcionou muitas ferramentas inéditas para as relações sociais. É necessário reconhecer as mudanças positivas causadas, como a velocidade das ações, a aproximação das culturas e a quebra de fronteiras entre lugares distantes. Esses são apenas alguns exemplos, os mais clássicos. Vale ressaltar que, como abordado antes, a internet também gera problemas, como os crimes cibernéticos.

A chamada inteligência coletiva, tida como ameaça para Keen (2009), não é determinada pelo crescimento do ciberespaço. Os dois não são dependentes. Na verdade, o ciberespaço propicia um ambiente de melhor acomodação para a inteligência coletiva. Remédio e veneno. É dessa forma que Lévy (2010) enxerga a inteligência coletiva gerada na cibercultura. Para alguns, estar inserido no meio de todas as informações é um benefício, filtrando as mensagens e aumentando o conhecimento. Já para outros é considerado um

malefício, por não estarem inseridos e, assim, não terem acesso a nenhuma forma de conhecimento coletivo.

A internet, ou melhor, uma inovação tecnológica (assim como foi com os livros, telefone, o cinema etc.) de acordo com a época, vai mostrar diversas possibilidades positivas e negativas. O benefício ou malefício vai depender de vários fatores condicionantes, como: com quem, quanto, de que forma etc. “É um erro supor que qualquer inovação tecnológica tem um efeito unilateral apenas. Toda tecnologia tanto é um fardo como uma bênção; não uma coisa ou outra, mas sim isto e aquilo.” (POSTMAN, 1994, p. 1).

Analisar se a cibercultura é boa ou ruim é uma discussão menor, já que todos os meios de comunicação proporcionam ferramentas que podem ser utilizadas para ações ruins e boas. Além disso, as consequências das ações não necessariamente correspondem a um planejamento antes formulado. Não se pode afirmar que, em alguns casos, a formulação de um plano e a execução tal qual o objetivo definia, resultou numa ação boa ou ruim. Nem sempre há previsão.

O que se deve pensar é justamente em como as pessoas utilizam as ferramentas, no que o acesso à internet trouxe de diferente para a sociedade. Como falado anteriormente, a resposta imediata é boa em algumas situações. Quando precisamos nos comunicar, enviar email para pessoas de outros países de forma instantânea. Mas a sociedade absorveu tal costume e se tornou bem mais impaciente no trânsito, por exemplo.

1.3. A INTERNET GERA UMA NOVA CULTURA?

A partir do surgimento de um novo meio de comunicação, abrindo um espaço diferente e apropriado para o convívio direto de informações e pessoas, proporciona a formulação de uma nova cultura. Com a absorção da nova cultura, uma nova sociedade com valores diferentes surge. Essa nova sociedade se estrutura de acordo com as características absorvidas a partir da cibercultura.

É necessário lembrar que a sociedade é quem dá forma à tecnologia (CASTELLS, 2006). É a partir desses novos costumes e valores que a própria sociedade vai se moldando e adaptando as tecnologias de acordo com seu uso. Se os tablets não tivessem sido pensados a partir do uso cada vez maior de celulares e internet móvel, eles não teriam sido comercializados. Aliás, não teriam sido produzidos. Por isso, os produtos tecnológicos são

sensíveis às mudanças provocadas pela sociedade na própria sociedade, dentro e fora do ciberespaço.

Com os novos costumes, a sociedade veio se organizando de acordo com a ascensão da internet. Alguns empregos ou ocupações deixaram de existir, não porque a internet cause o desemprego, mas porque é natural que ofícios obsoletos possam ser trocados pelas tecnologias. Por exemplo, os caixas de banco ainda existem, porém não é necessário que haja muita gente trabalhando nessa ocupação, já que os caixas eletrônicos podem realizar o serviço e por tempo integral.

Além disso, a partir da tecnologia, houve a possibilidade do surgimento de outros tipos de ocupações. Com a criação de computadores e softwares, a criação dos cursos de Computação ou Sistemas e Mídias Digitais, que lidam diretamente com o desenvolvimento da tecnologia, foi imprescindível.

Outro fator importante na nova sociedade é que as empresas que não usufruem da tecnologia, podem estar perdendo, já entrando em uma competição com desvantagens (CASTELLS, 2006). Em alguns casos, o fato de uma empresa que fornece um serviço de locação de carros, por exemplo, não possuir um site – em que o cliente escolha o modelo do veículo e agende a data em que vai alugar, além de ver as formas de pagamentos e se possível pagar diretamente pela internet – pode ser considerado um fator que cause a sensação de "sem credibilidade".

Dessa maneira, a sociedade vai se transformando e se organizando em redes, sendo uma sociedade de redes (CASTELLS, 2006). As tecnologias digitais permitem a existência de redes que interligam a sociedade e ultrapassam limites geográficos e até mesmo históricos. Por isso, as redes são globais, mundiais, e envolvem serviços, comunicação, informação, ciência e tecnologia.

Ademais, as redes se desenvolvem no campo da política, da economia e do social. Mesmo aqueles países com cultura tradicional, estão sujeito a intervenções da Organização das Nações Unidas (ONU), quando se envolve uma guerra ou questões de direitos humanos. Isso acontece justamente porque a sociedade está em uma rede global, e essas são questões de interesse mundial, não só restrito a aquele país.

> "Contudo, existe uma enorme mudança na sociabilidade, que não é uma consequência da Internet ou das novas tecnologias de comunicação, mas uma mudança que é totalmente suportada pela lógica própria das redes de comunicação. É a emergência do individualismo em rede (enquanto a estrutura social e a evolução histórica induz a emergência do individualismo como cultura dominante das nossas

> sociedades) e as novas tecnologias de comunicação adaptam-se perfeitamente na forma de construir sociabilidades em redes de comunicação auto-seletivas, ligadas ou desligadas dependendo das necessidades ou disposições de cada indivíduo. Então, a sociedade em rede é a sociedade de indivíduos em rede" (CASTELLS, 2006, p. 23).

É nessa afirmação que Castells (2006) atenta para uma individualização gerada a partir da sociedade em rede. Mesmo com a possibilidade de ter contato com diversos povos e culturas, aumentando o convívio humano, parece que o internauta altera seu estilo de vida e se torna cada vez mais individualista, não compartilhando momentos de sua vida com outras pessoas. Ou seja, a sociabilidade está dentro do ciberespaço, mas no espaço físico real ela vai deixando de existir. O assunto sobre as redes geradas, a partir das relações entre os internautas, será abordado no capítulo seguinte.

Dentro da sociedade de rede, existe uma nomenclatura que define os novos "cidadãos" do ciberespaço: os usuários. A principal diferença entre esse termo e o conceito de receptor seria que o usuário não apenas receberia a mensagem, mas poderia usá-la, modificá-la, adaptá-la e, talvez, enviá-la. Dessa forma, o usuário seria uma espécie de receptor ativo, em que tem consciência do teor da mensagem que está recebendo e assim pode utilizá-la a seu modo.

Alex Primo (2011) discorda que o termo usuário modifique o sentido do receptor. Para ele, o usuário tem as mesmas características do receptor, não tendo causado uma revolução no conceito. Isso acontece porque a relação do webdesigner – responsável por produzir o conteúdo de um site, por exemplo – e o usuário se dá da mesma maneira que o emissor se dava com o receptor. O primeiro planeja e codifica a mensagem que será recebida/acessada pelo segundo. Essa é uma relação já pré-configurada (PRIMO, 2011).

Porém, o próprio usuário não estabelece uma relação pré-configurada com o webdesigner ou produtor do site. Até porque o produtor emite uma mensagem, mas a partir de fóruns e de outros aplicativos dentro do ciberespaço, aquela mensagem pode ir se adaptando e já não condizer exatamente com a ideia tal qual foi formulada. O usuário é mais livre, pois está mergulhado no ciberespaço, um espaço de possibilidade. O usuário faz parte de uma nova sociedade, com uma cultura reformulada e potencializada pela internet e que se liga por meio de redes globais. O usuário não pode ser um simples receptor.

No próximo capítulo, será abordado o assunto relacionado aos espaços em que os usuários produzem opiniões, estabelecendo a criação de laços: as redes sociais. Além disso,

também será analisada a relação do homem com a máquina, a partir do avanço da tecnologia, juntamente com a apropriação das redes sociais.

2 ANÁLISE SOBRE REDES SOCIAIS E MOBILIDADE

"As redes são por demais reais. Para verificar dependência das redes basta imaginar uma viagem a um lugar remoto onde tudo que compõe a galáxia emaranhada de redes e serviços que alimentam os nossos ecossistemas móveis e imóveis vai nos fazer falta: a água, a comida, a eletricidade, os meios de comunicação, os meios de transportes, etc." (André Parente, 2010, p. 91)

Vivemos em rede. A sociedade está ligada por redes globais, como abordado no capítulo anterior. Não somente em rede eletrônica, mas em um contexto maior. Atualmente, as comunidades virtuais criadas no ciberespaço são os representantes mais conhecidos quando falamos em redes sociais. O conceito é antigo, mas há uma "moda" atual de falar sobre o assunto, após o surgimento da internet. Mesmo assim, é importante entender de que forma elas surgiram.

Há vários conceitos sobre redes. Para as Ciências Sociais, elas representam um sistema de relações, como o modo de organização de uma empresa. Já na Matemática, as redes estão relacionadas mais com os grafos, por exemplo. Por ter essa amplitude, o conceito pode ser confuso, quando estudado.

Pierre Musso (2010), em seu artigo "A Filosofia da Rede"[1], relatou o contexto histórico de quando surgiu o conceito sobre as redes. Segundo ele, a ideia já existia na mitologia e antiguidade, com o imaginário da tecelagem e o labirinto, além da medicina de Hipócrates[2].

No século XII, os franceses tomaram conhecimento sobre a ideia pela primeira vez, porém era atrelada ao dia a dia de certeiros e tecelões, por significar o trabalho com fibras têxteis. Aos poucos, o vocábulo passou a designar as funções sanguíneas do corpo humano. Pouco a pouco, a rede e o corpo se confundem. Ela está dentro do corpo (MUSSO, 2010).

E o conceito de rede ficou associado ao mundo da Medicina até o século XVIII. As redes significam a conexão de veias e artérias, com o fluxo de sangue dentro delas. A forma como o sistema sanguíneo estava no corpo humano constituía o conceito.

---

1 O artigo faz parte do livro, organizado por André Parente, Tramas da rede – Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação.

2 É considerado o pai da Medicina.

A grande ruptura do conceito de rede com a Medicina se dá na virada do século XVIII para o século XIX. A rede não é mais observada dentro do corpo humano, agora ela pode ser construída.

A partir desse novo poder de construção, o conceito de rede deixa de ser natural, ligado ao corpo humano, e passa a ser artificial. Na verdade, passa a ser mais abstrato. A partir da ruptura, o conceito de rede passa a ser ligado ao espaço. Ela não é mais observada e sim construída. As pessoas não possuem o processo da rede, mas elas fazem parte dele, moldando-o. Musso (2010) afirma que, depois da ruptura, a rede passou a ser mais ligada à Matemática, sendo analisada como matriz técnica. Dessa forma, ela foi utilizada na elaboração de estradas de ferro ou telegrafia, modificando a relação com o espaço e o tempo (MUSSO, 2010).

A modificação de espaço e tempo é ressaltada pela agilidade no transporte. O espaço fica mais amplo, enquanto o tempo se torna mais reduzido. Antes, uma viagem que duraria semanas, pode ser concluída, a partir da evolução dos transportes, em bem menos tempo. Por isso o auxílio da rede na evolução da infraestrutura, por exemplo, modifica a relação de espaço e tempo antiga, criando a característica da agilidade.

2.1. A FORMAÇÃO DAS REDES A PARTIR DE NOVOS TIPOS DE RELAÇÕES

As mudanças no espaço e tempo afetaram as relações humanas. O novo fluxo, as novas trocas influenciaram na alteração de relacionamentos. Dessa forma, Musso (2010) relembra os pensamentos de Saint-Simon[3], que criou uma lógica de organismo-rede, refletindo na transição social. A rede é definida como um lugar visível e com vínculo invisível. O autor ainda afirma que quanto mais um corpo é organizado, mais controle sobre seu ambiente terá. Por isso, quanto mais redes organizadas haver em um espaço, mais elas se estabelecem sobre o território.

Musso (2010) também fala sobre a quebra da hierarquização das relações provocadas pelas redes por meio da internet. Além dele, André Parente (2010) também pontua essa questão. Parente afirma que as redes sempre provocaram a produção de subjetividade de pensamentos, mesmo trazendo um tipo de hierarquização. Com enfraquecimento do Estado e

[3] Um conhecido filósofo e economista francês, que viveu no século 18 e 19. É reconhecido como um dos fundadores do socialismo moderno.

auge das comunicações, avançando no mundo digital, a reciprocidade de patamar surge entre as redes.

Pensar já é pensar em rede (PARENTE, 2010). Por isso, as redes são peças chaves na transformação da comunicação. Tanto o espaço, o tempo e a subjetividade – como opinião e pensamento – estão dentro das redes e sendo modificados com o avanço da tecnologia.

Quando se fala em meio de comunicação, está implicitamente dizendo que há uma relação do homem com o objeto. O homem que assiste à TV ou que acessa a internet e o meio pelo qual a comunicação se instala: a televisão e o computador, por exemplo. Dessa forma, quando os três elementos (espaço, tempo e subjetividade) estão dentro das redes se modificando, a relação de homem-objeto também se altera.

O homem cria uma relação afetiva com a máquina, tornando-a quase uma parte de seu corpo, uma espécie de extensão do corpo humano. Dessa forma, as redes, por absorverem os pensamentos, são uma espécie de extensão da vida. A máquina não se reduz a uma função ou realidade objetiva. "Uma máquina que não fosse investida de desejo e alimentada de subjetividade seria como um copo sem vida" (PARENTE, 2010, p. 93).

É por isso que os telefones móveis estão conquistando mais ainda a preferência dos consumidores, pois se conectam à internet, levando as pessoas a estarem no fluxo de comunicação, moldando o espaço, tempo e subjetividade, além de gerarem um apreço, como se fossem animais de estimação.

Com a internet, o espaço é moldado, pois não existe um limite ou um tamanho fixo, se adequando de acordo com as relações. Há uma desconstrução do território, assim como a reconstrução. Como falado anteriormente, as redes modificam o espaço e tempo. As fronteiras existentes, até então, são quebradas e mescladas. Com o surgimento da internet, isso ficou mais claro. As misturas de contradições, como desconstrução e construção, empobrecimento e enriquecimento são constantes. Parente (2010) considera essa quebra de fronteiras e mistura, advindas com as novas tecnologias, como algo estranho.

