

Afinal, vivemos a chamada sociedade em rede (CASTELLS, 2005). Diante dos renovados modos de vida na cibercultura (LÉVY, 1999), as mídias digitais e as redes sociais precisam estar inseridas no cotidiano escolar concorrendo para que a escola deixe de ser mera consumidora de informações produzidas alhures e passe a se transformar em produtora de culturas e conhecimentos nesses novos espaços.

**Edvaldo Souza Couto
Ramon Missias-Moreira
Quesia Silva do Carmo**

Redes sociais e educação: a narrativa de si por meio da escrita no Twitter

Social networks and education: the narrative of oneself through writing on Twitter

EDVALDO SOUZA COUTO*
RAMON MISSIAS-MOREIRA**
QUESIA SILVA DO CARMO***

Resumo

O artigo teve como objetivo analisar a produção de narrativas escritas pessoais postadas no *Twitter*, procurando desvelar o processo de exibição do sujeito, assim como a troca de saberes, informação e conhecimento. Trata-se de uma pesquisa qualitativa aplicada à *internet*, exploratória, descritiva e analítica, observando-se hábitos de um grupo de quinze usuários do *Twitter*. Investigam-se os resultados pela análise de conteúdo. O argumento do texto é que vivemos a era da publicização do sujeito nas redes sociais digitais e suas narrativas são essencialmente escritas. Narrar a si mesmo é produzir subjetividades e, ao mesmo tempo, produzir conhecimento de si e do mundo. Por fim, apontamos a necessidade de análise não apenas das narrativas pessoais que formam o enunciado, mas, sim, o contexto histórico-social e as condições de produção que circundam a enunciação, numa tentativa de reconstruir os passos da modalidade do dizer.

Palavras-chave: Redes sociais digitais. Educação. Twitter.

* Pós-Doutor em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul/UFRGS, Doutor em Educação pela Universidade Estadual de Campinas/UNICAMP; Professor do Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal da Bahia/UFBA; Email: edvaldosouzacouto@gmail.com

** Doutor em Educação pela UFBA; Professor da Faculdade Regional da Bahia/UNIRB – Campus Salvador e do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano/IFBAIANO; Email: ramonefisica@hotmail.com

*** Mestra em Educação pela UFBA; Email: quesiadocarmo@hotmail.com

Abstract

The article aimed to analyze the production of personal written narratives posted on Twitter, seeking to unveil the process of exhibition of the subject, as well as the exchange of knowledge, information and knowledge. It is a qualitative research applied to the Internet, exploratory, descriptive and analytical, observing the habits of a group of fifteen Twitter users. It is investigated the results by content analysis. The argument of the text is that we live the age of the subject advertising in digital social networks and their narratives are essentially written. To narrate oneself is to produce subjectivities and, at the same time, produce knowledge of oneself and of the world. Finally, we point out the need to analyze not only the personal narratives that form the utterance, but also the historical-social context and the conditions of production that surround enunciation, in an attempt to reconstruct the steps of the modality of saying.

Keywords: Digital social networks. Education. Twitter.

Introdução

As sessões do imaginário coletivo são permeadas pelos processos de comunicação, que, por sua vez, são delineados pelas transformações e mudanças no aspecto cultural, podendo moldar a sensibilidade e os pensamentos dos seres humanos, propiciando o surgimento de novos canais, espaços e ambientes socioculturais, de forma especial, na hipermídia.

Os motivos, formas e contextos de se expor ideias ou sentimentos coletivos estão diretamente ligados a como um assunto, tópico ou tema será registrado e conseqüentemente propagado (PELLANDA, 2014). Dessa maneira, as manifestações da cibercultura constituem um amplo universo de conteúdos, sendo muitos os aparatos que buscam proporcionar alguma organicidade ao vasto conteúdo da rede – vídeos, imagens, textos e áudios se conectam em rede de maneira múltipla.

Destarte, o final do século XX foi marcado por um forte desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), pelo crescimento das ciências da computação e pelo vertiginoso incremento da rede. Desde a última década, o avanço constante das TIC vem trazendo mudanças consideráveis em vários âmbitos da nossa sociedade, na forma como se vem produzindo os conhecimentos, conceitos, criando novos valores e saberes, além de promover uma resignificação das relações humanas, seja entre as pessoas, seja entre pessoas e máquinas.

