

TWITTER: A NOVA FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO DA VIDA DA METRÓPOLE NA PERSPECTIVA DE GEORG SIMMEL

Twitter: the new communication tool of the metropolitan life in Georg Simmel's perspective

LIA LUZ⁸²

VÂNIA GICO⁸³

RESUMO

A cidade grande é, para Georg Simmel, a essência da vida moderna, uma vida mais rápida, transitória e efêmera, que implica uma consciência elevada e uma predominância da inteligência e da racionalidade como forma de preservar a subjetividade. Para lidar com a exagerada repetição de estímulos visuais e auditivos, o homem da metrópole não reage de forma direta e emocional, como faz o da cidade pequena, mas de forma indireta e intelectual, assumindo um ar *blasé* e uma tendência à calculabilidade. Partindo dessa constatação, argumentamos que o *Twitter* configura-se como uma ferramenta típica de comunicação da vida da metrópole, exacerbando aqueles comportamentos que foram apontados pelo autor no início do século XX.

PALAVRAS-CHAVE: Georg Simmel. *Twitter*. Metrópole. Comunicação. Redes Sociais.

⁸² Jornalista, mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). liahluz@gmail.com

⁸³ Vânia de Vasconcelos Gico – Orientadora. Cientista social. Doutora em Ciências Sociais. Professora/Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, RN, Brasil. vaniagico@gmail.com

A (CALCULABILIDADE DA) VIDA MODERNA

A cidade grande era, para Simmel (1967), a essência da vida moderna, o lugar do transitório, do fugitivo, do efêmero, no qual se vivia mais porque se vivia mais rápido. O ritmo e a multiplicidade da vida econômica, ocupacional e social da metrópole fazem, assim, um contraste profundo com a vida da cidade pequena. Aquela extrai do homem uma quantidade de consciência diferente da vida rural. “Nesta, o ritmo da vida e do conjunto sensorial de imagens mentais flui mais lentamente, de modo mais habitual e mais uniforme” (SIMMEL, 1967, p. 14).

Essa intensificação da vida nervosa, que resulta da mudança rápida e ininterrupta de impressões interiores e exteriores é, para o autor, o fundamento psicológico sobre o qual se eleva o tipo das individualidades da cidade grande. Destarte, a metrópole é o espaço onde a luta de resistência do indivíduo contra a sociedade ganha os seus mais claros contornos: no subjetivismo exagerado, no distanciamento um dos outros e no medo do contato com o outro (STECHEER, 1995).

Para proteger-se das correntes de discrepâncias ameaçadoras de sua ambientação externa, as quais, ao contrário, o desenraizariam, o tipo metropolitano de homem reage com a cabeça, ao invés de com o coração. A vida metropolitana implica, assim, uma consciência elevada e uma predominância da inteligência, da racionalidade, visto que a intelectualidade se destina a preservar a vida subjetiva contra o poder avassalador da vida metropolitana (SIMMEL, 1967). Para lidar com a exagerada quantidade de estímulos visuais e auditivos, prossegue Simmel (1967), o homem da cidade não reage de forma direta e emocional, como faz o homem da pequena cidade, mas de forma indireta e intelectual. Trata-se de uma forma de resposta a todas as solicitações sensoriais típicas da excessiva quantidade de comunicações presente nas metrópoles.

O intelecto do homem nas metrópoles é mais estimulado que nas pequenas cidades, constituindo-se como um dos efeitos marcantes da intensificação da vida nervosa no cotidiano. Com isso, se compreende o caráter intelectualista da vida anímica do habitante da cidade grande frente ao habitante da cidade pequena, que é antes baseado no ânimo e nas relações pautadas pelo sentimento. O cidadão metropolitano é obrigado a mascarar seus sentimentos e, muitas vezes, a não reagir às solicitações exteriores, assumindo um ar *blasé* no cotidiano. A incapacidade de reagir às novas estimulações com a energia necessária é uma das principais características de tal comportamento.

Essa atitude *blasé* é impregnada pela economia monetária, visto que o dinheiro avalia da mesma maneira (por números) a maioria das coisas, sendo o denominador comum de todos os valores. O dinheiro é, nesse sentido, o mais importante nivelador da sociedade, esvaziando as coisas de seus conteúdos, de seu possível valor específico e incomparável. A

influência do dinheiro não se manifesta somente na preponderância do intelecto sobre a vontade, mas também na dominação do quantitativo sobre o qualitativo (SIMMEL, 2005a).