O fato é que no ciberespaço as redes se mostram mais facilmente. Elas demonstram a mistura de características antagônicas, como a construção e desconstrução do território e do tempo. No caso do território, há a desconstrução do espaço urbano real e a construção de um espaço virtual.

Há a criação, então, de outra realidade: a virtual. Ela passa a acolher e encaixar a realidade real e vice-versa, provocando mais misturas e tornando complexo o relacionamento. Parente (2010) ressalta mais uma vez que a telefonia móvel condicionou essa situação,

acelerando o processo. Dessa forma, a relação do homem com o espaço e com outros objetos e meios foi se alterando, justamente por causa do processo de construir e desconstruir.

O espaço urbano real tornou-se um lugar de vivência e de relações de vizinhança (PARENTE, 2010). Parente ainda cita os três tipos de espaço que Foucault definiu. A primeira noção de espaço seria na Idade Média, que a localização era um conjunto de lugares hierarquizados. Após a descoberta de Galileu, o espaço como extensão substituiu a noção de espaço como localização. Já atualmente, o espaço seria topológico: "passa a ser definido pelas relações de vizinhança entre os pontos e elementos, e forma séries, tramas, grafos, diagramas, redes" (PARENTE, 2010, p. 100).

Raquel Recuero (2006) também concorda que o ciberespaço tem a vantagem de se construir. Na verdade, o que ocorre é que o virtual e o real se entrelaçam ainda mais, atualmente, deixando de lado a "cultura da mentira", tornando as relações mais verdadeiras, mesmo sem a presença física. Quando se fala em "cultura da mentira", refere-se aos costumes dos primeiros anos de uso da internet. Nesse tempo, as pessoas costumavam mentir ou omitir as identidades e os gostos nos bate-papos ou sites de relacionamentos, por exemplo.

A internet, no fim da década de 1990, era utilizada para conversações, onde, geralmente, as pessoas usavam outras identidades. Atualmente, com o surgimento de perfis e redes sociais virtuais (sites especializados em estabelecer laços da rede), a "cultura da mentira", ou seja, de mentir sobre quem realmente era, foi cessando aos poucos. Agora, os perfis são utilizados como extensões da vida real. É nesse ponto que a realidade virtual e real se misturam, não deixando delimitadas as fronteiras de separação.

2.2. A DINÂMICA DAS INTERAÇÕES NO AMBIENTE VIRTUAL

A combinação entre realidade virtual e real, citada anteriormente, cria um sistema complexo de interação entre as pessoas, perfis, internet e realidade (RECUERO, 2006). Por meio dos agrupamentos sociais – em comunidades virtuais –, as ações e relações de um determinado grupo podem determinar um sistema, que terá uma dinâmica sob influência externa. Por exemplo: o computador, por ser o meio que proporciona e propaga a internet, também condiciona o sistema, ou seja, a dinâmica das relações entre os grupos.

Com a popularização das redes sociais virtuais, com atores e conexões, houve uma propagação maior da mescla de virtual e real. A própria noção de vida ultrapassou as barreiras

biológicas e passou a ser configurada também pelas características virtuais ou abstratas (PARENTE, 2010).

O sistema ou a dinâmica criada pelos grupos tem um caráter coletivo e individual (RECUERO, 2006). É individual por conceder a cada usuário o poder de utilizar os recursos do sistema, assim como modificá-los e alocá-los. Já o coletivo é a respeito do grupo em que o indivíduo está inserido, estabelecendo relações peculiares.

Ou seja, o caráter individual existe, pois cada pessoa tem a liberdade de fazer o que quiser. Por exemplo, se alguém deseja falar sobre culinária dentro de um fórum sobre moda, basta que a pessoa comece a falar e estabelecer uma discussão. Já o coletivo existe, como citado anteriormente, por causa da afinidade que une tal grupo. Se o mesmo grupo não quiser responder sobre culinária, eles vão continuar falando sobre moda, haja vista que era o assunto que causou a convergência dos interessados para um mesmo lugar no ciberespaço.

Essa questão do caráter permite uma pequena reflexão sobre o comportamento dos indivíduos de cada grupo. Dentro das comunidades virtuais, há laços que vamos chamar de ruins e de bons. Os laços bons são aqueles que geram bons frutos, ou seja, discussões que geram esclarecimentos ou algum produto fora do mundo virtual, como uma iniciativa em prol do meio ambiente, por exemplo. Já os ruins são os laços que geram mau comportamento, como comunidades preconceituosas, que reúnem pessoas em prol da violência.

Ainda na questão comportamental, há uma espécie de competição dentro das redes sociais virtuais (RECUERO, 2006). Em busca de um status mais alto e melhor definido, um internauta busca e realiza ações para ser mais bem visto, buscando a popularização. A visibilidade social é um foco que causa competição, existente na realidade virtual ou real.

Dessa forma, os perfis lutam para terem um reconhecimento de status e uma boa reputação, atraindo mais olhares, mais "ibope", com o intuito de obterem mais prestígio. A partir de tal competição, em busca do objetivo de tornar-se mais popular, os usuários podem estabelecer laços bons ou ruins com outros, em busca de cooperação, por meio da interação. A cooperação é a base dessa interação. Através da cooperação, do trabalho em conjunto é que os laços, citados anteriormente, vão se estabelecer.

> "Redes sociais, por serem dependentes da interação, portanto, deveriam conter em si tanto o conflito como a cooperação. A cooperação, por exemplo, pode ajudar na manutenção de uma estrutura social, como uma comunidade virtual. Já o conflito pode desestabilizar uma estrutura e mesmo provocar uma ruptura" (RECUERO, 2006, p. 9).

Portanto, a dinâmica gerada dentro de uma comunidade virtual gera um sistema complexo de interação. Tal sistema é baseado na cooperação, que ajuda nas relações, apesar de não ser a única coisa para construí-la (RECUERO, 2006). A partir da cooperação ou não, surgem os laços bons ou ruins, que podem gerar afinidades para realizar trabalhos em prol da cidadania ou contra a lei. Mais uma vez, a mescla dos elementos antagônicos surge, como em conflito e cooperação, gerados a partir das interações e formações dos laços.

2.3. MOBILIDADE COMO CONDICIONADOR E POTENCIALIZADOR DE RELAÇÕES NA INTERNET

André Lemos (2010) pontuou três formas de mobilidade: 1- A primeira seria do homem como locomoção. Dessa forma, a cidade o transformaria naquele que experimenta e muda, a partir de experiências, suas funções como o ouvir e o enxergar. 2- A segunda seria a mobilidade social. Na prática, isso significa a ascensão social, a partir do trabalho e da instrução. 3- Mobilidade sem deslocamento, que nos iguala e nos diferencia na mesma medida. “Talvez possamos, como hipótese, pensar hoje em uma quarta mobilidade, que é a mobilidade informacional, como uma capacidade cognitiva de deslizamento por bens simbólicos, por mensagens, por informações” (LEMOS, 2010, p. 164).

Quando falamos em reconstrução do espaço, mais precisamente do espaço urbano, associamos a cidade ao avanço tecnológico, que proporciona tal processo. Desse modo, é inevitável falar sobre a mobilidade. A mobilidade e a cidade são elementos indissociáveis, ou seja, separar os dois para análise é impossível (LEMOS, 2010).

Isso é justificado pela própria dinâmica de desenvolvimento dos meios de comunicação a partir da industrialização e da construção e modernização do espaço urbano. Os meios se transformam a partir dos espaços urbanos, como os centros, subúrbios, áreas nobres. As mídias também reconfiguram o dinamismo do transporte público entre esses espaços, pois a cidade está conectada por meio de redes e os transportes são os nós que interligam os espaços.

Esse sistema é considerado complexo, e definido como um organismo-rede (LEMOS, 2010). A complexidade do sistema também se dá pelos ruídos e ambiguidades geradas nas conexões. A internet pode ser usada de diferentes maneiras e a mesma ferramenta pode ser

usada de diferentes formas. O que importa são os efeitos causados tanto no campo individual quanto no campo do grupo e suas relações.

O complexo de organismo-rede ajuda a construir a urbanização da cidade, justamente por conta de uma maior organização, maior controle do território. A cidade, em si, é composta por uma organização particular, com redes de telecomunicação, transportes etc. Com o surgimento da internet, os espaços urbanos definidos fisicamente foram desconstruídos e reconstruídos, não no sentido literal, mas no sentido de apropriação dos internautas pelo espaço.

A mescla da realidade virtual e real proporcionou essa quebra de fronteiras. A comunicação de massas já influenciava no espaço urbano. A diferença que a internet causou é na proporção que isso toma e a forma de interação que surge a partir daí. Ela cria novas possibilidades de interação, gerando uma mudança no comportamento dos usuários. Dessa maneira, reconhece-se que a nova dinâmica reconfigura tanto o espaço quanto as práticas sociais existentes entre os internautas, a partir da emergência de novas tecnologias de comunicação (LEMOS, 2010).

É a partir desse reconhecimento que se fala em cibercidades. As cibercidades, como o nome já evidencia, são as cidades que possuem uma mistura entre espaço urbano físico e ciberespaço. Tais lugares estão conectados em rede pela internet, proporcionando diferentes formas de interação.

Com o avanço tecnológico, tais cibercidades estão inseridas na mobilidade, a partir do acesso ao mundo digital por meio da telefonia móvel. Nas cibercidades, a realidade virtual é, sim, uma extensão da vida, assim como a realidade real é uma extensão da virtual. “Se antes a discussão era pautada sobre os impactos da “vida on-line” na “vida real” hoje as duas são a mesma coisa” (PELLANDA, 2008, p. 2305). Não se sabe qual condiciona qual. As duas se influenciam e se potencializam.

Atualmente, o uso do celular com o sistema de localização altera o uso do transporte urbano. Com o telefone móvel, o usuário pode se informar sobre o horário da passagem de um ônibus, dentro da própria cidade ou que faça uma ligação para outras. O usuário também pode verificar o preço e, dessa forma, se programar para tal viagem. Essas novas dinâmicas de relações influenciam na atividade social de cada indivíduo e reconfiguram as relações do espaço com o internauta, pois o ônibus não deixará de cumprir o horário antes estabelecido, mas o usuário vai ponderar o custo-benefício e o tempo de espera para aguardar aquele ônibus.

De acordo com André Lemos (2010), a relação da comunicação com a cidade surgiu no século XVI, a partir da formação de opinião e público, com a ajuda das mídias de massas. O autor ainda faz alerta que a cidade industrial, época do ápice das indústrias, os meios de massa como o rádio, telefone e televisão foram fundamentais na configuração do espaço urbano, criando o subúrbio, as periferias, os bairros industriais e os nobres, por exemplo. Já nas cibercidades há um desenvolvimento das relações entre mídias massivas com as mídias digitais – chamadas de pós-massiva (LEMOS, 2010), por apresentar diversas funções –, estreitando-as.

A internet ajuda a desconstruir os limites do espaço urbano. Diferente da mídia de massas que ajudou a construir o espaço, a internet o destrói. É que, agora, os bairros se mesclam, as pessoas de diferentes territórios podem estar conectadas. No ciberespaço, as barreiras e distâncias são quebradas. Dessa forma, as divisas bairristas podem ir se findando. Há uma mescla de frequência e costumes. Moradores de bairros mais pobres e ricos podem estar unidos no ciberespaço, em um mesmo fórum, um contribuindo com a cultura e formação de opinião do outro. Mesmo assim, vale ressaltar que a internet ainda pode acentuar as diferenças, permitindo a separação já existente no ambiente físico.

As cidades e seus processos midiáticos são resultados dos fluxos, do deslocamento, das trocas entre as pessoas. Por isso, a rede de transporte e o trânsito em si são tão importantes nesse desenvolvimento. Como a mobilidade também transforma tal fluxo, trocas e interações, a junção de mobilidade e transporte mantém essa característica como uma zona de interseção, por causa da semelhança. Dessa forma, a mobilidade vem modificando a cidade, mais precisamente o espaço, e os processos midiáticos. “Hoje, as tecnologias sem fio estão transformando as relações entre pessoas, espaços urbanos, criando novas formas de mobilidade” (LEMOS, 2010, p. 156).

De acordo com essa afirmação de André Lemos (2010), podemos concluir que as tecnologias sem fio modificam a relação do homem-objeto com o espaço urbano. A primeira mudança notada é um crescente nomadismo. As pessoas passam a se tornar mais nômades, estando sempre em movimento. O fluxo passa a ser de pessoas também e não só de informações dentro do ciberespaço.

Além disso, é importante ressaltar que a nova forma de comunicação também influencia e condiciona o desenvolvimento tecnológico. Um exemplo disso são os celulares, cada vez mais desenvolvidos, além do lançamento de aplicativos, causando maior apropriação deles. Um exemplo desse fenômeno é o *Instagram*. O aplicativo que proporciona a postagem de fotos com efeitos diferenciados em rede de amigos foi elaborado para o telefone móvel

Iphone. Após a grande popularização, outros tipos de celulares, como os *Androids*, também disponibilizaram o aplicativo. Tudo isso aconteceu, por causa de uma apropriação dos usuários e um maior desenvolvimento de outros telefones móveis para disponibilizar o aplicativo.

Ademais, os aparelhos portáteis consomem menos energia, são mais fáceis de carregar, diferente do computador, mesmo sendo de uso único e pessoal, que fica em casa, sem possibilidade de locomoção diária. O surgimento na internet sem fio além de outros aparatos tecnológicos impulsionou a popularização desses objetos da telefonia móvel. Ela desamarra o usuário de casa, de um cômodo fechado, para outros ambientes abertos. Essa é uma nova relação homem-máquina. Além disso, a cultura da personalização impulsionou também essa inovação (PELLANDA, 2008). Com o surgimento da internet sem fio, chamada de *wifi*, há um desplugamento das pessoas em ambientes físicos, ou seja, a liberação para locomoção das pessoas fora de um ambiente fechado.

Vale ressaltar que, com a internet, as pessoas não precisam sair de casa para ir ao banco e pagar as contas, por exemplo. Elas podem acessar o site da agência bancária e realizar transações e outros tipos de ações dentro da própria casa ou do trabalho. Então, aquela rotina de deslocamento não é mais necessária, mudando o roteiro do trânsito que ela percorria. Dessa forma, surgem novos roteiros, novos rumos e novos percursos.

Por isso, as pessoas contemporâneas têm características próprias de novos nômades. Mesmo assim, as redes sociais digitais provocam outra tendência: a de proporcionar novos encontros de socialização na vida real, dentro de um espaço físico, reforçando a apropriação do espaço urbano.

Outra tendência que a rede sem fio provoca é o acesso individual. Por meio de um computador pessoal, há a possibilidade da transformação do meio social para um computador portátil, mais "agradável", que pudesse se tornar uma extensão do próprio corpo, como falado antes. Os aparelhos móveis foram condicionados por uma personalização – onde cada indivíduo modifica seus dados de acordo com suas afinidades. Considera uma mídia de status online durante 24 horas (mídias *always on*[4]), os aparelhos portáteis foram se desenvolvendo e se potencializando a cada nova ferramenta criada, como o *touch screen*.