Nesse panorama, a *Twitter* é justamente o *locus* sobre o qual esta pesquisa se debruçou, analisando aspectos que variam desde a interação dos usuários nesta rede, à forma como repercutem os assuntos discutidos e a exibição da vida privada a partir de narrativas pessoais e as suas potencialidades dentro do ambiente educacional. As discussões acerca da presença generalizada

das TIC e, especialmente, das Redes Sociais Digitais, em todas as esferas da sociedade tem se intensificado e observamos de modo especial a chegada de diversas dessas tecnologias e/ou ambientes ao universo da educação.

Afinal, vivemos a chamada sociedade em rede (CASTELLS, 2005). Diante dos renovados modos de vida na cibercultura (LÉVY, 1999), as mídias digitais e as redes sociais precisam estar inseridas no cotidiano escolar concorrendo para que a escola deixe de ser mera consumidora de informações produzidas alhures e passe a se transformar em produtora de culturas e conhecimentos nesses novos espaços.

A pesquisa, da qual resulta este artigo, objetivou descrever e analisar a produção de narrativas escritas pessoais postadas no *Twitter*, procurando desvelar o processo de exibição e estratégias de espetacularização do sujeito, assim como a troca de saberes, informação e conhecimento.

Método

A pesquisa foi desenvolvida por meio de uma abordagem qualitativa aplicada à *internet* (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), de caráter exploratória, descritiva e analítica (MINAYO; DESLANDES; GOMES, 2012), sendo composta de três etapas complementares.

Inicialmente se construiu um embasamento teórico sobre os temas através da leitura de teorias, autores e conceitos com a finalidade de contextualizar o estudo na dinâmica da vida digital. Além da leitura minuciosa das obras indicadas foi importante também procurar conteúdos relacionados na internet, sejam e-books, artigos e matérias em revistas eletrônicas ou jornalísticas.

A segunda etapa contou com a participação no nosso grupo de pesquisa em Educação, Comunicação e Tecnologias (GEC/CnPq/UFBA) em que, em reuniões semanais, eram feitas discussões teóricas e metodológicas com outros bolsistas, mestrandos, doutorandos e professores e, por vezes, com a presença de convidados com experiência na área. Essa integração proporcionou uma convivência com os demais integrantes do grupo e, com eles, pudemos discutir as várias etapas da investigação. Realizamos também leituras de alguns dos trabalhos acadêmicos produzidos pelo grupo.

Já a terceira etapa consistiu em um estudo empírico dos hábitos de exibição de si de um grupo de usuários frequentes do *Twitter*. A amostra foi composta por um grupo de 15 usuários selecionados, a partir de critérios definidos, como de assiduidade e frequência, com um número mínimo de 10 postagens diárias, para mapearmos e observarmos seu comportamento durante 15 dias seguidos. A coleta do material empírico foi realizada no período entre 01/03/2012 e 15/03/2012.

Essa escolha se deu em função do objetivo de concentrar qualitativamente a investigação na apreensão de variações, padrões e tendências, detalhes e singularidades dos hábitos desses sujeitos, pois o aprofundamento das questões é mais importante que a generalização dos dados quantitativos.

A partir daí, foi feito um levantamento dos *tweets* postados pelos usuários dentro do período observado, recortando, para esse estudo, os que se encaixavam em sua prática cotidiana de autopromoção. Com esses procedimentos, chegamos a um total de 632 *tweets*. Alguns deles foram selecionados para exemplificar e colaborar na construção dos nossos argumentos neste artigo. Esses *tweets* foram analisados a partir da Técnica de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011), buscando identificar os núcleos de sentido dispostos nos dados que foram produzidos.

Muitos dilemas são gerados sobre o conceito e definição do que vem a ser de domínio privado e de domínio público, entrando nos aspectos éticos da pesquisa, questionando a possibilidade de manuseio dos dados dispostos na rede como sendo públicos. Dessa maneira, as ideias, informações, perguntas, fotografias, vídeos, áudios e discursos disponibilizados nas páginas pessoais seriam informações públicas? Angela Garcia et al. (2009) sinalizam que a internet não é um “espaço” físico e que o fato do domínio está relacionado à acessibilidade a informação. Nessa perspectiva, se a informação está acessível, ela seria pública.

Resultados e discussão

Ao acessar um perfil no *Twitter*, os dados disponibilizados pelo site para identificar o usuário são: nome, nome de usuário, foto, bio, localização, website, além do número de *tweets*, de seguidores e seguidos. Essas informações ficam no topo da página e, logo abaixo dela, encontram-se os *tweets* escritos ou retweetados pelos usuários.