Nessa perspectiva, a modernidade se caracteriza por uma espécie de intelectualidade calculadora que gera a construção das opções de vida dos cidadãos. A mente moderna se tornou mais e mais calculista. Para Simmel (2005a), essa calculabilidade passou a fazer parte da vida cotidiana, levando as pessoas a passar os dias inteiros a avaliar, a calcular e a reduzir os valores qualitativos em valores quantitativos (VANDENBERGHE, 2001). O *Twitter*, uma rede social e um servidor para microblogging que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos em textos de até 140 caracteres, é uma expressão desse comportamento, uma vez que leva as pessoas a permanentemente calcular o número de caracteres daquilo que querem dizer, conforme veremos adiante.

Desse panorama de calculabilidade, decorre o excesso de racionalidade nas relações que o habitante da cidade grande desenvolve com seus fornecedores, clientes, empregados, entre outros atores sociais e, no caso do *Twitter*, com seus contatos virtuais. Na tentativa de se resguardar da proximidade com as pessoas socialmente muito distantes, o habitante da cidade grande esconde sua sensibilidade com atitudes que priorizam a indiferença em relação aos outros. Para Simmel (1967), sem esse distanciamento, não poderíamos viver juntos.

A distância calculada dos homens e das coisas e a cultura da subjetividade constituem, na verdade, duas faces diferentes de um mesmo fenômeno, já que, ao se proteger por trás de uma imagem de civilidade, o homem pode se abrigar das pressões sociais e adquirir uma considerável liberdade pessoal. Essa dialética entre a alienação e a liberação caracteriza a modernidade, dando lugar ao desenvolvimento simultâneo da objetividade e da subjetividade, tema muito explorado pelo autor nos estudos sobre dinheiro e divisão do trabalho (FREITAS, 2007).

Temos, então, que a metrópole é o lugar onde muitos podem viver, e de forma um tanto heterogênea. Ao colocar em contato as diferenças, a cidade grande permite uma maior liberdade de ação, visto que, enquanto em um vilarejo pré-moderno a diferença seria motivo de desconfiança, na metrópole moderna ele é tolerada, ou mesmo exigida, na medida em que é o exercício do individualismo. Dito de outra forma, a vida da metrópole e o uso do dinheiro propiciam uma maior mobilidade, um encurtamento das distâncias e a possibilidade de estabelecimento de um maior número de laços sociais, fenômeno este intensificado com a proliferação das redes sociais, caso do *Twitter*.

Ao libertar o homem dos laços estreitos da comunidade, a vida da metrópole e o uso do dinheiro tornam tudo mais veloz, incluindo o contato humano. As relações sociais ficam

mais objetivas e impessoais, portanto, mais superficiais. E essa é, para Simmel (1967, 1990), a ambiguidade principal da modernidade: uma maior liberdade individual caminha lado a lado com uma maior impessoalidade. O dinheiro, da mesma forma, é, para Simmel, a força que une e afasta (MOCELLIM, 2007).

Ao se tornar meio de troca universal, permite uma aproximação entre diversas pessoas, visto que todos podem se comunicar pela linguagem universal do dinheiro. Por via do comércio, o dinheiro aproxima pessoas que nunca estariam próximas de outro modo. Por outro lado, ele afasta. Afasta porque a relação social estabelecida por meio do dinheiro é meramente instrumental. O contato que se dá através do dinheiro – ao contrário das trocas comerciais de sociedade sem dinheiro – é impessoal, não cria vínculos que possam perdurar, é uma relação social em que o objeto (o dinheiro) adquire a centralidade (MOCELLIM, 2007).

Além disso, o dinheiro opera um nivelamento gradual do social, ele reduz tudo à relação comercial. Com o dinheiro tudo se torna passível de ser medido e contabilizado, o valor se reduz ao valor monetário. A lógica do cálculo da economia monetária penetra a modernidade e influencia no caráter racional da mesma. Dentro da lógica do cálculo racional, o dinheiro torna tudo indiferente, destrói as diferenças, pois, em última instância, através dele tudo pode ser obtido. “Isso contribui para o caráter racional e calculador da época moderna em contraposição às épocas anteriores, que tinham um caráter mais impulsivo, mais emocional, mais dirigido ao todo.” (SIMMEL, 2005a, p.37).