Além de o acesso individual ter essa questão do aparelho único, ele também nos permite pensar em formas de acesso diferenciadas, personalizadas. "A mesma forma de

[4] A expressão em inglês significa "sempre ligada".

comunicação que permite hoje a um soldado americano reconhecer seus caminhos em um deserto, serve também para uma pessoa achar o restaurante onde vai jantar com amigos que há muito não via" (PELLANDA, 2008, p. 2302).

Por isso, o autor não considera a internet uma mídia de massa, já que ela é específica para cada usuário, moldada por cada um. Na verdade, há uma espécie de customização na rede. É como se fosse criada uma nova cultura: a da personalização. Mas ela não é exclusiva da internet, e sim da sociedade em si. Pellanda (2008) exemplifica a cultura da personalização usando o exemplo de jovens que usam tatuagens. Para ele, o objetivo é se diferenciar e essa é a tendência atual.

O fato de o *wifi* desamarrar o usuário de sua casa, de um cômodo para outros ambientes abertos, gera uma nova relação homem-máquina. É gerada uma dinâmica da telepresença, em que o indivíduo pode estar em outra cidade, mas se reúne com os colegas de trabalho para uma reunião via internet. Presencialmente ele não está, mas virtualmente o usuário está participando ativamente da reunião.

Além disso, a cultura da personalização impulsionou também essa inovação. Outra questão referente a essa cultura é o fato de que o indivíduo não divide ou empresta seu aparelho telefônico. Até pode emprestar momentaneamente, mas o que antes era normal – um computador ser utilizado por toda família –, agora é tido como desagradável. Cada integrante da família usará um celular diferente. Isso confirma ainda a afirmação de que a máquina virou uma extensão do corpo humano, já que dois homens não podem usar a mesma mão, nem o mesmo celular.

2.4. TWITTER: ESPAÇO DE INTERAÇÃO E COLABORAÇÃO

Em meio a inúmeras redes sociais, o Twitter se destaca pelo grande número de usuários, entre eles celebridades e empresas. Dessa forma, é considerada uma das redes mais populares do mundo atualmente. Neste tópico, pretende-se descrever as ferramentas e características de tal rede.

O Twitter é uma rede social alojada em uma página gratuita da internet, que se assemelha a um microblog (um minidiário). É considerado micro (pequeno) porque possui um espaço de apenas 140 caracteres para expor a ideia ou opinião de um indivíduo em seu

próprio perfil. Dessa forma, o usuário possui um pequeno espaço para responder a pergunta "*What's happening*[5]?".

Não há restrição para a criação de perfil; qualquer pessoa pode criar, desde que efetue o cadastro solicitado de forma devida. Cada usuário pode criar o próprio perfil ou até uma conta que não se assemelhe a ele, por exemplo: um internauta pode criar uma conta referente à empresa em que ele trabalha ou um personagem temático.

Através da opção "*following*[6]", o usuário poderá receber, em sua página inicial, os 140 caracteres de outros perfis, informando-se de suas ideias e exposições. Dessa forma, se estabelece uma comunicação que funciona de maneira dinâmica, permitindo, inclusive, conversas públicas entre os participantes (MARQUES, SILVA e MATOS, 2011).

As interações que ocorrem dentro da rede são configuradas por meio de ferramentas sistemáticas. O "*Reply*", por exemplo, é usado quando um perfil foi motivado a responder uma postagem de outro usuário. Dessa forma, ele digita um "@" na frente do nome do perfil e digita o texto, isso após ter clicado na ferramenta citada.

O Twitter também possui uma ferramenta de interação chamada "*Retweet*", a qual o usuário pode clicar na opção e reproduzir o mesmo conteúdo que outro usuário postou. Além disso, há outra forma de "retwittar" (replicar) outro usuário: o indivíduo pode copiar a postagem do outro e postar o conteúdo em seu perfil, acrescentado a sigla RT[7] na frente, além de citar o nome do dono da postagem. Essa possibilidade também é considerada um *retweet*.

A ferramenta de *Retweet* é considerada uma das mais poderosas quando se fala em visibilidade (PETROVIC, OSBORNE e LAVRENKO, 2011). Quando uma postagem é realizada, todos os usuários que seguem o dono do perfil podem visualizar a mensagem. A partir do momento em que o conteúdo é compartilhado, por meio da ferramenta, ele é visualizado por outros seguidores, possibilitando mais compartilhamentos. Dessa forma, quanto mais retwittada é uma postagem, mais ela atinge pessoas diferentes e agrega ibope. É nesse sistema, que algumas publicações se tornam bastante vistas, gerando até, com suas palavras chaves, "*Hashtags*".

As *hashtags* são expressões ou palavras mais recorrentes em postagens. Geralmente, são acompanhadas de um "#" na frente da expressão. A partir delas, o sistema do Twitter organiza um ranking das palavras mais citadas, que chama-se *trend topics*. O sistema é organizado por país e, por alguns estados de determinados países. As palavras do ranking

---

5 A expressão em inglês significa "O que está acontecendo?".
6 Significa "seguir".
7 Usada como abreviação para o termo "retweet".

podem ser acessadas e, dessa forma, é disponibilizada a visualização das postagens que recorrem a ela.

Além da *hashtag*, o Twitter também oferece uma ferramenta que proporciona um diálogo mais discreto: a Mensagem Direta, conhecida como DM. Com esse aplicativo, o usuário pode selecionar outro (ambos tem que serem seguidores de cada um) e enviar uma mensagem direta para ele. O conteúdo não será visualizado por outros seguidores, deixando o diálogo fechado entre ambos.

O Twitter possui uma tecnologia chamada RSS[8], usado para compartilhamento de conteúdo na web, o que torna a rede social mais rápida em atualização. Os laços entre os perfis podem ser fracos e fortes. Um usuário pode seguir um perfil e não ser seguido por ele ou vice-versa (fracos), ou ambos se seguirem (fortes).

Uma breve análise sobre interação, baseada nos laços gerados por meio do Twitter, também será realizada. A transformação do computador pessoal em interpessoal (PRIMO, 2011), modificou a interação entre as pessoas. Agora, ela é realizada não necessariamente de forma presencial, mas de, pelo menos, um a um (de alguém para alguém). Conclui-se, então, que o computador oferece impacto, de alguma forma (positiva ou negativa), nas interações que ele media. Vale ressaltar que, além de as relações afetarem os participantes, elas também afetam os relacionamentos futuros.

As relações que acontecem entre dois indivíduos ou mais, por induzirem uma troca, são consideradas mútuas (PRIMO, 2011). Elas desenvolvem um padrão gerado de ambos os lados, criado interativamente. As relações não podem ser regidas pelos traços pessoais dos participantes, por isso não se pode intuir ou definir resultados de interações, pois variam de relação para relação. Um exemplo disso são duas pessoas que iniciam uma discussão via Twitter. Podem-se até criar hipóteses de como a discussão vai acabar, mas prever como se dará a relação das duas pessoas (irão se aproximar, se nunca mais irão se falar) é diferente.

Dessa forma, as relações mútuas distanciam-se das lógicas de efeitos. O relacionamento nunca é, sempre estar vindo a ser, sempre se transformando e superdependente do contexto (PRIMO, 2011). Nessas interações que formam relações mútuas, os participantes sempre trazem a carga histórica, emocional e física – como quem você é, o que fez faz, o que você está sentindo (estresse, felicidade, tristeza) e como você está (cansado, doente, bem) –, as pessoas não são apenas vazios que vivem o presente.

---

[8] O RSS é uma ferramenta, com padronização mundial, é usado para compartilhar conteúdo na internet. unciona sob a linguagem XML (Extensible Markup Language.

Além disso, a interação é proporcionada e motivada por alguma questão. Ela não surge do nada, sempre havendo um fator que a proporcione. Uma discussão sobre um assunto polêmico, um interesse físico e até uma busca por orientação de um professor de outra faculdade podem ser os fatores motivadores de interação. É por isso que as relações são peculiares, sem repetições e sem previsão.

As redes sociais virtuais configuram e potencializam as interações, porém são apenas um meio e não um fator determinante. Com as redes, houve uma maior agilidade e um maior leque de opções (de pessoas para interagir). As relações mútuas também tornaram-se mais visíveis, visto que a interação via Twitter, por exemplo, é aberta, podendo ser acompanhada por outros seguidores.

A partir da agilidade no diálogo, com o envio de tweets, houve uma popularização de perfis temáticos nessa rede social, conquistando um público ativo, que recebe informações e que também contribui. Os perfis tornaram-se relevantes, com muito seguidores, ao ponto que suas denúncias sejam pautas nos órgãos públicos e em meios de comunicações mais tradicionais, como jornais impressos ou televisivos. Este trabalho, no próximo capítulo, pretende analisar um perfil temático que trata sobre o trânsito de Fortaleza.

3 ESTUDO DE CASO SOBRE O PERFIL @LEISECAFORTAL NO TWITTER

A partir do uso de perfis temáticos no Twitter, criou-se uma página com a finalidade de orientar sobre o trânsito local da cidade do Rio de Janeiro, o @LeiSecaRJ[9]. Após o sucesso do perfil, que conquistou quase 500 mil seguidores, o Lei Seca foi homenageado pelos vereadores da cidade por ajudar os usuários a se locomoverem nos dias de enchente[10].

Dessa forma, outros lugares passaram a criar seu próprio guia de trânsito no Twitter, baseando-se no perfil carioca. Atualmente, existem páginas do Lei Seca em grandes cidades como: São Paulo[11], Belo Horizonte[12] e Distrito Federal[13]. A influência logo chegou à região Nordeste, causando a criação, e até a moda, dos perfis nas cidades de Recife[14], Salvador[15], Natal[16], João Pessoa[17] e Aracaju[18], além de Fortaleza.

---

9 https://twitter.com/LeiSecaRJ. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

10 Fato retirado da reportagem do G1 nacional, no dia 22 de abril de 2004. Disponível em http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2010/04/polemico-twitter-da-lei-seca-recebe-homenagem-de-vereadores-do-rio.html visualizado no dia 9 de janeiro de 2013.

11 https://twitter.com/LeiSecaSP. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

12 https://twitter.com/LeiSecaBH. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

13 https://twitter.com/LeiSecaDF. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

14 https://twitter.com/LeiSecaRec. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

15 https://twitter.com/leisecaba. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

16 https://twitter.com/LeiSecaNatal. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

17 https://twitter.com/LeiSecaJP1. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

18 https://twitter.com/LeiSecaAJU. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

Tabela 1: Ranking nacional dos perfis Lei Seca coletados

Cidade	**Seguidores**	**Postagens**	**Última postagem**
Rio de Janeiro	443.863	229.404	30 de janeiro de 2013
São Paulo	71.411	59.206	30 de janeiro de 2013
Fortaleza	**36.766**	**45.865**	**30 de janeiro de 2013**
Brasília	10.225	282	6 de setembro de 2011
Recife	8.638	585	5 de outubro de 2012
Belo Horizonte	7.876	13	6 de agosto de 2011
Porto Alegre[19]	5.187	2	26 de agosto de 2011
João Pessoa	1.253	1.625	7 de janeiro de 2013
Goiânia[20]	901	27	12 de março de 2010
Salvador	580	32	14 de fevereiro de 2012
Natal	461	73	29 de agosto de 2012
Manaus[21]	376	44	14 de agosto de 2011
Aracaju	182	33	7 maio de 2011
Maceió[22]	73	33	30 de setembro de 2011

Dentre os citados, o perfil fortalezense é o terceiro com maior número de seguidores do Brasil. Somente os três primeiros colocados e o perfil de João Pessoa é que ainda permanecem ativos no ano de 2013. Além de capitais, o perfil também influenciou cidades do interior de estados e até bairros, como é o caso do Lei Seca na cidade de Macaé[23] e no bairro da Barra da Tijuca[24].

Para analisar a atuação da rede social digital Twitter na formação e estruturação do espaço urbano físico em conjunto com o ciberespaço, a partir das características da mobilidade (vistas no capítulo anterior), resolveu-se analisar as possíveis alterações no trânsito da cidade de Fortaleza.

19 https://twitter.com/POALeiSeca. Acesso em 30 de janeiro de 2013.
20 https://twitter.com/leisecagoiania. Acesso em 30 de janeiro de 2013.
21 https://twitter.com/LeiSecaMAO. Acesso em 30 de janeiro de 2013.
22 https://twitter.com/LeiSecaMcz. Acesso em 30 de janeiro de 2013.
23 https://twitter.com/leisecamacae. Acesso em 30 de janeiro de 2013.
24 https://twitter.com/LeiSecaBarra. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

Para isso, foi escolhido o perfil mais popular[25] que trata da questão do trânsito em Fortaleza, o @LeiSecaFortal[26]. Conforme abordado anteriormente, este é o terceiro perfil desse tipo com maior número de seguidores no país. O perfil já atua desde o início de 2010, informando sobre a situação do trânsito na cidade de Fortaleza. Desde então, o perfil atuou de forma contínua, realizando publicações todos os dias, inclusive nos fins de semana e feriados. Porém, por motivos pessoais do gerenciador, Lenine Nóbrega, o @LeiSecaFortal esteve inativo durante os meses de Janeiro, Fevereiro e Março de 2012, retornando em Abril, ainda com poucas postagens e com um novo gerenciador, Gigliani Maia.

No momento de realização desta pesquisa, o perfil possuía como descrição a seguinte definição: "*Acidentes de trânsito, colisões, etc. Informe rua, ponto de referência, sentido e foto. Vamos colaborar para uma melhoria de trânsito em nossa cidade!*"[27]. Além disso, o @Leisecafortal tem como objetivo informar aos fortalezenses sobre o trânsito local, destacando acidentes e colisões, buracos nas rodovias, lugares e horários das blitz, além de informar sobre multas e semáforos desligados.

O perfil já publicou 45.866 tweets (postagens) e possui 36.770 seguidores, além de seguir 29.862 usuários[28]. Os tweets apresentam, de forma geral, uma linguagem informal com muitas gírias. Também aparecem alguns palavrões.

Na maioria de suas postagens são utilizados conteúdos dos seguidores, através de RT's. Por exemplo: "*RT @tassiodutra100: acidente na abolição na altura da Desembargador Moreira*"[29]. Todavia, há algumas exceções. Em alguns momentos, o perfil utiliza a ferramenta de Retweet, replicando a publicação de outro perfil. Ademais, imagens – fotos produzidas pelos seguidores – registrando momentos do trânsito, são bastante comuns nas postagens do @LeiSecaFortal.

