

140 CARACTERES PARA AGITAR A INFORMAÇÃO

Twitter: usar até à vertigem

Desde que foi criado, em 2006, o Twitter propõe aos internautas que propaguem mensagens curtas pela rede da Internet e dos telemóveis. Muito simples e gratuito, este novo serviço chega agora a centenas de milhões de utilizadores. Será que vai passar a ser em breve, como desejaram os seus criadores, o «pulso informativo do planeta»?

Passados uns quinze anos depois da abertura da Internet à generalidade das pessoas, será que a especificidade deste meio – o facto de ser um *media* feito pelos seus utilizadores – continua a escapar a muitas das análises? A rede continua frequentemente a ser apresentada como a simples convergência dos meios de informação preexistentes; mas esta visão, objecta o investigador Dominique Cardon, *«transpõe de forma preguiçosa para a Internet modelos forjados nos media tradicionais: uma prática do controlo editorial, uma economia da raridade, uma concepção passiva do público»* [1].

No entanto, a natureza da Internet tornou-se particularmente evidente com o desenvolvimento da Web 2.0 e das suas ferramentas de fácil utilização. As plataformas de blogues permitiram a internautas sem especiais competências em programação aceder à autopublicação. A incontestável estandardização dos sítios que daí decorreu, longe da efervescência criativa dos primeiros tempos, suscita aliás o desapontamento de alguns pioneiros [2].

O aumento do poder de atracção das redes sociais, como o Myspace – muito apreciado pelos músicos –, o Facebook ou o Twitter, representa uma etapa suplementar neste alargamento do círculo dos produtores. Mesmo se a acumulação dos meios de expressão continua a ser frequente, a Web social *«permite aos internautas menos dotados de capital cultural exprimirem-se sob formas muito mais breves, ligeiras e fáceis do que a redacção de um blogue»* [3]. O entusiasmo é inegável: embora o seu sucesso a longo prazo seja ainda incerto, a mais recente das redes sociais, o Google+, lançado no final de Junho de 2011, contava já, um mês depois, com 25 milhões de inscritos. O Facebook só atingiu esses números após três anos de existência e o Twitter após 33 meses [4]. No início de Agosto, após uma nova reunião de accionistas, o Twitter valorizou-se em 8 mil milhões de dólares, o que levou alguns a alertarem para uma bolha especulativa, sobretudo porque o modelo económico do sítio ainda é vacilante.

O Twitter levou ao extremo a plasticidade e a apropriação permitidas pela Internet participativa. Parecendo ter sempre navegado sem rumo definido, o empreendimento redefiniu-se sem parar e incorpora, passo a passo, as iniciativas dos internautas. A questão que constava na sua página aquando da criação em

2006, «O que está a fazer neste momento?», não era necessariamente susceptível de produzir fluxos de informação apaixonantes: foi muitas vezes ignorada pelos utilizadores, que consagravam os cento e quarenta caracteres dos seus tuites (*tweets*) a todos os fins possíveis e imaginários: produzirem a sua própria revista de imprensa; comentarem a actualidade, por vezes em directo; interpelarem-se mutuamente; anunciarem manifestações, brincarem, partilharem fotografias e vídeos, transmitirem pequenos anúncios... O sítio levou isso em conta e a questão inicial foi substituída, em Novembro de 2009, por um mais amplo «Que se passa?».

Informação, tagarelice e comentários

Os utilizadores também ganharam o hábito, para divulgar um tuíte (*tweet*) que vissem passar e que lhes agradasse ou captasse o seu interesse, de o recopiar fazendo-o preceder da menção «RT» (retuitar, retweet), difundindo assim a mensagem aos seus próprios leitores. Também neste caso, esta função foi integrada e apareceu, em 2010, a função «*retweet*».

É difícil classificar este actor fundamental da Internet actual. Será o Twitter uma rede social que permite partilhas com os amigos, como o Facebook, ou será antes uma agência de notícias onde cada um tem a possibilidade de ser, ao mesmo tempo, emissor e receptor? Os seus fundadores nunca souberam muito bem em que pé se deviam apoiar. Em 2010, o seu director-geral e co-fundador, Evan Williams, definia o Twitter de forma resoluta como uma «*rede de informação*» [5]; mas, um ano mais tarde, vimos aparecerem as novas funcionalidades que visam permitir que seja mais fácil «encontrar os seus amigos».

O objectivo que o Twitter procura é, simultaneamente, lutar contra a concorrência e remediar as dificuldades com que muitos dos novos inscritos se deparam para encontrar o que escreveram. No entanto, a iniciativa não foi unânime: «*Encontrar os seus amigos no Twitter": não obrigado!*», protestaram alguns; ou ainda: «*Os meus amigos não estão preparados para compreender a minha obsessão por Katy Perry* [cantora pop norte-americana]» [6]. De facto, no Twitter o internauta, mais do que procurar reconstituir o círculo daqueles que lhe são próximos, amigos e conhecidos, escolhe antes de mais seguir as contas que difundem conteúdos que lhe interessam: mesmo que conheça pessoalmente alguns dos emissores, a postura é diferente.