A CULTURA E O PREDOMÍNIO DA TÉCNICA SOBRE A ALMA

Tal caráter racional e calculador deságua naquele que Simmel (1990) identifica como o problema da cultura moderna: cada vez mais meios e fins não correspondem à mesma realidade. Simmel atribui esse distanciamento à crescente intelectualização do mundo, à objetivação da cultura, que pode ser observada através da importância da técnica nos diferentes domínios da sociedade. Nesse sentido, a cultura moderna pode ser vista como palco de uma tragédia, cuja raiz é o crescente predomínio dos meios sobre os fins, das técnicas sobre os valores transcendentais (RÜDIGER, 2009).

Simmel (1986) sustentou que a cultura é um processo de mediação entre as criações objetivas da espécie e a vida interior do indivíduo. No entanto, nem o patrimônio material e espiritual da humanidade, nem os conhecimentos e refinamentos manifestados pelo indivíduo bastam para defini-la. O conceito de cultura remete antes ao esforço de formação pelo qual um sujeito modifica a si mesmo no sentido de uma condição mais elevada e perfeita, mas, ao mesmo tempo, à necessidade de que essa formação seja feita por meio de certos bens que pertencem a sua exterioridade.

Conforme Simmel, "O homem é cultivado quando esses bens objetivos de tipo espiritual ou externo passam a formar parte de sua personalidade, de tal modo que lhe permitam progredir além da medida natural alcançável puramente por si mesmo" (1986, p. 130). Os problemas da cultura moderna "surgem em boa parte do fato de que, se é certo que as coisas se tornam cada vez mais cultivadas, de outro lado os homens só em uma medida mínima estão em condições de alcançar a partir da perfeição do objeto a devida perfeição da vida subjetiva" (p. 127). Ou seja, o processo civilizador coloca à disposição do sujeito mais e mais obras, ao mesmo tempo em que esse mais e mais se vê excluído da sua devida compreensão. A pessoa retira da cultura um benefício, mas esse não o leva a uma maior perfeição.

Para salientar tal processo, Simmel (2005b) cita a questão da linguagem, lembrando que as possibilidades de expressão linguística, tanto no alemão como no francês, enriqueceram-se ao longo dos anos. Observando a fala e a escrita dos indivíduos, no entanto, percebe-se que, no todo, ela se torna sempre mais incorreta, mais indigna e mais trivial. Com o advento dos meios de comunicação eletrônicos, tal fenômeno intensificou-se, chegando ao extremo da criação de uma nova linguagem, marcada por abreviações e economia de caracteres.

A subjetividade, assim, vai se tornando suporte de uma cultura de massa, fragmentada e superficial, que, embora também enseje refinamentos, carece do valor com que se satisfaz o verdadeiro conceito de cultura, por ser privada do entrelaçamento interno com o elemento objetivo que estrutura o contexto civilizacional (SIMMEL,1988). A explicação para tanto se encontra, segundo o pensador, no fato de a cultura moderna ter feito uma opção pelo progresso técnico em detrimento da educação dos indivíduos.

A civilização moderna promove um estilo de vida em que os progressos materiais, o crescimento do bem-estar, as melhorias da saúde, o refinamento do indivíduo não leva ao seu cultivo, na medida em que os referidos aspectos são vividos mecanicamente, e, agora, com o advento do *Twitter* e de outras formas de comunicação digital, também comunicados mecanicamente.

Os homens vivem cada vez mais separados e têm cada vez menos contato direto com as várias esferas da vida em que vai se decompondo a cultura por motivo do crescente cuidado técnico. O resultado disso é o abismo que cada vez mais se abre entre a capacidade de cultivar o próprio eu possuída pelo indivíduo e o desenvolvimento dos meios e bens com os quais a atividade do conjunto da espécie viabiliza esse processo. Os homens conhecem, empregam e usufruem de um volume cada vez maior de bens cuja estrutura interna permanece opaca e, assim, não permite que sejam englobados no curso de sua vida anímica (RÜDIGER, 2009, p. 6).

O homem que se pensa educado engana a si mesmo porque a vontade de usufruir de todos os recursos à disposição em seu tempo, a procura de plenitude interior, limita-se à assimilação de princípios esquemáticos e ele já não tem como extrair da variedade dos bens os elementos de síntese que poderiam dar sentido à empreitada. De tal forma que, a técnica, em nossa era, vem se tornando cada vez mais um fim, levando a um crescente predomínio dos meios sobre a alma.