O perfil possuía frequência intensa de atualização em 2011: a cada hora havia uma postagem média de cinco tweets. A média foi calculada da seguinte maneira: dividiu-se o total de postagens de uma semana de março (ao todo, 749) por sete (número de dias por semana). O resultado (107 tweets por dia, em média) foi também dividido por 24 (total de horas por dia), obtendo-se o número de 4,5 postagens por hora em um único dia.

---

25 Além de conter mais seguidores, em comparação com outros perfis que também abordam o trânsito de Fortaleza, o @LeiSecaFortal, através da medição do aplicativo klout (que mede o nível de influência dos perfis), foi escolhido o perfil mais influente do Ceará em 2010.

26 Disponível em http://twitter.com/#!/leisecafortal. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

27 Frase retirada da descrição do perfil, em que o próprio gerenciador escreve o texto.

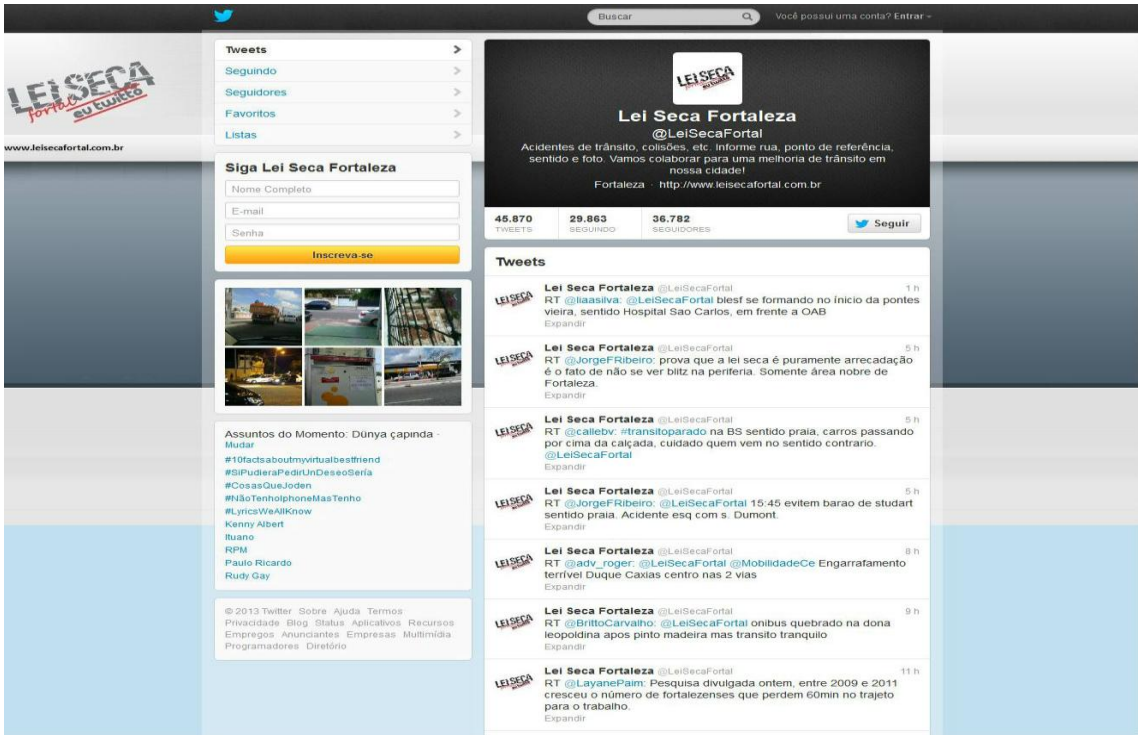
28 Dados coletados no dia 30 de janeiro de 2013.

29 Postagem retirada do perfil @LeiSecaFortal

Já no ano de 2012, a frequência de publicações diminuiu, passando a conter cerca de uma ou duas postagens por hora ou até 20 postagens por dia. A afirmação anterior é resultado do seguinte cálculo: dividiu-se o total de 561 postagens coletadas pelo número de meses de 2012 (ao todo, quatro). O resultado (de 140,25), equivalente à média de uma semana em um mês de 2012, foi novamente dividido por sete (total de dias por semana), com o objetivo de encontrar o número de postagens por dia. Com o valor de aproximadamente 20, dividiu-se por 24 (total de horas por dia), obtendo o resultado de aproximadamente 20 postagens, sendo menos de uma por hora.

Além disso, o @LeiSecaFortal possui logomarca própria com o texto "Lei *Seca Fortal, Eu Twitto*" e um *site*[30] que contém notícias, notas de curiosidade e artigos que tratam do trânsito de maneira mais aprofundada, se comparados ao limite de espaços do perfil no Twitter. Vale ressaltar que o site foi produzido após o perfil do Twitter já possuir um grande número de seguidores. Uma página no Facebook[31] também foi criada. Porém, tanto o site quanto o Facebook não serão analisados como objeto, apenas foram citados para uma melhor explanação da repercussão do perfil do Twitter.

Imagem 1: Print Screen do Twitter do @LeiSecaFortal[32]

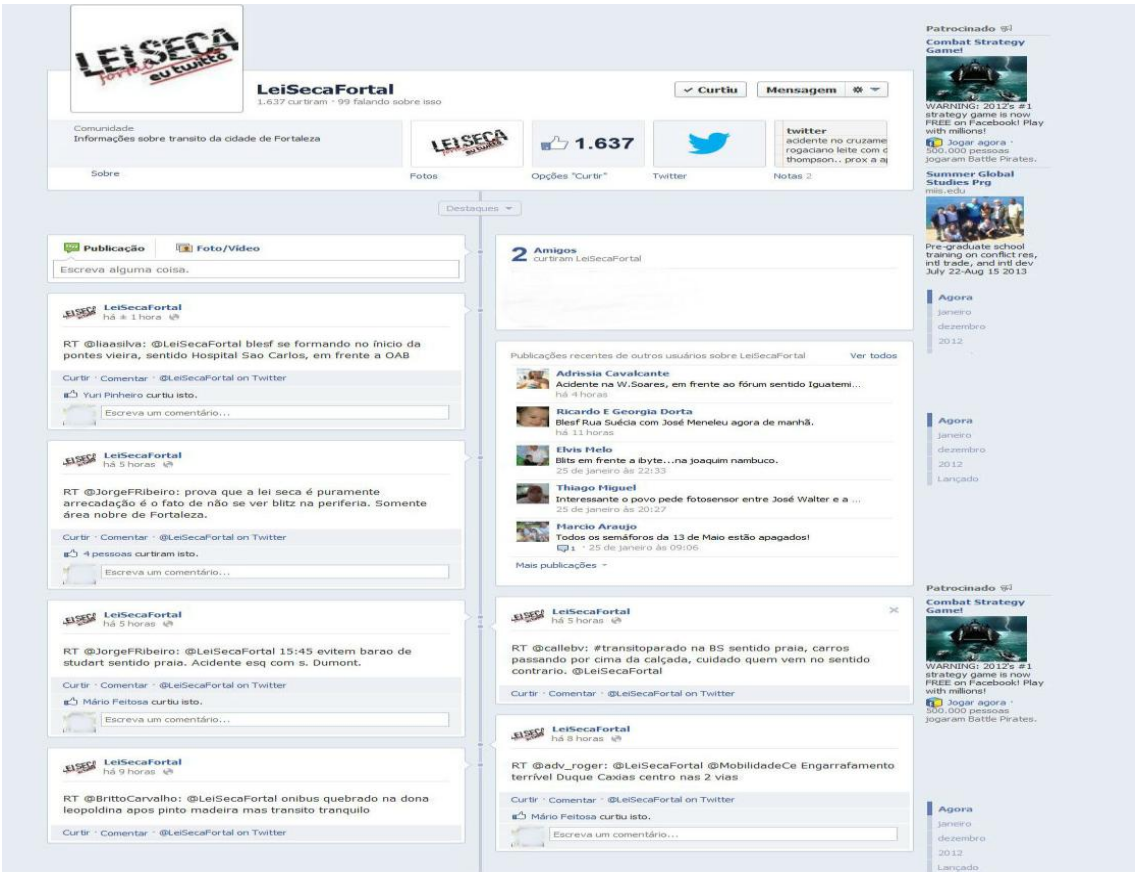


30 Disponível em http://www.leisecafortal.com.br/. Acesso em 12 de janeiro de 2013.

31 Disponível em http://www.facebook.com/pages/LeiSecaFortal/415504255147715?fref=ts. Acesso em 31 de janeiro de 2013.

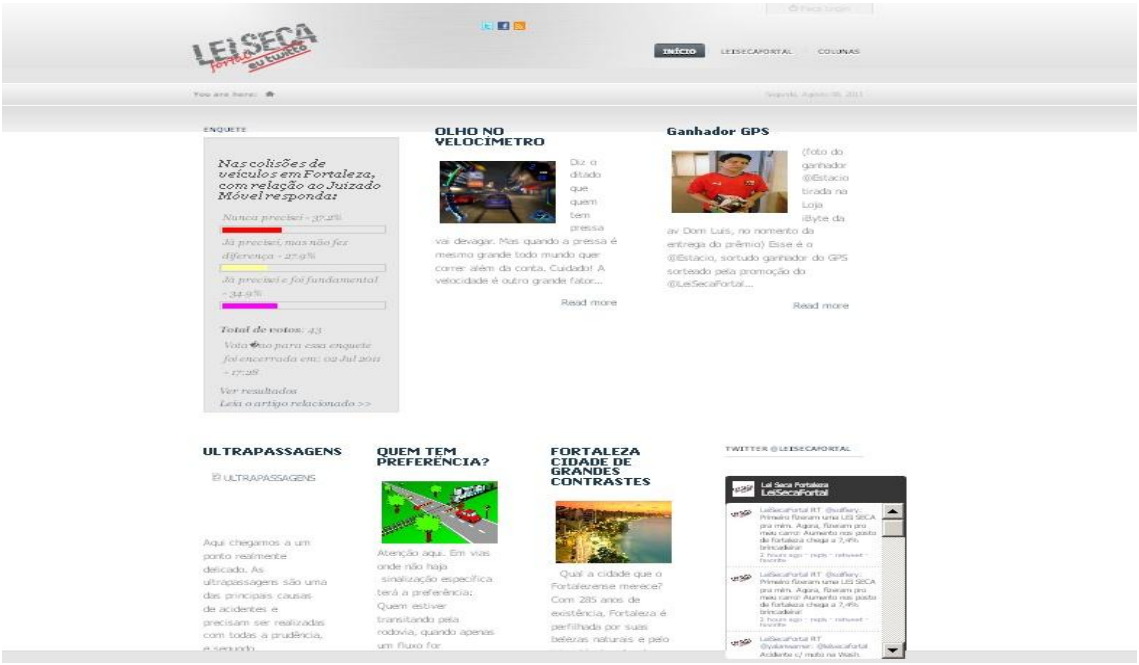
32 Imagem produzida no dia 30 de janeiro de 2013.

Imagem 2: Print Screen do Facebook do @LeiSecaFortal[33]



33 Imagem produzida no dia 30 de janeiro de 2013.

Imagem 3: Print Screen do site do @LeiSecaFortal[34]



3.1. MATERIAL E METODOLOGIA DA PESQUISA

Antes de apresentar o objeto de estudo propriamente dito, apresenta-se neste capítulo a metodologia adotada para a análise. A pesquisa tem como característica a descrição de um objeto a partir da observação. Denominando-se "pesquisa descritiva". As pesquisas descritivas são, juntamente às exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. São também as mais solicitadas por organizações como instituições educacionais, empresas comerciais, partidos políticos, etc (GIL, 1991).

Na pesquisa, houve necessidade de selecionar um *corpus* empírico, na medida em que "é preciso selecionar o objeto e a forma de coleta de dados, antes de iniciar essa análise" (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p.118). Dessa forma, foram analisadas 561 postagens do perfil Lei Seca Fortal da rede social Twitter do ano de 2012. Nesse ano, o perfil passou por modificações, principalmente na gerência, quando Lenine Nóbrega passou a administração para Gigliani Maia. Com o objetivo de explanar e descrever o perfil em questão ao longo de uma época anterior, ainda na gerência de Lenine, também foram apresentadas 749 postagens do ano de 2011. Porém, as postagens referentes ao ano de 2011 não serão objeto de

[34] Imagem produzia no dia 31 de janeiro de 2013.

análise, mas um meio para entender como funcionava o processo antes da mudança de gerência do perfil.

Foi escolhido um *corpus* empírico que engloba as postagens realizadas em datas (10 a 16 de determinado mês) tidas como "normais"[35] do ano de 2011 e 2012. As semanas do ano de 2012 foram escolhidas a partir da volta da atividade do perfil, que se encontrou inativo durante os meses de Janeiro, Fevereiro e Março desse ano. Dessa forma, após a volta do perfil no mês de Abril (considerado o mês ainda de estabilização do perfil), foram escolhidas as semanas dos meses ímpares, com um intervalo de dois meses entre elas: Maio, Julho, Setembro e Novembro. A escolha se deu a partir de Maio, porque houve espera de um mês para a estabilidade das postagens do perfil, tendo em vista que os seguidores tomaram, no decorrer de Abril, conhecimento da atividade do @LeiSecaFortal e voltaram a colaborar com os tweets. Somando as postagens das semanas dos quatro meses coletados, o total de tweets foi de 561.

A semana de 2011 foi escolhida somente como fonte de comparação com as do ano de 2012. É importante a coleta de um ano anterior, pois a gestão era diferente, assim como o contexto, já que os problemas mostraram-se outros nos resultados. A escolha ocorreu da seguinte forma: um trabalho científico foi elaborado em 2011, ressaltando somente tal semana (NEVES, 2011). Aproveitou-se a coleta e a análise do trabalho para compará-los com o novo *corpus* empírico. Além disso, o mês de março teve um evento atípico, o período de chuvas, o que influenciou sobremaneira nas questões que envolvem o trânsito. Ao todo, em somente uma semana, foram coletadas 749 postagens. O total de apenas uma coleta em 2011 é superior a 2012, por isso nenhuma amostra a mais foi coletada, tendo sido considerada suficiente para comparação.

Para compreender os tweets postados pelo perfil e suas finalidades, aplica-se neste trabalho o método de análise de conteúdo, já que não lida somente com texto e sentido, mas com o contexto e o processo de comunicação do objeto (CAREGNATO; MUTTI). A análise será qualitativa e quantitativa, tendo em vista que tanto a frequência das características que se repetem no conteúdo do texto quanto a presença ou ausência de certa característica de conteúdo ou conjunto delas em parte da mensagem serão utilizadas na pesquisa (CAREGNATO; MUTTI, 2006). Vale ressaltar que as pesquisas baseadas em tal método são empíricas e não seguem um modelo exato, analisando o texto e o contexto peculiar em cada caso (CAPPELLE; MELO; GONÇALVES, 2011).