Além disso, aqui tudo é público: o que postamos (tuite) quem seguimos, por quem somos seguidos. Se no Facebook a regra geral é o acesso restrito, raros são os utilizadores que activam a função «proteger os seus tuites». O interesse do Twitter está na maior circulação possível das mensagens. A coluna das «*tendências*» permite ver a todo o momento que assuntos é que vão de vento em popa, no mundo inteiro ou por país (ou mesmo por cidade). No entanto, a ferramenta revela-se pertinente sobretudo à pequena escala, onde cada um faz o quer e compõe o seu conjunto pessoal de contas a seguir – sérias ou frívolas,

generalistas ou hiperespecializadas. Uma conta pode ser mantida por um indivíduo mas também por uma empresa, uma associação, um grupo militante, um *media*... Note-se que mais de 40% dos utilizadores não publicam nada: mais de 80% dos conteúdos são produzidos por 20% dos inscritos [7] .

As fotos de uma viagem ou de uma festa terão sempre um lugar mais adequado no Facebook. Mas o Twitter, longe de ser um telescritor digital frio e neutro, também criou uma nova relação com a informação, que é abundantemente actualizada pelas ligações para diferentes fontes. As reacções à actualidade, anteriormente acantonadas à esfera privada, ao círculo mais próximo (ou, no caso dos jornalistas, aos editoriais), adquiriram assim uma dimensão e um peso públicos. A tuitosfera mistura um conjunto inédito de informação, tagarelice e comentário, actividades anteriormente muito distintas, o que frequentemente suscita a desconfiança e o desprezo daqueles que não lhe são familiares.

Injustamente, segundo Cardon: *«A afirmação das subjectividades, o relaxamento das formas enunciativas, a "ludificação" da informação, o humor e a distanciação cínica, o rumor e a provocação, etc., estão em vias de se tornarem tendências centrais da relação com a informação, mas a exigência de veracidade e a busca de novos dados não param também de se reforçar»* [8].

Na verdade, as mistificações e os falsos rumores são rapidamente identificados: doravante a investigação e o trabalho de verificação dos dados, de que anteriormente só os jornalistas se encarregavam, apoiam-se em todos os internautas e desenvolvem-se às claras. Desta forma, em Agosto de 2011, algumas semanas após o blogue *A Gay Girl in Damascus* («Umalésbica em Damasco») se ter revelado falso, um estudante britânico desmascarou no Twitter uma outra bloguista árabe fictícia: a sua produção de artigos na Internet, incoerente e parcial, tinha-o intrigado [9] .

Muitas vezes qualificado como um «canivete suíço», o Twitter deve a sua popularidade à extrema diversidade dos seus utilizadores e às utilizações que permite, a que se juntam códigos comunitários muito fortes. Como todas as redes sociais, ele deixa entrar no quadro homogeneizado de um «perfil» pessoas que se podem encontrar a anos-luz umas das outras. Todos partilham o mesmo interface, a mesma linguagem, as mesmas práticas de sociabilidade virtual. Daí resulta um esperanto digital cujos elementos foram reproduzidos em sinal de agradecimento nas faixas dos manifestantes árabes, no Inverno de 2010, ou dos «indignados» espanhóis, em Maio.

Medo de «perder alguma coisa»

Mas às vezes manifesta-se o fosso que separa alguns inscritos dos outros: em Fevereiro, os defensores da democracia no Bahrein, revoltados pela repressão exercida contra os manifestantes, invadiram o Twitter das princesas da família reinante, suscitando respostas de uma arrogância abissal: *«Deixa as pessoas da elite falar entre elas, enquanto vocês nos invejam em silêncio. (...) Não tenho*

culpa se tu tens uma vida merdosa. Não tens dinheiro, é isso? Faz-te mal ver pessoas como nós a aproveitar a vida, hein?» [10] ...

A flexibilidade da ferramenta implica também uma reactividade que fez muito pela sua reputação, permitindo-lhe ultrapassar agências de notícias e equipas de televisão. Um tuite tem o formato de uma mensagem de texto (SMS) e numerosos utilizadores ligam-se a partir do telemóvel. Uma vez lançadas, as notícias importantes propagam-se a uma velocidade vertiginosa. «*Nada na Terra, que eu conheça, anda mais depressa do que o Twitter*», concluía um jornalista do *Le Figaro*, como muitos dos seus confrades, aquando dos atentados de Bombaim de Novembro de 2008 [11].