A bio geralmente é constituída por um pequeno texto que o usuário usa para se identificar. Dos 15 perfis selecionados, apenas um não escreveu nada em sua bio. Abaixo da bio, encontra-se um espaço para inserir um endereço da web. A grande maioria dos usuários insere um link para seu perfil em outra rede social da qual faz parte e onde provavelmente existe mais informações sobre si. Dentre os usuários que inseriram links de redes sociais, 9 colocaram o endereço de seu perfil no Facebook, 2 do Tumblr, 1 do Blog e 1 do Meadd (plataforma que agrega links das redes sociais das quais o usuário faz parte a fim de facilitar o acesso a terceiros).

Esse pequeno espaço para o perfil onde as informações do usuário ficam gravadas confronta-se com o imediatismo que o *Twitter* possui como essência. As características pessoais “fixas” costumam não importar muito, e sim o que se faz, o que se pensa, onde se está no momento e mais coisas que descrevam o instante. Talvez essa seja uma das características da Web 2.0 percebida no *Twitter*, ao contrário de um perfil no *Facebook*, por exemplo.

No *Facebook*, existe um enorme espaço disponível para se criar um perfil cheio de detalhes, além de lugares fixos para se arquivar fotos, vídeos e recados. Já no *Twitter* tudo está compilado, não há um arquivo organizado a partir do qual se possa ter acesso ao que se postou há muito tempo atrás. Nessa rede o que importa é o último update do usuário, e apenas isso. Ou

seja, informações de dois minutos atrás já não são mais tão interessantes, importando o conhecimento do que é tuitado no agora.

Sabendo da dinâmica do fluxo de informação do *Twitter*, em que o imediato é o mais importante, é preciso saber o que é compartilhado e dito pelos usuários, e como seu uso alterou a própria plataforma *Twitter* e suas propostas. Primeiramente, a pergunta inicial do *Twitter* era “O que você está fazendo?” sendo trocada mais tarde por “O que está acontecendo?”, uma pergunta bem mais abrangente. Hoje em dia, não existe mais pergunta, somente uma ordem: “Publique um novo *Tweet*...”. Nota-se, assim, uma proposta inicial bastante pautada na vida pessoal e privada do indivíduo, tendo como assunto principal o próprio sujeito, passando, em seguida, para a percepção de que o indivíduo tem do que acontece a sua volta ou no próprio campo das ideias.

Atualmente, não há uma proposta específica do que se deve falar, sendo o *Twitter* aberto para qualquer tipo de postagem ou de informação. Na verdade, essa condição de espaço aberto potencializa a visibilidade da vida privada, pois praticamente tudo o que é narrado é resultado do filtro, do ponto de vista do eu, do modo como cada um vê e se posiciona diante de um determinado acontecimento ou narrativas de outros seguidores (SANTANA; COUTO, 2012).

Tendo em vista essa evolução, notamos um imenso fluxo de informação relativa ao que o sujeito está pensando ou sentindo no momento, como se o usuário estivesse em uma espécie de diálogo consigo mesmo e, simultaneamente, com os demais seguidores, transformando o *Twitter* em depósitos de informações pessoais que vão sendo “afundadas” por novas informações e, assim por diante, sendo somente o conteúdo mais atual considerado como relevante. Segundo Sibilia (2008, p. 137), “os relatos de si tendem a ser cada vez mais instantâneos, presentes, breves e explícitos”.

Segue, como exemplo, um relato desse tipo:

Tweet de T. M.

to tão feliz por ter conseguido dormir a noite toda

Dentro do grupo de usuários selecionados, esse tipo de conteúdo é o mais comum. Os sujeitos narram sobre o que está sentindo em relação a uma ação, expressam emoções de felicidade, tristeza, raiva, saudade, indignação. Podemos observar, ao analisar as postagens, que não é o que o indivíduo fez ou está fazendo que importa, mas sua posição ou sentimento perante o ato. O *Twitter* é uma rede social que valoriza a expressão de si, o modo como cada um avalia e se posiciona diante dos acontecimentos e das narrativas publicadas.

Nessa mesma direção, Santana e Couto (2012, p. 38) afirmam que:

[...] parece que a exibição de si no Twitter, assim como em outras redes sociais, atende a uma demanda atual. Ao mesmo tempo em que essa completa espetacularização da intimidade remete aos desejos imediatos e aos gozos fáceis, também demonstra que os sujeitos tratam de compreender os acontecimentos e o mundo, reinventam, inovam a si mesmos e as suas experiências de vida.