---

[35] A palavra normal define uma semana do cotidiano, de rotina comum. Sem feriados, sem datas comemorativas, sem grandes eventos.

Na análise de conteúdo detectam-se significações por meio dos indicadores nos textos. Dessa forma, foi realizada uma categorização, buscando palavras chaves nas postagens que indicassem características convergentes. Foi realizada uma quantificação, na qual todas as informações foram transformadas em indicadores empíricos. Depois, foi realizada a codificação, em que "os traços significativos do objeto são reunidos em categorias e através da descrição os fenômenos concretos são organizados em tipos empíricos, por meio de inferências indutivas" (LOPES, 2005, p. 130).

Houve uma separação dos tweets e uma organização de modo que os assuntos fossem semelhantes, bem como a formulação de categorias, descrevendo-as de acordo com o contexto e as diferenças. Após esse passo, foi realizado o encaixe dos tweets em cada uma das categorias, devendo-se destacar a criação de uma categoria denominada "Outros" para englobar as postagens mais divergentes e sem características homogêneas.

A partir dos dados coletados e devidamente separados, contabilizou-se a quantidade de cada categoria por dia de postagem, cuja pesquisa empírica é demonstrada pela criação de tabelas em dados numéricos. Além disso, foi calculada a porcentagem que cada dado representa para o todo (quando o número de todos os dias são somados e equivalem ao total da semana).

Também foram realizadas entrevistas com os gerenciadores do perfil. Segundo Gil (1991), as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, com vista na formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Dessa forma, a entrevista é tida como uma forma de investigação e apuração, que capta os sentimentos e desejos do entrevistado, que é a fonte de informação (VEIGA; GONDIM, 2001). É algo mais subjetivo, mesmo sendo uma forma de embasamento da pesquisa.

A entrevista foi realizada com o gerenciador do perfil, o criador Lenine Nóbrega, no dia 12 de outubro de 2011, via e-mail. Trata-se de um registro fechado e escrito, estruturado com roteiro rígido. Já com o novo gerenciador, Gigliani Maia, foi realizada uma entrevista semi-estruturada no dia 12 de janeiro de 2013. O novo gerenciador foi entrevistado pessoalmente.

3.2. HISTÓRIA E ENTREVISTA COM O ANTIGO E COM O ATUAL GERENCIADOR[36]

De acordo com o ex-gerenciador do perfil, Lenine Nóbrega, o @LeiSecaFortal foi uma adaptação do perfil que já existia no Rio de Janeiro, apontando blitz. A partir de um projeto para o Mestrado, em 2008, Lenine Nóbrega resolveu analisar as redes sociais, inspirando-se no exemplo da cidade carioca. "Usar as redes sociais para colaboração e serviço de utilidade pública, envolvendo um assunto tão importante e que atinge um grande número de pessoas, que é o trânsito, foi um estudo de caso perfeito, pois ao tentar melhorar o trânsito usando a tecnologia, estamos colaborando também para o meio ambiente", contou.

Ele afirmou que, baseado no projeto de Mestrado, criou dois perfis "com a finalidade de ajudar com informações no trânsito e diminuir o número de carros nas ruas": o @LeiSecaFortal e o @CaronaFortal. Na parte administrativa do perfil, Lenine teve ajuda de colegas do Mestrado no início. "Quando tínhamos inicialmente um trabalho mais proativo, isto é, todas as informações eram registradas e postadas por nós mesmos. Depois que o número de seguidores cresceu e a quantidade de mensagens também, fiquei sozinho administrando as mensagens", relatou.

Quanto ao site, Lenine afirmou que a ideia era agrupar as melhores informações sobre trânsito e elencar os assuntos mais relevantes do perfil do Twitter, além de possibilitar enquetes para os seguidores. "Também seria uma maneira de ter publicidades pagas, na intenção de custear o desenvolvimento do perfil do Twitter com programadores e colaboradores. Apesar do grande número de acessos diários no site, ainda não obtivemos recursos financeiros suficientes para contratar ajudantes", disse.

Mas a gerência de Lenine não permaneceu por muito tempo. Em janeiro de 2012, mais precisamente no dia 3, um evento atípico aconteceu em Fortaleza e resultou na inativação do perfil por um tempo. No dia da greve da Polícia Militar, aconteceram eventos criminosos na cidade, como arrastões e assaltos à mão armada. O perfil denunciou alguns tweets que faziam referência ao fato, porém, o dia também ficou conhecido por haver uma série de boatos que geraram um caos na cidade, causando inclusive o fechamento de lojas e departamentos antes do fim do horário comercial.

---

[36] A entrevista com Lenine Nóbrega foi realizada por email, no dia 12 de outubro de 2011. Já a entrevista com Gigliani Maia foi realizada pessoalmente, no dia 12 de janeira de 2013.

Pela divulgação que o @LeiSecaFortal havia feito (retwittando casos irreais de pessoas que estavam provocando os boatos), alguns seguidores criticaram a postura do gerenciador. Por causa da decepção e chateação causada pelas críticas, Lenine resolveu fechar o perfil, tornando-o inativo, ou seja, sem atualizá-lo com novas postagens. O perfil ficou fechado durante os meses de janeiro, fevereiro e março, quando a administração foi repassada para um amigo pessoal do ex-gerenciador, o Gigliani Maia.

Após três meses, com a volta do perfil, Gigliani contou mensagens de boas-vindas dos seguidores foram enviadas. “Foi algo em torno de 150 mensagens instantâneas, dizendo que os usuários estavam muito felizes com a volta, que era uma ferramenta fundamental e que não podia ter parado”, afirmou. Gigliani ainda confidenciou que chegou a mostrar as mensagens ao ex-gerenciador, o Lenine, confirmando a importância do perfil para os internautas.

Segundo Gigliani, o processo de retomada do perfil do Twitter foi simples. “Uma das coisas que o Lenine me passou e que eu tento seguir como regra é tentar interferir o menos possível”, disse. Para Gigliani, o papel do gerenciador é um papel mais externo, apenas monitorando o que ocorre.

“Para mim, o perfil é uma comunidade que é autogerida, ou seja, o que acontece nela, quais as principais informações, isso tudo é a comunidade que determina, a gente tenta não interferir. É uma comunidade que anda meio sozinha, ela divulga o que ela quer, ela divulga o que é mais importante. Então a gente não atrapalha muito, a gente tenta ajudar”, explicou. A participação dos seguidores é intensa e, quando retweetados, alguns se sentem prestigiados, chegando a se tornar assíduos, como explica o gerenciador.

Sem nenhum tipo de publicidade atrelada à marca do perfil, o gerenciador afirmou que sua principal função é repassar as mensagens que são relevantes, sem algum tipo de propaganda ou opinião incluída. “Na época de campanha política, é impressionante como as pessoas querem usar essa ferramenta de divulgação para impor suas opiniões. Acho que a principal função do gerenciador do perfil é tentar tirar um pouco dessa coisa de direcionar críticas a um grupo político ou a determinado grupo para que a gente tenha realmente contribuições”, ressaltou.

Sozinho, o gerenciador passa a maior parte do tempo conectado. “Praticamente quando eu estou acordado, eu estou ligado direto no que acontece e tirando alguns minutos para ler o que o pessoal twitta e passar para frente. Fim de semana também”, disse. De acordo com ele, quando há dias atípicos, como na época de chuvas, é mais complicado de administrar sozinho, pois muitas mensagens são enviadas em cada segundo.

Gigliani contou que há algumas ferramentas automáticas que lhe ajudariam a retweetar boa parte do conteúdo enviado, mas ele nunca quis colocar. "Não existe filtro. Até tem alguns filtros por nome, mas a comunidade é muito esperta, então isso não funcionaria. Isso me pouparia tempo. Não precisaria ficar 24 horas ligado, mas eu perderia o filtro", disse. Segundo o gerenciador, o filtro é subjetivo. Ele explicou que a partir de sua visão, tenta tirar conotações falsas, propagandas ou opiniões impostas.

Mesmo tentando se manter imparcial na hora de administrar, Gigliani assumiu que em alguns casos ele interfere diretamente. Isso geralmente ocorre uma vez por semana. Exemplos disso é quando ele aciona uma ambulância para socorrer vítimas de um acidente twittado ou um caso de pessoa desaparecida, em que ele ajudou e acompanhou todo o desenrolar da história que acabou com um final feliz. Sobre as postagens mentirosas (como as do dia da greve da Polícia Militar), Gigliani se limitou a dizer que acredita no poder de colaboração do público, afirmando de que a maioria das pessoas possui boa intenção para ajudar nas questões do trânstio.

Além disso, o gerenciador acredita que as interferências são positivas e, na parte policial, o grupo Raio[37] da Polícia Militar do Ceará[38] está ajudando diretamente. "Acho que a parte policial cresceu muito ainda por contar com esses órgãos, de ter uma ferramenta assim. Qual a ferramenta que a gente tinha? Apenas ligar. Então em vez de você só ligar você tem essa outra [opção]", concluiu.

Porém, a ação citada acima acontece da seguinte maneira: o seguidor twitta a mensagem de roubo ou algum crime para o @LeiSecaFortal, com a finalidade de alertar a sociedade, e ao perfil da polícia, acionando-a. O gerenciador deixa claro que não há uma parceria com os órgãos. A única ligação estabelecida foi com o Juizado Móvel[39], que disponibilizou-se a atender as ocorrências de colisões desde que o @LeiSecaFortal alertasse, segundo Gigliani. "Acho até que os órgãos governamentais que tratam disso [problemas com o trânsito] tem que dar uma atenção maior, a mesma atenção que dão para um atendimento telefônico, para as mídias sociais", considerou.

---

37 "Ronda de Ações Intensivas e Ostensivas - mais conhecida como Equipe Raio - foi criada em 12 de março de 2004 e trouxe à Polícia Militar do Ceará mais mobilidade e flexibilidade no combate ao crime. O Raio tem como função fortalecer o policiamento ostensivo e dinamizar o atendimento das ocorrências oriundas da Coordenadoria Integrada de Operações de Segurança (Ciops), através das atividades de polícia em locais de difícil acesso; e na abordagem de indivíduos suspeitos caminhando em locais inóspitos ou conduzindo bicicletas, mobiletes e motos. As equipes, compostas, geralmente por três motociclistas, atuam no foco do crime efetuando combate ao porte ilegal de armas, o consumo e o tráfico de drogas em pontos de vendas nos bairros de Fortaleza. Descrição retirada da página oficial do grupo no Facebook". Disponível em http://www.facebook.com/pages/RAIO-PMCE/197293553676905?sk=info. Acesso em 30 de janeiro de 2013.

38 https://twitter.com/PMCE_oficial. Acesso em 12 de janeiro de 2013.

39 https://twitter.com/juizadomovel_CE. Acesso em 12 de janeiro de 2013.

Perguntado sobre a relação do perfil com os seguidores, Gigliani acredita que muitos tenham mudado suas rotas por causa dos tweets. Mas sobre a relação do perfil com a cidade, mais precisamente quando se cobra políticas públicas, o gerenciador não sente uma força política de comunidade. “Eu não sou prepotente de achar que a gente faz a diferença nesse aspecto, mas eu acho que a gente faz uma diferença muito boa na colaboração, ou seja, as pessoas que seguem terem alternativas de rotas diferentes, de desabafarem o que estão vendo de errado na cidade e com isso criar algum movimento”, explicou.

Ele ainda citou que o perfil influencia algumas pautas na grande imprensa, além de ressaltar a importância da visibilidade para provocar algumas mudanças. “Às vezes eu vejo que a gente passa uma coisa do perfil para frente e logo em seguida a rádio divulga. Isso acaba ajudando, porque o poder da imprensa é muito forte em cima disso, a gente faz isso de uma forma indireta”, afirmou.

De acordo com o gerenciador, assim como a imprensa aproveita as postagens, os órgãos públicos também deveriam aproveitar, pois o que o perfil está gerando é estatística referente ao trânsito da cidade, englobando trechos mais congestionados ou com infraestrutura ruim. “Não precisa ser muito especialista em segurança pública para saber que existem ações direcionadas, estatísticas, então a solução meio que está muito próxima. É você usar toda essa informação como sistema e fazer ações pontuais contra isso”, disse.

Dessa forma, ele dá o um exemplo pontual usando a BR-116. “Se eu sei que a BR de manhã, das 7h às 8h, vai estar engarrafada, porque todo dia está e todo dia me postam isso, porque não se faz uma ação para desbloquear isso? Então, não usar essa informação que está disponível meio que indigna a gente, porque a gente está gerando estatística e apontando problemas, mas o outro lado que tem que dar a solução (...)”, comentou.

Gigliani ainda analisou que as postagens e mensagens dos seguidores variam de acordo com o que acontece na cidade. “Alguns dias são interessantes, para você vê como é bem a cara da cidade mesmo: nos períodos de aula, das 5h30 às 6h da manhã, já começa todo mundo meio que postando. Nessa época de férias é muito tranquilo, é a cara da cidade mesmo. Um sábado de manhã como esse tinham dois ou três tweets”, salientou. Ou seja, de acordo com ele, o @LeiSecaFortal retrata ou espelha o que a cidade é e faz.

Para Gigliani, o assunto mais recorrente nas mensagens, que ele recebe por dia, é sobre congestionamento. “Parou algum canto da cidade e vem [muitas mensagens]. Mas os principais assuntos são congestionamentos, tem aqui e acolá buracos e em dia especial de chuva”, contou.

Quando perguntado sobre uma possível modificação no papel do perfil, criado a princípio para informar sobre blitz, Gigliani afirmou que o @LeiSecaFortal realmente foi se modificando de acordo com o interesse da sociedade que o gere, depois de um tempo. “Acho que isso é um amadurecimento das próprias pessoas que usam o perfil. Outra coisa que acho também é a educação em cima da campanha que a imprensa está fazendo sobre dirigir alcoolizado. Existe uma campanha muito forte para que as pessoas se conscientizem que isso não é possível, então as próprias pessoas deixam de divulgar, porque querem que as pessoas que dirijam alcoolizadas caiam em fiscalizações e sejam punidas pela lei. Então, acredito que esse é o principal motivo pelo qual as pessoas usam muito mais para tráfego do que para blitz”, informou.

Além disso, o gerenciador não considera que apontar as blitz é agir de forma ilegal. “Eu acho que a gente acaba fazendo um papel que o estado meio que negligenciou, que é o papel da educação. Eu tenho alguns depoimentos no perfil falando o seguinte: – Hoje vou ficar em casa, porque a cidade está cheia de blitz”, relatou.

Segundo o gerenciador, a divulgação pode ser usada para tentar fugir da fiscalização, mas o seguidor pode temer a fiscalização em toda cidade e dessa forma fazer com que ele não saia ou não infrinja nenhuma norma de trânsito. “O que é importante das pessoas saberem é que não pode dirigir sob efeito de álcool. Quem vai botar isso na cabeça das pessoas não sou eu, não é o perfil. Quem tem poder de fazer isso é o Estado”, considerou.