A apropriação colectiva de informação faz da tuitosfera um lugar de vivas discussões. Aí encontramos tanto o pior como o melhor do que uma multidão pode produzir: a exaltação mútua, a ditadura da emoção, o abandono de qualquer forma de distanciamento; mas também a elaboração de uma visão crítica e de uma análise diferente da que é produzida pelos *media* tradicionais.

Assim, o «tempo real» já não diz só respeito à cobertura dos acontecimentos, mas também à sua dissecação colectiva, que se ajusta permanentemente aos novos desenvolvimentos. Esta aceleração vertiginosa, juntamente com o vício que o Twitter pode provocar, não deixa de suscitar interrogações. As capacidades humanas de atenção, de compreensão e de envolvimento emocional são solicitadas a um ritmo e com uma intensidade que ameaçam esgotá-las. A lógica mediática, que vê sucederem-se fases de interesse apaixonado e de total indiferença por um mesmo assunto, atinge o apogeu: aqueles que, em Março último, se estripavam nas redes sociais por causa da legitimidade de uma intervenção militar na Líbia como se a sua vida dependesse disso já nem evocam, alguns meses mais tarde, o assunto. E a formulação escolhida para determinadas recomendações de ligações dá que pensar: «*Este artigo já tem um dia, mas mesmo assim merece ser lido*».

O Twitter traz consigo o risco de se ficar prisioneiro da actualidade imediata, como uma borboleta colada a uma janela iluminada, e de se viver num tempo que já não teria nem densidade, nem profundidade [12]. Como o sítio se presta mal às pesquisas temáticas nos seus arquivos, os mais fanáticos são assombrados pelo medo de «perder alguma coisa» quando se desligam. «*Olhem para vocês, olhem para nós, hipnotizados pelo rio de palavras, de notícias, de pensamentos e de emoções que desfila nos nossos ecrãs tácteis*», alarmava-se – de forma passageira – o jornalista Jean-Christophe Féraud [13].

O desafio consiste em encontrar formas de mergulhar na corrente digital sem perder o pé. Confrontados com este desafio, não poderemos deixar de invejar aqueles que, há vinte anos, já denunciavam a invasão tirânica de uma nova tecnologia, julgando-se condenados, pela loucura da altura, a «*mandar faxes ou morrer*» [14] ...

Imagem: TAMARA ALVES — *Follow Me On...* (2011)

quinta-feira 3 de Novembro de 2011

Notas

[1] Dominique Cardon, *La Démocratie Internet. Promesses et limites*, Seuil, Paris, 2010.

[2] Cf. Philippe De Jonckheere, «Début», *Le Bloc-notes du Désordre*, 26 de Junho de 2011, www.desordre.net [<http://www.desordre.net>].

[3] Dominique Cardon, *op. cit.*

[4] «Google+: bon démarrage, mais la route est encore longue», 4 de Agosto de 2011, www.generation-nt.com [<http://www.generation-nt.com>].

[5] «Twitter ne veut plus être un réseau social», 17 de Março de 2010, www.infos-du-net.com [<http://www.infos-du-net.com>].

[6] «Twitter se met-il la pression?», 19 de Julho de 2011, www.gizmodo.fr [<http://www.gizmodo.fr>].

[7] «Is Twitter a Waste of Time?», 2 de Junho de 2011, www.problogger.net [<http://www.problogger.net>]. Tal como para os outros dados citados.

[8] «Jusqu'où va la démocratie sur Internet? Interview de Dominique Cardon», 7 de Julho de 2011, www.nonfiction.fr [<http://www.nonfiction.fr>].

[9] «Twitter Investigation Uncovers Another Middle East Hoax», 2 de Agosto de 2011, <http://thenextweb.com>.

[10] Cf. «Bahrain Antoinette: Let Them Eat LOL:-)», 18 de Fevereiro de 2011, <http://thegrumpyowl.com> [<http://thegrumpyowl.com>].

[11] Laurent Supply, «Ma soirée Bombay, ou pourquoi Twitter est désormais indispensable», *Suivez le geek*, 27 de Novembro de 2008, <http://blog.lefigaro.fr> [<http://blog.lefigaro.fr>].

[12] Cf. «Faire face à une civilisation qui vit dans le présent», 6 de Setembro de 2010, www.internetactu.net, e Hartmut Rosa, *Accélération. Une critique sociale du temps*, La Découverte, Paris, 2010.

[13] «Frères humains, qu'est-ce que Twitter a fait de nous?», 11 de Setembro de 2010, <http://monecranradar.blogspot.com> [<http://monecranradar.blogspot.com>].

[14] Maurice Ronai, «"Faxer" ou périr, une culture de l'urgence», *Le Monde diplomatique*, Maio de 1991.