Na maioria dos casos estudados, o usuário fala sobre seus sentimentos e pensamentos de forma vaga, sem se dirigir a ninguém específico. Existem momentos, no entanto, em que é normal apresentar-se como possessor de uma audiência ansiosa para acompanhar seus tweets, mesmo que não haja um retorno aparentemente esperado. No exemplo abaixo, o usuário parece se importar bastante com a interação com os usuários e seu consequente engajamento no acompanhamento dos seus tweets:

Tweet de N. M.

Ola galerinha q saudades... infelizmente ã estou tendo tempo, mais como já disse deixe seu recado q respondo! Boa noiteee

Além dos estilos de postagem mais comuns, é interessante notar como os novos aparatos tecnológicos influenciam no modo como os usuários utilizam suas redes sociais, como é o caso da tão comentada mobilidade. Ultimamente, com a popularização dos *smartphones*, *tablets* e outros aparelhos digitais móveis, se pode ter acesso à internet em qualquer lugar. Assim, cresce cada vez mais o número de pessoas tweetando sobre onde estão ou utilizando softwares de localização como o *Foursquare*, que permite ainda disputar com os demais usuários quem esteve presente mais vezes em um determinado local. Abaixo a imagem de um tweet gerado pelo aplicativo Foursquare:

Tweet de J. P.

I'm at FUCAPI - Fundação Centro de Análise, Pesquisa e Inovação
Tecnológica 4sq.com/yvrAtV
 [Ver conteúdo multimídia](#)

Ainda quanto à localização geográfica, é interessante notar que grande parte dos usuários tweetam de suas escolas ou faculdades, sendo comum achar tweets escritos durante a aula – e, muitas vezes, descrevendo ou narrando a aula, como no caso abaixo:

Tweet de Gustavo, sono.

ihhh, aula com datashow, it's time

Nesse caso, após o usuário reclamar porque o professor está utilizando *datashow*, deixa explícito em outro tweet que todos na sala estão entediados com a aula. A partir daí, podemos notar o despreparo de algumas escolas e professores em relação ao uso de tecnologias em sala de aula. Pois, no exemplo citado, percebemos que o uso de *datashow* pelo professor, ao invés de ser um atrativo a mais para a aula, torna a ação docente entediante, tendo em vista que os alunos possuem dispositivos digitais bem mais atrativos, como é o caso do acesso ao *Twitter* através de tecnologias móveis, que colaboram para a comunicação *always on* (PELLANDA, 2005).

A partir de tais análises, é possível afirmar que a maciça adesão e popularização das redes sociais digitais, especialmente do *Twitter*, fez com que a produção de narrativas digitais (escrita, fotográfica e videográfica) se tornasse parte do cotidiano entre os usuários da internet. A todo instante, as pessoas são estimuladas a escrever, a produzir textos que falem de si e de seus gostos. Essa liberdade de produção e difusão de narrativas pessoais é um dos elementos que melhor caracteriza a web 2.0, pois os usuários passam a ser também produtores e difusores de conhecimento, entretenimento e informação, de maneira muito mais dinâmica, ampla e flexível. Como enfatiza Sibilila (2008), com a popularidade de acesso e o fascínio pelas redes sociais hoje em dia qualquer pessoa pode narrar suas histórias e compartilhá-las através da internet.

O *Twitter* é um ambiente fecundo e potencializador dessas novas formas de produção de narrativas pessoais. Através das narrativas de si os usuários exibem, compartilham e promovem conteúdos de diversos tipos com finalidades diferentes. Divulgar uma causa, tietar o ídolo, se autopromover são alguns dos objetivos. Entre os usuários observados neste estudo verificamos que a maior parte utiliza a micro-escrita com mais frequência do que as outras formas de narrativas digitais para expor a si e seu cotidiano. Essa maior recorrência do texto escrito, em detrimento dos outros tipos de texto, imagéticos e sonoros, por exemplo, na autopromoção dos usuários é curiosa.

Twenge e Campbell (2009) defendem que a internet potencializa e acentua a cultura do narcisismo, que sempre existiu e é típica de nosso tempo, e afirmam que é pelo fato de ampliar as formas de celebração e espetacularização de si e a autopromoção.