Ele também ressaltou que há diversas formas de divulgação sobre blitz. “Eu acho que não é solução não divulgar, porque tem 280 formas de divulgar. Uma que a gente usa é essa, mas se não usar, a própria comunidade vai arrumar outra forma”, avaliou. Segundo Gigliani, a intenção do perfil, quando informam as blitz, é de orientar para que os motoristas não bebam. “No próprio perfil, a gente tenta fazer muito isso na hora que divulga colocando: se beber, não dirija”, disse.

3.3. CATEGORIZAÇÃO DO *CORPUS* EMPÍRICO

Foi realizado um recorte temporal de quatro semanas de postagens do perfil @LeiSecaFortal, tendo em vista a grande quantidade de postagens diárias. Foi escolhido o corpus empírico com postagens durante uma semana de Março de 2011, do dia 10 ao 16 (de quinta-feira a quarta-feira); uma semana de maio de 2012, do dia 10 ao 16 (de quinta-feira a

quarta-feira); uma semana de Julho de 2012, do dia 10 ao 16; uma semana de Setembro, do dia 10 ao 16 e uma semana de novembro, do dia 10 ao 16.

Tabela 2: Coleta do ano de 2012

Mês	**Postagens**	**Dias da semana (10 a 16)**
Maio	191	Quinta a Quarta-feira
Julho	144	Terça a Segunda-feira
Setembro	126	Segunda-feira a Domingo
Novembro	100	Sábado a Sexta-feira

Tabela 3: Coleta do ano de 2011

Mês	**Postagens**	**Dias da semana (10 a 16)**
Março	749	Quinta a Quarta-feira

As categorias possuem uma descrição para os tweets do @LeiSecaFortal serem alocados individualmente de forma mais precisa. Essa forma facilita a análise final do conteúdo. Abaixo as descrições de cada categoria.

***Blitz/Multas*:** Nesta categoria estão os tweets que contém a hashtag #Blesf. Estão aqueles que alertam sobre blitz em locais da cidade, sobre ações que aconteceram, acontecem ou podem vir a acontecer, da Autarquia Municipal de Trânsito, Serviços Públicos e de Cidadania de Fortaleza (AMC) nas ruas, multando os infratores das regras do trânsito. Além disso, também engloba tweets que alertam sobre aparelhos que multam, como radares móveis e foto-sensor.

Exemplo: *"RT @RaphaelJacques: @LeiSecaFortal #Blesf da AMC na Av. Godofredo Maciel em frente ao Baião de 10. 22:36h".* Postado no dia 10 de novembro de 2012.

***Acidentes/Colisões*:** Nesta categoria estão os tweets que abordam assuntos relacionados à (a) acidentes no trânsito como: atropelamento, colisões de veículos, árvores caídas. Caso o conteúdo contenha um engarrafamento (ou qualquer outro acontecimento característico da categoria *Tráfego*), se provocado por um acidente, o tweet deve ser encaixado nesta categoria. Entretanto, quando o motivo do acidente for um bueiro ou buraco

(ou qualquer outro problema de infraestrutura característico da categoria Infraestrutura), o tweet deve ser colocado no quesito Infraestrutura.

Exemplo: *"RT @herbe_: acidente no cruzamento da Borges de Melo com Luciano Carneiro com um Civic e uma moto. Mto trânsito sentido sertão. EVITEM!".* Postado no dia 12 de maio de 2012.

***Infraestrutura*:** Nesta categoria estão os tweets que abordam assuntos relacionados à infraestrutura de Fortaleza. Podem ser reclamações e denúncias de buracos nas estradas, ou avisando que ajeitaram os buracos de um determinado lugar. Também estão inclusos os tweets que tratam de ruas alagadas, sem escoamento, ou ainda de trechos em obras e obras paralisadas. Além desses, os tweets que abordam a falta de energia, semáforos e postes apagados e quebrados, assim como postes caídos também estão nesta categoria.

Exemplo: *"RT @junior_anapaula: @LeiSecaFortal sinal quebrado... José Vilar com tenente benévolo"*. Postado no dia 13 de setembro de 2012.

***Comportamento*:** Nesta categoria estão os tweets que abordam assuntos relacionados ao comportamento das pessoas no trânsito, pedestres ou motoristas. Estão inclusos os tweets que tratam do modo que os motoristas estão dirigindo, que os motoristas estão se comportando e o comportamento dos pedestres em relação à atravessar na faixa e demais sinalizações do trânsito.

Exemplo: *"RT @vasco_vieira: @LeiSecaFortal os carros para cearense deviam vir sem as setas, pq ô coisa dificil de se usar. Liga a seta rapah!"*. Postado no de 11 de julho de 2012.

***Tráfego*:** Nesta categoria estão os tweets que abordam assuntos relacionados ao tráfego nas ruas, fora aqueles que já se enquadram nas outras três categorias, citadas acima. Estão aqueles que comentam sobre o fluxo de veículos, sobre obstáculos nas pistas (como carros quebrados, trechos em obras) que dificultam o trânsito. Também aqueles que falam de alterações no sentido das ruas ou de rotas.

Exemplo: "*RT @ojrsilva: @LeiSecaFortal #engarrafamento quilométrico na DEP Paulino Rocha, sentido castelão".* Postado no dia 14 de setembro de 2012.

***Outros*:** Nesta categoria estão os demais tweets que não se encaixam nas demais categorias. São tweets que, em geral, elogiam a funcionalidade do @LeiSecaFortal, usuários pedindo informações etc.

Exemplo: "*RT @iuriazevedo: Qnd nao estiver conectado, saiba as informações do trânsito sintonizando a rádio @expresso_fm 90,7 no seu carro*". Postado no dia 16 de julho de 2012.

3.4. APLICAÇÃO E CONTABILIZAÇÃO

Após a compilação dos tweets, foi realizada a contabilização por dia e por categoria. Segue abaixo a contabilização das postagens referentes ao ano de 2012.

3.4.1. MAIO 2012

Tabela 4: Categorização de quinta-feira de maio de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
10/05	6	4	1	1	21	3

Quinta-feira: No dia 10 de maio de 2012, o @LeiSecaFortal postou 36 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já as com menor número foram as de Comportamento e Infraestrutura.

Tabela 5: Categorização de sexta-feira de maio de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
11/05	8	7	2	0	20	0

Sexta-feira: No dia 11 de maio de 2012, o @LeiSecaFortal postou 37 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já as com menor número foram as de Comportamento e Outro, que resultaram em nenhuma postagem.

Tabela 6: Categorização de sábado de maio de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
12/05	4	3	1	1	5	3

Sábado: No dia 12 de Maio de 2012, o @LeiSecaFortal postou 17 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já as com menor número foram as de Comportamento e Infraestrutura.

Tabela 7: Categorização de domingo de maio de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
13/05	4	1	0	1	2	0

Domingo: No dia 13 de maio de 2012, o @LeiSecaFortal postou 8 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já as com menor número foram as de Infraestrutura e Outros, com nenhuma postagem.

Tabela 8: Categorização de segunda-feira de maio de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
14/05	2	3	3	1	9	8

Segunda-feira: No dia 14 de maio de 2012, o @LeiSecaFortal postou 26 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Comportamento.

Tabela 9: Categorização de terça-feira de maio de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
15/05	5	3	2	2	2	4

Terça-feira: No dia 15 de maio de 2012, o @LeiSecaFortal postou 18 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já as com menor número foram as de Comportamento, Infraestrutura e Tráfego, empatados na quantidade de postagens.

Tabela 10: Categorização de quarta-feira de maio de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
16/05	7	9	5	4	13	18

Quarta-feira: No dia 16 de maio de 2012, o @LeiSecaFortal postou 56 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Outros, já a com menor número foi a de Comportamento.

Considerações sobre contabilização de maio

Ao todo foram 191 postagens em uma semana. A categoria Tráfego representa 37,69% das postagens. Em seguida, vêm as categorias Blitz/Multas e Outros, ambas com 18,8%. Além disso, a de Acidentes/Colisões aparece com 15,7%. As outras categorias estão com porcentagens bem próximas: Infraestrutura com 3,66%; Comportamento com 5,23%. Ou seja, a categoria mais recorrente, Tráfego, possui uma diferença de 34,03% em relação a que menos aparece, a de Infraestrutura.

Pode-se concluir que no mês de maio, os seguidores estiveram mais interessados nas postagens sobre o tráfego nas ruas de Fortaleza. Tendo em vista a grande diferença da primeira para a última categoria com mais postagens, as afirma-se que houve mais engarrafamento ou dificuldade no fluxo de carros que problemas com infraestrutura. Além disso, os usuários colaboraram de forma razoável com informações de blitz ou ações que multassem os motoristas.

3.4.2. JULHO 2012

Tabela 11: Categorização de terça-feira de julho de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
10/07	3	4	1	1	6	0

Terça-feira: No dia 10 de julho de 2012, o @LeiSecaFortal postou 15 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Outros, com nenhuma postagem.

Tabela 12: Categorização de quarta-feira de julho de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
11/07	3	6	4	3	9	1

Quarta-feira: No dia 11 de julho de 2012, o @LeiSecaFortal postou 26 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Outros.

Tabela 13: Categorização de quinta-feira de julho de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
12/07	6	4	0	0	4	1

Quinta-feira: No dia 12 de julho de 2012, o @LeiSecaFortal postou 15 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já as com menor número foram as de Infraestrutura e Comportamento, com nenhuma postagem.

Tabela 14: Categorização de sexta-feira de julho de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
13/07	5	10	0	2	7	3

Sexta-feira: No dia 13 de julho de 2012, o @LeiSecaFortal postou 27 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Acidentes/Colisões, já a com menor número foi a de Infraestrutura, com nenhuma postagem.

Tabela 15: Categorização de sábado de julho de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
14/07	9	4	2	0	3	4

Sábado: No dia 14 de julho de 2012, o @LeiSecaFortal postou 22 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já a com menor número foi a de Comportamento, com nenhuma postagem.

Tabela 16: Categorização de domingo de julho de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
15/07	11	2	1	1	4	2

Domingo: No dia 15 de julho de 2012, o @LeiSecaFortal postou 21 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já as com menor número foram as de Infraestrutura e de Comportamento, com o mesmo número de postagens.

Tabela 17: Categorização de segunda-feira de julho de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
16/07	4	2	1	2	4	5

Segunda-feira: No dia 16 de julho de 2012, o @LeiSecaFortal postou 18 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Outros, já a com menor número foi a de Infraestrutura.

Considerações sobre contabilização de julho

Ao todo foram 144 postagens em uma semana. A categoria Blitz/Multas representa 28,47% das postagens. Em seguida, vem a categorias Tráfego, com 25,69%. Logo em seguida, aparece a de Acidentes/Colisões aparece com 22,22%. As outras categorias estão com porcentagens bem próximas: Outros, com 11,11%; Infraestrutura e Comportamento, ambas com 6,25%. Ou seja, a categoria mais recorrente, Blitz/Multas, possui uma diferença de 22,22% em relação as que menos aparecem, a de Infraestrutura e Comportamento.

Pode-se afirmar que do mês de maio para o de julho houve uma queda na quantidade de postagens no perfil. O total de tweets sobre tráfego caiu consideravelmente, sendo a segundo categoria com maior número de postagens. Isso deve-se ao recesso escolar, contribuindo para o fluxo do trânsito. Também nota-se que o número de informações sobre blitz e multas aumentou, apontando que por ser um período de alta estação aumentou a fiscalização nas ruas ou o número de pessoas que saem para se divertir. Novamente, questões relacionadas à infraestrutura não são preocupações dos fortalezenses.

3.4.3. SETEMBRO 2012

Tabela 18: Categorização de segunda-feira de setembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
10/09	0	4	1	1	5	1

Segunda-feira: No dia 10 de setembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 12 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Blitz/Multas, que não obteve postagens.

Tabela 19: Categorização de terça-feira de setembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
11/09	2	7	1	0	5	2

Terça-feira: No dia 11 de setembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 17 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Acidentes/Colisões, já a com menor número foi a de Comportamento, que não obteve postagens.

Tabela 20: Categorização de quarta-feira de setembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
12/09	7	2	4	1	4	2

Quarta-feira: No dia 12 de setembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 20 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já a com menor número foi a de Comportamento.

Tabela 21: Categorização de quinta-feira de setembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
13/09	4	2	9	2	6	4

Quinta-feira: No dia 13 de setembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 27 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Infraestrutura, já as com menor número foram as de Acidentes/Colisões e Comportamento.

Tabela 22: Categorização de sexta-feira de setembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
14/09	2	5	0	2	5	8

Sexta-feira: No dia 14 de setembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 22 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Outros, já a com menor número foi a de Infraestrutura.

Tabela 23: Categorização de sábado de setembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
15/09	5	1	0	0	1	4

Sábado: No dia 15 de setembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 11 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já as com menor número foram as de Infraestrutura e Comportamento.

Tabela 24: Categorização de domingo de setembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
16/09	9	1	2	1	2	2

Domingo: No dia 16 de setembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 17 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já a com menor número foi a de Acidentes/Colisões e Comportamento.

Considerações sobre contabilização de setembro

Ao todo foram 126 postagens em uma semana. A categoria Blitz/Multas representa 23% das postagens. Em seguida, vem a categoria Tráfego, com 22,2%. Logo depois, aparecem de forma bem aproximada a de Outros, com 18,2%, e a de Acidentes/Colisões, com 17,4%. As outras categorias estão com menores porcentagens são: Infraestrutura, com 13,4, e Comportamento, com 5,5%. Ou seja, a categoria mais recorrente, Blitz/Multas, possui uma diferença de 17,5% em relação a que menos aparece, a de Comportamento.

Pode-se afirma que o número de postagens diminuiu novamente do mês de julho para setembro. Isso demonstra que os participantes tem diminuído a participação ou o gerenciador está filtrando ainda mais os tweets direcionados ao perfil. A categoria de blitz se manteve na primeira colocação, mesmo tendo uma queda na quantidade de postagens, demonstrando que ou a fiscalização diminuiu ou os motoristas não estão saindo para se divertirem quanto no outro mês. A categoria de tráfego caiu ainda mais, apontando que o mês de setembro não teve muitos engarrafamentos ou que os motoristas usufruíram de outras rotas.

Já a categoria de infraestrutura teve um aumento considerável, mostrando que os problemas com essa questão, que não eram prioridade, se tornaram mais frequentes e potencializados. Por fim, o comportamento dos motoristas novamente aparece como um assunto não muito relevante nas postagens dos fortalezenses.