As pessoas pensam que os meios técnicos são forças neutras cujo valor é determinado pelos fins que damos a cada um, sem ver que seu sentido depende de um conjunto maior, da rede de objetos, e que esse tende a fugir de nosso controle em uma sociedade individualista. O resultado é a substituição do cuidado com o sentido das experiências vitais por um interesse pelas coisas, e a tendência do cuidado com as coisas predominar sobre o cultivo da subjetividade.

O êxtase das pessoas para com os triunfos do telégrafo e do telefone geralmente leva-as a desconsiderar o fato de que o que realmente importa é o valor do que se tem a dizer e que, comparada com isso, a velocidade ou vagar dos meios de comunicação é, em geral, uma preocupação que só alcançou a presente situação ilegitimamente (SIMMEL, 1990, p. 482).

TWITTER: A COMUNICAÇÃO DA VIDA DA METRÓPOLE

Criado em 2006 por Jack Dorsey, o *Twitter* é uma rede social e servidor para microblogging que permite aos usuários receber e enviar atualizações pessoais de outros contatos, os chamados seguidores e seguidos, em textos de até 140 caracteres, conhecidos como *tweets*, por meio do *website* do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento. As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las⁸⁴.

Algumas vezes descrito como o "SMS da Internet", o *Twitter* ganhou extensa notabilidade e popularidade por todo mundo. Em fevereiro de 2009, o blog "Compete.com" elegeu-o em terceiro lugar como rede social mais usada (*Facebook* em primeiro lugar, seguido do *MySpace*)⁸⁵. Em maio daquele ano, outro estudo analisou mais de 11 milhões e meio de contas de usuários⁸⁶.

De acordo com uma pesquisa realizada pela agência Bullet, a maioria (61%) dos usuários no Brasil é composta por homens na faixa de 21 a 30 anos, solteiros, localizados

⁸⁴ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>

⁸⁵ <http://blog.compete.com/2009/02/09/facebook-myspace-twitter-social-network/>

⁸⁶ <http://www.sysomos.com/insidetwitter/>

nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, com ensino superior completo, renda mensal compreendida entre R\$ 1 mil e R\$ 5 mil. As estimativas do número de usuários são baseadas em pesquisas independentes como essas, já que a empresa não informa oficialmente número de contas ativas.

Embora muitos usuários mantenham uma lista extensa de contatos, um estudo realizado nos Estados Unidos concluiu que, na realidade, eles interagem com muito poucas pessoas listados em suas respectivas redes sociais. Uma das razões importantes por trás disso é que a atenção é uma fonte escassa na era da web. Para descobrir o quão relevante uma lista de amigos é para os membros da rede, a pesquisa coletou e analisou um vasto número de dados da rede social do *Twitter* (HUBERMAN et al, 2009).

O interesse dos pesquisadores era descobrir com quantas pessoas cada usuário se comunicava diretamente. Definiu-se como amigo a pessoa a quem o usuário havia diretamente endereçado pelo menos dois *posts*. Usando essa definição, eles conseguiram descobrir quantos amigos cada usuário tinha e comparar tal número ao total de contatos que declaravam, entre seguidores e seguidos, concluindo que o primeiro era muito pequeno em relação ao segundo. Ou seja, mesmo que declarem seguir muitas pessoas, os usuários do *Twitter* mantêm contato com um pequeno número delas. Daí tem-se que, em realidade, a rede social mais coesa é, de fato, bastante esparsa, visto que a ligação entre quaisquer duas pessoas não implica necessariamente uma interação entre ambas (HUBERMAN et al, 2009).

No entanto, as pessoas também utilizam o serviço para buscar informações, e não apenas para criar uma rede social. A ferramenta possibilita um alcance máximo e uma atualização praticamente instantânea sobre o desdobramento de fatos em praticamente qualquer lugar do planeta, incluindo desde dados sobre a situação do trânsito ou relatos em tempo real sobre um terremoto ou uma rebelião. Nesse sentido, em março de 2009, o *Twitter* foi uma das principais ferramentas de divulgação do *Pillow Fight Day* – uma guerra pública de travesseiros ocorrida em várias cidades do mundo. Durante o apagão elétrico de 2009 no Brasil, as primeiras informações das regiões atingidas pelo blecaute foram fornecidas através dos usuários do *Twitter*, por meio de *posts* via celular, os quais foram lidos por emissoras de rádio que faziam plantão naquele momento⁸⁷.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Rápido, transitório e efêmero, o *Twitter* é em tudo símbolo da vida na grande metrópole (no caso, pós-moderna) descrita por Georg Simmel no início do século passado,