Não se pode, no entanto, ignorar que, por vezes, essa autopromoção se dá sem a exposição pessoal do usuário. O sujeito pode se expressar e se promover lançando mão de links, imagens e de vídeos de autoria alheia, bastando que seus seguidores percebam a identificação ali presente e retuem suas postagens, fazendo com que os gostos pessoais de um sujeito sejam disseminados na rede. Mesmo levando isso em consideração, a primazia da micro-escrita na autopromoção do sujeito é inegável frente aos dados analisados. Sabendo a forma como os usuários optam por se promover, a questão que se coloca na sequência é: essa promoção alcança seus objetivos?

Afinal, ao se expor na rede, o usuário busca um objetivo, que pode ou não ser facilmente quantificável. Ele pode estar em busca de seguidores para aumentar o alcance potencial de seus *tweets*, tornando-se conhecido e popular por mais e mais pessoas. Nesse caso, a visibilidade visa ao aumento de popularidade. Pode ainda visar não ao aumento da quantidade de pessoas que alcança, mas seu poder de influência sobre as pessoas que o seguem.

Os perfis analisados, nessa pesquisa, de modo geral buscam atingir de modo igual essas finalidades. Até mesmo a usuária que utiliza o *Twitter* como meio de divulgar seu vlog (vídeo + blog) e pede para que seus seguidores o compartilhem (a fim de atingir cada vez mais novos usuários que não conhecem tais vídeos e podem interessar-se por eles): afinal, sempre que qualquer pessoa responde a um dos *tweets* dela, independente de ser ou não um de seus seguidores, ela continua a conversação - o que pode não apenas converter tal usuário em seu seguidor, como também, independente disso, fazer com que ele valorize a vlogger (administradora do vlog) em questão graças a essa atenção que ela dispensa à sua audiência.

Destacamos uma situação bem frequente entre os perfis analisados e que falam bastante sobre os contextos de utilização do *Twitter* a partir de tecnologias móveis e o uso de tal rede na sala de aula. Dos 15 usuários observados, apenas um não estuda. Dos 14 estudantes (de níveis diferentes de educação), 8 tuitam durante a aula, comentam com os seguidores o que está sendo discutido em sala de aula.

Não é raro encontrar quem critique as aulas “chatas”, como se pode observar no *tweet* abaixo:

Tweet de Julio Passos.

To aprendendo mais com a internet do que com o professor.

Os *tweets* seguintes do usuário são sobre assuntos completamente diferentes, o que dificulta um pouco a compreensão da sua declaração. Ele pode tanto estar dizendo que estudar sobre os conteúdos curriculares através da internet é mais produtivo do que ficar atento às explicações do professor na sala de aula quanto estar falando que há mais possibilidades (e objetos) de aprendizado na rede do que na escola.

Independente das possibilidades de interpretação do *tweet* acima, o fato de que todos os usuários que acessam a rede durante a aula comentarem sobre o quão chatas e desinteressantes elas estão sendo indica que, para eles, ter o *Twitter* à sua disposição durante as aulas representa uma oportunidade de fugir do marasmo e do tédio habituais.

As redes são, então, tudo o que a aula não é: dinâmica, participativa e divertida. Por que então os professores não encontram formas de usar as redes sociais, como o *Twitter*, para mudar essa compreensão da sala

de aula como domínio do tédio? Discussões online, material multimídia complementar, tutoriais didáticos e divertidos, essas são apenas algumas das possibilidades de uso do *Twitter* e de outras redes sociais digitais para incrementar a experiência de aprendizado escolar, seja dentro ou fora da sala de aula.

De todo modo, esses usos podem acabar limitando a gama de possibilidades e diferenciais que fazem do *Twitter* uma rede social tão singular e com um amplo potencial de difusão em um curto espaço de tempo. Prova disso é o grande número de mobilizações sociais que aconteceram nas ruas de diversos lugares do Brasil, no ano de 2013 e em todo o mundo e que tiveram seu ponto de partida no *Twitter*, tendo como exemplo principal as mobilizações de rua organizadas em questão de minutos por usuários da rede.

Agregamos uma surpreendente reflexão da especialista em cibercultura Hebe Bravo (2007, p. 1):

Mesmo com super doses de gerúndios e função fática do discurso, o twitter sobrevive e cresce. Por quê? Porque sua potência é o formato, a arquitetura e não o conteúdo. A arquitetura da rede cala mais fundo que os conteúdos que circulam por ela. A arquitetura da rede é sua política e isso é algo que a política elitista sobre conteúdos moderna, verticalista e idealista - não compreende porque "pensa velho". Twitter é um emergente minúsculo da era da fluidez, 140 caracteres da desinvenção da modernidade. Quando algo nos molesta - e isso é com todos - é porque nos transforma.