3.4.4. NOVEMBRO 2012

Tabela 25: Categorização de sábado de novembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
10/11	7	4	0	1	3	2

Sábado: No dia 10 de novembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 17 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Blitz/Multas, já a com menor número foi a de Infraestrutura, com nenhuma postagem.

Tabela 26: Categorização de domingo de novembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
11/11	0	1	0	0	0	1

Domingo: No dia 11 de novembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 2 vezes. Foi o dia analisado com menor número de postagens, onde as categorias com maior número de tweets foi a de Acidentes/Colisões e Outros, com somente um tweet. Já as outras categorias não tiveram nenhuma postagem.

Tabela 27: Categorização de segunda-feira de novembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
12/11	0	0	2	2	6	1

Segunda-feira: No dia 12 de novembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 11 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já as com menor número foram as de Blitz/Multas e Acidentes/Colisões.

Tabela 28: Categorização de terça-feira de novembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
13/11	0	8	2	0	12	3

Terça-feira: No dia 13 de novembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 25 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Blitz/Multas.

Tabela 29: Categorização de quarta-feira de novembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
14/11	2	3	2	1	7	5

Quarta-feira: No dia 14 de novembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 20 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Comportamento.

Tabela 30: Categorização de quinta-feira de novembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
15/11	2	1	0	0	1	6

Quinta-feira: No dia 15 de novembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 10 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Outros, já as com menor número foram as de Infraestrutura e Comportamento.

Tabela 31: Categorização de sexta-feira de novembro de 2012

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
16/11	4	2	1	1	3	4

Sexta-feira: No dia 16 de novembro de 2012, o @LeiSecaFortal postou 15 vezes. As categorias com maior número de tweets foram as de Blitz/Multas e Outros, já as com menor número foram as de Infraestrutura e Comportamento.

Considerações sobre contabilização de novembro

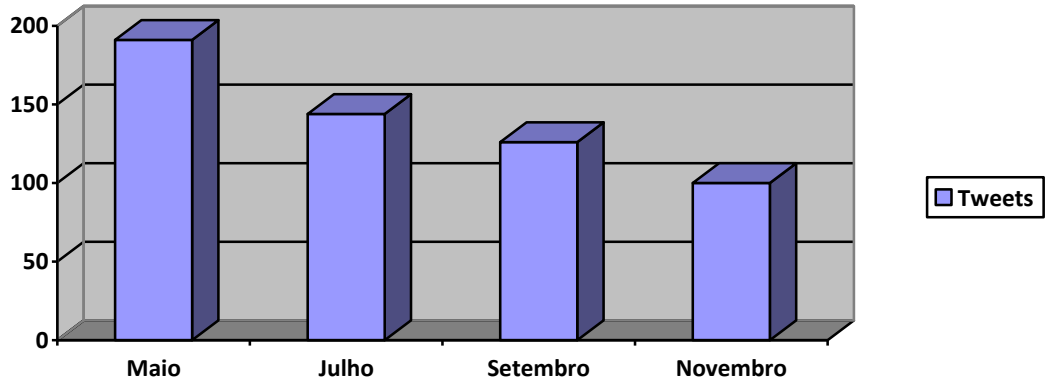
Ao todo foram 100 postagens em uma semana. A categoria Tráfego representa 43,52% das postagens. Em seguida, vem a categoria Infraestrutura com 20,02%. As outras categorias estão com porcentagens bem próximas: Acidentes/Colisões com 10,94%; Blitz/Multas com 9,47%; Outros com 8,67% e Comportamento com 7,34%. Ou seja, a categoria mais recorrente, Tráfego, possui uma diferença de 36,18% em relação a que menos aparece, Comportamento.

Como analisado nos outros meses, o fenômeno da diminuição de tweets permanece. O mês de novembro apresentou um total de postagens inferior ao de setembro. Mesmo assim, a categoria de tráfego teve mais tweets que no mês passado, mostrando que os engarrafamentos em Fortaleza aumentaram, assim como as reclamações sobre o assunto. Já o número de blitz e multas diminuiu. E mais uma vez, o assunto sobre comportamento de motoristas é o menos twittado, não sendo relevante para os motoristas fortalezenses.

3.4.5. REFLEXÃO SOBRE A COLETA DE 2012

Do total de 561 postagens dos meses coletados de 2012, percebe-se que o número de tweets veio declinando com o tempo. No mês de maio, foram contabilizados 191 itens twittados. Já em julho, foram 144, significando uma queda de 47 postagens. De julho para setembro, que teve um total de 126, houve uma queda de 18 tweets. Com mais uma queda, agora de 26 postagens, o mês de novembro registrou 100 itens twittados (ver gráfico).

Gráfico 1: Frequência das postagens durante os meses selecionados



Também notou-se que as categorias que aparecem como maior número de postagens por dia são: Tráfego e Blitz/Multas, ambas aparecem nove vezes. Já a categoria mais recorrente como a que tem menor quantidade de tweets por dia é a de Comportamento, que apareceu 17 vezes. Dessa forma, entende-se que as categorias mais recorrentes diariamente em que os seguidores do @LeiSecaFortal mais colaboram, analisando somente esse dado, são as referentes ao tráfego e engarrafamentos, além do alerta sobre blitz e multas.

Além disso, quando somadas todas as postagens coletadas de 2012 por categoria, ainda confirma-se que as categorias mais recorrentes são Tráfego e Blitz/Multas. Porém, a diferença agora é na quantidade, já que a primeira possui 169 postagens, enquanto a segunda possui 121. A categoria com menor número também continua a ser a de Comportamento, com apenas 31 tweets. Dessa forma, conclui-se que os seguidores do perfil não estão interessados em comentar o comportamento de outros motoristas ou dos pedestres, deixando o assunto em menor prioridade (ver tabela).

Tabela 32: Total por categoria do ano de 2012

Categorias /Meses	**Blitz/ Multas**	**Acidentes /Colisões**	**Infraestru-tura**	**Comporta-mento**	**Tráfego**	**Outros**
Maio	36	30	7	10	72	36
Julho	41	32	9	9	37	16
Setembro	29	22	17	7	28	23
Novembro	15	19	7	5	32	22
Total	*121*	*103*	*40*	*31*	*169*	*97*

Mesmo definindo qual categoria e qual mês é mais recorrente, ao analisar a tabela, percebe-se que há uma continuidade no número de postagens de cada categoria. Ou seja, geralmente, a categoria mantém uma quantidade semelhante de tweets por mês. Porém, nas categorias de Blitz/Multas, Infraestrutura e Tráfego há pelo menos um mês em que o número de postagens se difere muito dos outros, para mais ou para menos.

No próximo tópico, serão apresentadas as postagens do ano de 2011, em comparação com as de 2012. Adianta-se que o conteúdo não mudou, mas o contexto (como a época, infraestrutura da cidade, assim como o gerenciador e administração) muda muito.

3.4.6. COLETA DO MÊS DE MARÇO DE 2011

Tabela 33: Categorização de quinta-feira de março de 2011

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Coli-sões	Infraestru-tura	Comporta-mento	Tráfe-go	Outros
10/03	7	10	6	3	37	13

Quinta-feira: No dia 10 de março de 2012, o @LeiSecaFortal postou 76 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Comportamento.

Tabela 34: Categorização de sexta-feira de março de 2011

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
11/03	4	14	61	10	102	9

Sexta-feira: No dia 11 de março de 2011, o @LeiSecaFortal postou 200 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Blitz/Multas.

Tabela 35: Categorização de sábado de março de 2011

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
12/03	16	6	19	2	12	3

Sábado: No dia 12 de março de 2011, o @LeiSecaFortal postou 58 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Infraestrutura, já a com menor número foi a de Comportamento.

Tabela 36: Categorização de domingo de março de 2011

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
13/03	10	8	4	4	11	4

Domingo: No dia 13 de março de 2011, o @LeiSecaFortal postou 41 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já as com menor número foram as de Infraestrutura, Comportamento e Outros, empatadas com quatro postagens.

Tabela 37: Categorização de segunda-feira de março de 2011

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
14/03	12	11	12	7	56	6

Segunda-feira: No dia 14 de março de 2011, o @LeiSecaFortal postou 104 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Outros.

Tabela 38: Categorização de terça-feira de março de 2011

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
15/03	17	20	21	13	58	21

Terça-feira: No dia 15 de março de 2011, o @LeiSecaFortal postou 150 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Comportamento.

Tabela 39: Categorização de quarta-feira de março de 2011

Categorias/ Datas	Blitz/Multas	Acidentes/Colisões	Infraestrutura	Comportamento	Tráfego	Outros
16/03	5	13	27	16	50	9

Quarta-feira: No dia 16 de março de 2011, o @LeiSecaFortal postou 120 vezes. A categoria com maior número de tweets foi a de Tráfego, já a com menor número foi a de Blitz/Multas.

Considerações sobre contabilização de março de 2011

Ao todo foram 749 postagens em uma semana. A categoria Tráfego representa 43,52% das postagens. Em seguida, vem a categoria Infraestrutura com 20,02%. As outras categorias

estão com porcentagens bem próximas: Acidentes/Colisões com 10,94%; Blitz/Multas com 9,47%; Outros com 8,67% e Comportamento com 7,34%. Ou seja, a categoria mais recorrente, Tráfego, possui uma diferença de 36,18% em relação a que menos aparece, Comportamento.

Pode-se afirmar que a semana do mês de março de 2011, a quantidade de tweets era bastante maior do que as coletadas de 2012. Além disso, a categoria que abrange os problemas de engarrafamentos e fluxos de veículos novamente aparece como a mais recorrente, mostrando que a questão é um problema antigo e constante. Já o problema da infraestrutura aparece em evidencia, diferentemente do ano de 2012. Dessa forma, infere-se que durante o período havia reclamações bem recorrentes sobre o assunto. Mais uma vez, a categoria sobre comportamento é a última lembrada pelos motoristas fortalezenses.

3.5. ANÁLISE DE COMPARAÇÃO DO MATERIAL E DISCUSSÃO

Percebe-se que o número de postagens de apenas uma semana de 2011 é superior à coleta de todas as semanas de 2012. Enquanto no ano de 2012, as postagens semanais não passam de 200 tweets, em 2011 o número ultrapassa 700 na semana coletada. Umas das perguntas realizadas ao novo gerenciador, Gigliani Maia, foi sobre a queda nesse total semanal.

Para ele, isso se deve principalmente ao filtro utilizado, que ele batizou de "subjetivo". “Antigamente, na gestão do Lenine, eu sentia muito que se as pessoas postassem dez vezes a mesma coisa com palavras diferentes, geralmente. Ele não filtrava e passava a informação”, ressaltou.

Segundo o gerenciador, atualmente, mesmo que ele receba 50 postagens sobre o mesmo assunto – exemplo: uma colisão em um cruzamento movimentado em horário de pico –, o conteúdo só será retweetado duas ou três vezes. Ele explicou que isso dá qualidade ao perfil, não realizando várias vezes a mesma postagem. Gigliani também afirmou que passa o dia todo visualizando as mensagens, por isso filtra todas.

Além disso, a inatividade do perfil durante o início de 2012 foi prejudicial ao @LeiSecaFortal, de acordo com ele. “Muita gente deixou de ver. Quando eu voltei foram 150 mensagens de boas-vindas e alguns meses depois eu sempre recebia: "Ah, vocês voltaram". A gente passou um mês inteiro tentando divulgar para todo mundo que o perfil tinha voltado e

passaram-se três ou quatro meses e ficavam: "–Ah, vocês voltaram". Então, eu acho que a parada foi um pouco prejudicial, mas quando a gente voltou, voltamos com certa qualidade", considerou.

Outro fator importante a ser salientado, é que alguns perfis também não podem ser retweetados, pois existe uma ferramenta para alterar a privacidade do usuário. Com essa opção, o perfil tem as mensagens bloqueadas para *retweets*. m seus perfis. "As pessoas não olham essa configuração, passam para o perfil e o perfil não pode passar para frente, porque está bloqueado", explicou. Dessa forma, os próprios seguidores impedem que a informação seja repassada pelo @LeiSecaFortal.

Tendo em vista um meio de reverter esse fato, Gigliani, quando percebe o bloqueio dos tweets de determinado perfil, realiza um trabalho de conscientização e repassa um tutorial de como modificar a situação. "Eu sei que as pessoas querem colaborar, mas elas não sabem que elas estão impedidas. Toda vida que eu não consigo repassar eu vou lá e digo: – Oh, você precisa ver as configurações do Twitter, desbloquear a privacidade dos tweets, senão eu não consigo passar para frente", contou.

Como analisado no ano de 2012, a categoria de Tráfego também aparece como a mais recorrente no perfil em 2011. Dessa forma, conclui-se que os motoristas de Fortaleza estão frequentemente passando por problemas como engarrafamentos, além de serem mais interessados nesse assunto. Com o crescimento do fluxo de carros, Fortaleza é uma cidade com uma estrutura de vias ainda precária, com necessidade de avaliação dos trechos, para ampliação ou criação de novas alternativas.

O fato de a categoria ser frequentemente a mais recorrente também aponta que as estatísticas geradas pelo perfil, mostrando quais os trechos e horários com maior quantidade de carros, não são utilizadas para melhorias no trânsito, propriamente dito. O que ocorre, em alguns casos, é o próprio motorista alterar a sua rota diária em que há engarrafamento por outra com menor fluxo de veículos. Além disso, percebeu-se que a questão da infraestrutura em março de 2011 é bem evidente, diferentemente das semanas de 2012. Por ser um período chuvoso, março apresentou muito problemas em relação a buracos e alagamentos na cidade. Dessa forma, os motoristas reclamavam bastante e utilizavam o perfil para isso, até como forma de desabafo. Após esses acontecimentos, nota-se que os problemas com infraestrutura não são recorrentes, que gera duas justificativas: 1- os problemas podem ter sido sanados pelo poder público, através de melhorias nas ruas; 2- por não se tratar de um período com grande volume de chuva, a cidade não sofre tanto com a má qualidade da estrutura das vias; porém

com a vinda do próximo mês chuvoso a cidade pode estar sujeita a uma nova onda de falhas, como buracos e alagamentos, gerando as reclamações dos motoristas.

Além disso, percebeu-se que, no mês de férias, em julho de 2012, as informações sobre blitz ou sobre ações que multassem os motoristas aumentaram. Isso quer dizer que durante o período houve um aumento de fiscalização na cidade ou um aumento da frequência de pessoas saindo durante a noite para locais de diversão. Também é notório que os fortalezenses não estão interessados em repassar informações sobre o comportamento de outros motoristas ou, ainda, que o gerenciador do perfil filtra mensagens sobre assunto por julgá-las de menor importância.