⁸⁷ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>

no qual se vivia mais porque se vivia mais rápido. Para dar conta do grande volume de conteúdo informacional da rede e do número de contatos, o usuário da ferramenta vale-se de uma consciência elevada e uma predominância da inteligência e da racionalidade como forma de preservar a subjetividade, a exemplo do tipo metropolitano delineado por Simmel (1967). Tanto é que o usuário costuma trocar informações particulares apenas com poucas pessoas, apesar de listar, em sua página, muitas outras. Sem esse resguardo, provavelmente entraria em colapso mental.

Nesse cenário de maior mobilidade e encurtamento das distâncias propiciado pela tecnologia, a intelectualidade, que prioriza a indiferença em relação aos outros, protege-o de tal risco, visto que, sem esse distanciamento, conforme postulou Simmel (1967), não poderíamos viver juntos. E essa incapacidade de reagir às novas estimulações com a energia necessária é justamente uma das principais características do comportamento *blasé* cunhado por Simmel (1967) para descrever a atitude do homem metropolitano, e a qual pode, agora, ser usada, para descrever a atitude do internauta diante de páginas e páginas lotadas de *tweets*.

Tal comportamento *blasé* torna a mente moderna ainda mais calculista, ou, no caso específico do *Twitter*, literalmente calculista na hora de comunicar-se, já que é preciso encaixar tudo o que se quer dizer em 140 caracteres, e rápido. Essa comunicação em via expressa, somada à amplitude de contatos possibilitada pelo meio digital, liberta o homem dos laços estreitos da comunidade, deixando tudo mais veloz, inclusive o contato humano, exatamente como fizera o uso do dinheiro e a vida da metrópole na avaliação de Simmel (1967, 1990). Da mesma forma, com o *Twitter* as relações sociais também ficam mais objetivas e impessoais, portanto, mais superficiais.

Assim, temos que, com o *Twitter*, uma maior liberdade individual caminha lado a lado com uma maior impessoalidade, situação essa que foi descrita por Simmel (1967, 1990) como a maior ambiguidade da modernidade.

REFERÊNCIAS

- FREITAS, R.F. Simmel e a cidade moderna: uma contribuição aos estudos da comunicação e do consumo. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, n. 10, p. 41-53, jul. 2007
- HUBERMAN, B. A.; ROMERO, D. M; WU, F. Social networks that matter: Twitter under the microscope. Disponível em: <http://arxiv.org/PS_cache/arxiv/pdf/0812/0812.1045v1.pdf> Acesso em: 17 jul. 2010
- MOCELLIM, A. Simmel e Bauman: modernidade e individualização. **EmTese**. v. 4 n. 1, p. 101-118, ago./dez. 2007
- SIMMEL, G. O dinheiro na cultura moderna. In: SOUZA, Jessé; ÖELZE, Berthold (Orgs.). **Simmel e a modernidade**. Brasília: UNB, 2005a, pp. 23-40
- _____. A divisão do trabalho como causa da diferenciação da cultura subjetiva e objetiva. In: SOUZA, Jessé; ÖELZE, Berthold (Orgs.). **Simmel e a modernidade**. Brasília: UNB, 2005b, pp. 41-76
- _____. **Philosophie de la modernité**. Paris: Payot, 1994.
- _____. **The philosophy of money**. Londres: Routledge, 1990.
- _____. **La aventura**. Barcelona: Península, 1988.
- _____. **El individuo y la libertad**. Barcelona: Península, 1986.
- _____. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio G. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. pp. 13-28.
- STECHER, H. Georg Simmel: Dinheiro, a solidez do efêmero. **Cad. CRH.**, Salvador, n.22, p. 185-191, jan./jun. 1995
- RÜDIGER, F. A tragédia da cultura na era da técnica: Georg Simmel. Buscalegis, América do Norte, mar. 2009. Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/index.php/buscalegis/article/view/29225/28781>> Acesso em: 18 jul. 2010
- VANDENBERGHE, F. **La sociologie de Georg Simmel**. Paris: La Découverte, 2001.