Infelizmente, para muitas pessoas as redes sociais não passam de um local de entretenimento e dispersão. Esse posicionamento é forte dentro dos ambientes acadêmicos e talvez seja o que impeça educadores de utilizarem as redes sociais como ferramentas na construção do processo de aprendizado. Desmitificar essa noção e fazer com que se perceba o potencial educativo das redes sociais digitais é um dos desafios dos educadores entusiastas das novas mídias. Nossa sociedade mudou e o processo educativo não pode permanecer estagnado. É necessário aproveitar os novos ambientes de rede que estão disponíveis e inovar os métodos de construção e difusão do conhecimento.

Considerações finais

As TIC fazem parte da vida cotidiana de muitas pessoas, com diferentes e distintos interesses, desde a comunicação trivial entre as pessoas até a divulgação de notícias das organizações, entre os meios de imprensa, televisão e rádio. Novas interfaces surgem nesse mundo de mudanças e constituem a lógica contemporânea da sociedade da informação.

De modo semelhante, é preciso compreender as dinâmicas que fundem as tradicionais fronteiras entre esfera pública e privada nas redes sociais

digitais. Esse estudo nos leva à conclusão de que, numa época em que socialmente se valoriza tanto o surgimento instantâneo de celebridades, parece natural que cada sujeito queira, por meio das narrativas pessoais, ampliar a visibilidade de si, perseguir a popularidade. Na verdade, é preciso fazer com que o eu narrador aconteça na rede. Esses modos de construção de subjetividades nas redes sociais e, especialmente no *Twitter*, traduzem muito dos anseios da nossa época, em que os sujeitos conectados não param de celebrar e promover a exibição de si como acontecimento espetacular. Sendo, portanto, momento de colaboração, personalização, compartilhamento e manipulação. Narrar a si mesmo é produzir subjetividades e, ao mesmo tempo, produzir conhecimentos de si e do mundo.

Por fim, apontamos a necessidade de análise não apenas das palavras e das narrativas pessoais que formam o enunciado, mas, sim, numa perspectiva da complexidade, devemos levar em consideração o contexto histórico-social e as condições de produção que circundam a enunciação, numa tentativa de reconstruir os passos da modalidade do dizer. Portanto, a materialidade do conteúdo consiste apenas em parte de sua essência.

Referências

- BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. 32 ed. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BRAVO, Hebe. Microblogging, hacia un futuro móvil e inalámbrico. **Maestros del web**, 2007. Disponível em: <<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/microblogging-hacia-un-futuro-movil-e-inalambrico/>>. Acesso em: 11 ago. 2014.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** – a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Editora Paz e Terra, v. 1, 2005.
- FINGER, Cristiane. O telejornal em qualquer lugar: uma sondagem sobre a recepção de notícias nos dispositivos móveis. **Comunicação e Cultura**, v. 12, n. 23, p. 185-200, 2013.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- GARCIA, A. C. et al. Ethnographic approaches to the internet and computer-mediated communication. **Journal of Contemporary Ethnography**, v. 38, n. 52, p. 52-84, 2009.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. 1 ed. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MINAYO, M. C. S.; DELANDES, S. F.; GOMES, R. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 32 ed. Petrópolis: Editora Vozes, p. 110, 2012.
- PELLANDA, Eduardo Campos. **Internet móvel: novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação**. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.
- _____. Protestos pela ótica do Google Glass: uma análise das potencialidades de amplificação da vigilância do cidadão. **Liinc em Revista**, v. 10, n. 1, p. 377-385, 2014.

- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, p. 137, 2010.
- SANTANA, Camila Lima; COUTO, Edvaldo Souza. A publicização da vida privada no Twitter. **Revista Fronteiras**, v. 14, n. 1, p. 31-39, 2012.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, p. 286, 2008.
- TELLAROLI, Taís Marina. O uso do Twitter pelos portais de notícia UOL, Terra e G1. **Sessões do Imaginário**, v. 1, p. 109-116, 2010.
- TWENGE, J. M.; CAMPBELL, W. K. **The narcissism epidemic: living in the age of entitlement**. New York: Free Press, 2009.