Após tal análise, reflete-se que o perfil @LeiSecaFortal é uma ferramenta que gera estatística sobre o trânsito de Fortaleza, que poderia ser usada por órgãos públicos para melhorar o fluxo e a malha rodoviária da cidade. Além disso, verificou-se que os seguidores querem colaborar porque são estimulados ou pela indignação com o engarrafamento ou com um buraco na rua ou pela vontade de ajudar a vítimas de um acidente. Dessa forma, o perfil estimulou um sentimento de colaboração e auxílio entre os seguidores.

Conclui-se que o objeto estudado se enquadra no que Lévy (2010) afirmava ser o ciberespaço. Um lugar, não delimitado, em que convergia o público por meio das afinidades. No @LeiSecaFortal, as pessoas estão interessadas no trânsito de Fortaleza e, dessa forma, todas possuem voz, colaborando e enviando mensagens a respeito do que estão vivenciando nas ruas. Nesse espaço, mesmo com um gerenciador, as pessoas são livres para participarem do sistema que constitui a ferramenta.

Além disso, como exemplificou Recuero (2006), os usuários são estimulados a participar de tal rede a partir da criação de um *status*. É através desse prestígio subjetivo – de que quanto mais aparecer na *timeline* equivale a ser mais importante enquanto colaborador do que outros – que a hierarquização vai sendo criada dentro do sistema. Mesmo assim, vale ressaltar que, como abordado no segundo capítulo, não há diferença de patamares enquanto colaboradores: a postagem de um motorista de táxi, por exemplo, é julgada da mesma forma que a de um empresário ou estudante.

O perfil ainda potencializa a relação homem-máquina, já que é utilizado como uma espécie de bússola. Por exemplo: um motorista, antes de enfrentar o trânsito, checa quais trechos estão com maior fluxo de carros. Nesse ponto, o motorista sempre está conectado, verificando quais vias deve seguir para se livrar do engarrafamento, utilizando a tal bússola como uma extensão do corpo; há indícios, inclusive, de que o motorista chega a alternar o caminho habitual por causa das postagens, modificando o espaço percorrido por ele. Isso

pontua ainda a questão da construção e desconstrução do espaço físico a partir do ciberespaço, mais precisamente do que ocorre dentro de tal espaço, no caso dentro do perfil @LeiSecaFortal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dando uma ênfase diferente aos estudos de interface entre internet e sociabilidade, o trabalho apresentou as características da cibercultura, com foco no ciberespaço. Além disso, a discussão sobre redes sociais e mobilidade acentuou a ideia de que a relação do homem com a máquina mudou e, agora, está bem próxima. Dessa forma, analisa-se a relação entre as tecnologias de comunicação, informação e a cultura com o ser humano, mais precisamente no comportamento do homem, no contexto da cidade de Fortaleza.

A partir da proposta de analisar um perfil que tratasse do trânsito local, com o objetivo de identificar as modificações causadas na relação dos usuários com a cidade, o trabalho foi realizado baseado na repercussão do @LeiSecaFortal entre os internautas. A grande audiência despertada pelo perfil gerou entrevistas em jornais, além de palestras em eventos sobre internet.

Nesse contexto foram produzidos três capítulos. O primeiro abordou-se o assunto sobre cibercultura, abordando principalmente o conceito de ciberespaço. Além de contextualizar o surgimento da internet e algumas características como a interação, a questão da delimitação de um lugar, onde permanecessem pessoas com as mesmas afinidades foi mais detalhado. A partir da análise, conclui-se que o ciberespaço não tem limites de ordem física e que abrange o maior número de internautas possíveis, a partir de opiniões convergentes e do estímulo em participar da comunidade.

Já no segundo capítulo foram abordados dois assuntos em específico: redes sociais e mobilidades. Tendo em vista o conceito ainda advindo da Medicina e depois da sociologia, as redes sociais atuais foram descritas como extensões da vida real, ressaltando a imagem que os usuários gostariam de passar para seus amigos ou pessoas que mantém laços. Além disso, a mobilidade viria atrelada às redes, já que os telefones móveis são ferramentas que potencializam o uso de tais redes, tornando a frequência do usuário em realizar "*login*" no perfil mais recorrente. Ou seja, o usuário sempre está conectado, por meio do celular, por exemplo, com o perfil da rede social, reiterando que ali é uma extensão de sua vida.

O terceiro capítulo trata mais especificamente do objeto de estudo: perfil @LeiSecaFortal no Twitter. É apresentado um panorama geral sobre o assunto, demonstrando a importância da escolha do objeto. Além disso, a metodologia da pesquisa também é descrita nesse capítulo. Ao final, há a coleta de dados juntamente com os resultados, ilustrados por

tabelas e um gráfico. Ainda há uma comparação do *corpus* empírico e a conclusão dos resultados.

Confirmando a opinião de Gigliani, os seguidores estão mais interessados nas informações referentes ao tráfego de Fortaleza, principalmente em rotas congestionadas. Dessa maneira, pode-se afirmar que a comunidade que segue o perfil e que contribui possui um elo em comum, a busca pela informação sobre trânsito. Tal afinidade uniu os internautas em um espaço, que a partir da colaboração foi se formando. Os usuários possuem voz ativa, mesmo que o gerenciador afirme que há um filtro subjetivo em sua administração.

Os usuários tem a liberdade de enviar o conteúdo que quiserem, podendo ser retweetados. Como nas redes sociais há a criação de um status, gerando um sentimento de prestígio quando muito repercutido, os seguidores também possuem esse sentimento, quando replicados, segundo Gigliani. Então, conclui-se que o perfil do Twitter @LeiSecaFortal é ponto do ciberespaço, onde os internautas se reúnem com uma afinidade em comum, a busca por informações sobre o trânsito de Fortaleza.

A quebra de fronteiras provocada pelo ciberespaço aproximou diversos tipos de fortalezenses. Pessoas que moram em outros bairros e trabalham numa mesma região ou motoristas que, por acaso, estão na mesma via, sem necessariamente terem combinado. Essas coincidências no tráfego formam o contexto em que o perfil @LeiSecFortal está inserido. Isso forma uma pluralidade de vozes que fazem parte do mesmo ambiente virtual.

A pluralidade de vozes existentes dentro desse ciberespaço delimitado pelas afinidades coloca os seguidores em patamares iguais, sem um tipo de hierarquia, onde todos são semelhantes. Não importa o status social real da pessoa (se é um magistrado ou um comerciante), mas alguns pontos importam para qualificar o nível da mensagem que aquele seguidor está enviando, como saber digitar as palavras corretamente, elaborar frases com coerência e não fazer uso de palavrões.

Mesmo com toda a pluralidade existente, as redes trazem um tipo de hierarquização. No perfil do @LeiSecaFortal, o gerenciador é tido como o organizador, aquele que gerencia, por isso, acima dos usuários no patamar da organização. É ele quem seleciona as mensagens e assuntos, de acordo com suas emoções e vivências. A partir de sua opinião, o gerenciador vai dividir os assuntos que ele achar mais relevante para o público do perfil. Desse modo, ele é tido como a figura de patamar mais elevado, já que decide o que é mais interessante para os seguidores.

Como se trata de uma rede social, os seguidores colaboram com o conteúdo do perfil, gerando informação a qualquer momento, mesmo que haja um filtro da administração. O

conteúdo é tido como universal, pois pode ser acessado em qualquer lugar e hora, estando disponível a todo instante. Mesmo assim, o s internautas precisam ser motivados para participar do sistema de colaboração do @LeiSecaFortal. A afinidade do assunto é o principal fator que gera o interesse em participar. Talvez o filtro subjetivo – que seleciona as mensagens, impossibilitando que algumas sejam retwittadas e assim desprestigiadas – possa desmotivar a participação dos seguidores, mesmo que o gerenciador afirme que a quantidade de mensagens é frequente e assídua.

De acordo com a quantidade de postagens que os seguidores colaboram, há os que mais aparecem, destacando-se e causando maior visualização de seu perfil pessoal. É por isso que os seguidores mais assíduos se sentem mais prestigiados, gerando um status superior aos que nunca colaboraram e só acompanham, por exemplo.

Novas relações foram geradas dentro do ambiente, a partir das características da cibercultura. A própria comunidade foi adequando a usabilidade do Twitter ao seu favor, como também ressaltou o gerenciador, demonstrando que a ideia principal era falar sobre blitz e houve uma transformação dessa ideia por vontade dos seguidores. Com o interesse maior em postagens sobre o tráfego, os próprios usuários passaram a enviar mais mensagens sobre tal assunto, além de pedir as informações.

Além disso, os seguidores vão criando uma nova relação com a cidade, unindo ciberespaço e espaço físico urbano. O perfil estimula o processo de reconstrução do espaço urbano, a partir das informações apontadas, criação de estatísticas e de novas rotas para auxílio dos motoristas. Pode-se afirmar que a internet, neste exemplo, é tida como geradora de cidadãos, que possuem poder para expressar suas opiniões e de cobrar por elas.

O ponto de vista pessoal, e não a relação de mais amplitude com a cidade, também é modificado. A relação do espaço-tempo também é modificada pelo perfil. O espaço mais longo é percorrido em um tempo mais curto. A partir da visualização de postagens sobre engarrafamentos em determinadas vias, os seguidores podem alterar suas rotas no ambiente físico, escolhendo outras ruas em que não estejam tão congestionadas. Dessa forma, o motorista que acessa o perfil tem mais vantagem sobre o que não está visualizando a informação no ambiente virtual.

A informação se torna útil, quando visualizada antes de sair de casa ou no próprio trânsito. Isso faz parte de um processo de adaptação ao perfil e à forma como é utilizado – qual horário, como contribuir etc. As pessoas passaram a se adaptar a usar o perfil até mesmo como uma bússola, e isso permaneceu na rotina das pessoas. A partir dessa afirmação,

conclui-se que foi gerada uma nova cultura dentro do ciberespaço, quando se fala em trânsito de Fortaleza.

Desse modo, o uso de telefones móveis é essencial para o acesso à internet em qualquer ambiente físico. Como aparelho móvel tornou-se uma espécie de extensão do corpo humano, ficou mais fácil o acesso ao perfil em qualquer hora e local, dependendo somente do interesse do usuário. Isso confirma a vantagem da existência de internet *wifi*, possibilitando a comunicação fora de um cômodo de casa e sem ligação com cabos.

REFERÊNCIAS

BRUNS, Axel; BURGESS, Jean E. New methodologies for researching news discussion on Twitter. **In The Future Of Journalism 2011**, Cardiff University, Cardiff, UK.

CAPPELLE, M., MELO, M., GONçALVES, C.. ANÁLISE DE CONTEÚDO E ANÁLISE DE DISCURSO NAS CIÊNCIAS SOCIAIS. **Organizações Rurais & Agroindustriais, América do Norte**, 5, abr. 2011. Disponível em: http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/251/248. Acesso em: 19 Jan. 2013.

CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. PESQUISA QUALITATIVA: ANÁLISE DE DISCURSO VERSUS ANÁLISE DE CONTEÚDO. **Texto Contexto Enferm**, Florianópolis, 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/tce/v15n4/v15n4a17. Acesso em: 19 Jan. 2013.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. A sociedade em rede: do conhecimento à ação política. **Imprensa Nacional - Casa da Moeda**, Lisboa, 2006. Disponível em http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/Sociedade_em_Rede_CC.pdf. Acesso em: 2 Fev. 2013.

HEVERIN, Thomas; ZACH, Lisl. Twitter for City Police Department Information Sharing. **ASIST 2010**, Pittsburgh, PA, USA.

KEEN, Andrew. O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores; tradução, Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: **Jorge Zahar Ed**., 2009.

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana, vol. 2, núm. 2, 2010. Disponível em: http://www2.pucpr.br/reol/index.php/urbe?dd1=4469&dd99=view. Acesso em: 2 Fev. 2013.

_____. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. **Razón y Palavra**, México, 2004.

_____. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas. **Matrizes, Revista do Programa de PósGraduação em Ciências da Comunicação**, USP, ano 1, n.1, São Paulo, 2007. Disponível em http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/29. Acesso em: 2 Fev. 2013

LEMOS, André; Cunha, Paulo (orgs). Olhares sobre a Cibercultura. **Sulina**, Porto Alegre, 2003. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf. Acesso em: 21 Jan. 2013.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. **Editora 34**, São Paulo, 3ª Ed, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Pesquisa em comunicação. **Edições Loyola**, São Paulo, 8ª Ed, 2005.

MALINI, Fabio; ANTOUN, Henrique. Monitoramento, vazamentos e anonimato nas revoluções democráticas das redes sociais da internet. **Revista Fronteiras – estudo midiáticos**, 2012.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. **Revista Opinião Pública**, Campinas, 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/op/v12n1/29402.pdf. Acesso em: 21 Jan. 2013.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; SILVA, Fernando Wisse Oliveira; MATOS, Nina Ribeiro. Estratégias de comunicação política online: uma análise do perfil José Serra no twitter. **Contemporanea, comunicação e cultura**, 2011.

MENDOZA, Marcelo; POBLETE, Barbara; CASTILLO, Carlos. Twitter Under Crisis: Can we trust what we RT? **Workshop on Social Media Analytics (SOMA '10)**, 2010, Washington, DC, USA.

NEVES, Hayanne Narlla. A CIDADE CONECTADA: TWITTER, MOBILIDADE E SOCIABILIDADE CONTEMPORÂNEA. **XXX Encontro de Iniciação da Universidade Federal do Ceará**, Fortaleza, 2011.

PARENTE, André. Tramas da rede – Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: **Sulina**, 2010.

PELLANDA, Eduardo Campos. Mobilidade e personalização como agentes centrais no acesso individual das mídias digitais. **Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação** 6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho).

PETROVIC, Sasa; OSBORNE, Miles. LAVRENKO, Victor. RT to Win! Predicting Message Propagation in Twitter. **Proceedings of the Fifth International Association for the Advancement of Artificial Intelligence (AAAI) Conference on Weblogs and Social Media**, 2011.

PINHO, José Antonio Gomes. Investigando portais de governo eletrônico de estados no Brasil: muita tecnologia, pouca democracia. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, 2008.

POSTMAN, Neil. Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia. São Paulo: Nobel, 1994.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. 3ª Edição, Porto Alegre: **Sulina**, 2011.

RECUERO, Raquel da Cunha. Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social. **UNIrevista** - Vol. 1, n° 3, 2006.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. Novas dimensões da política: protocolos e códigos na esfera pública interconectada. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v17n34/a08v17n34.pdf. Acesso em: 21 Jan. 2013.

VEIGA, L., GONDIM, S.. A UTILIZAÇÃO DE MÉTODOS QUALITATIVOS NA CIÊNCIA POLÍTICA E NO MARKETING POLÍTICO. **Opinião Pública**, Campinas, Vol. VII, nº1, 2001, pp. 1-15. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/op/v7n1/16930.pdf. Acesso em: 19 Jan. 2013.

WOLTON, Dominique. Pensar a internet. **Revista Famecos**, Porto Alegre, 2001.