

## **A literatura e o *microblogging Twitter* no processo de transmediatização e cibercultura**

Rafaela Bernardazzi Torrens Leite  
Taciana de Lima Burgos

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

### **Resumo**

Discutindo a temática de cibercultura, envolvendo a convergência de mídias e a transmediatização entre o *microblogging Twitter* e literatura, este artigo busca fazer uma análise dessas configurações usando o livro "Do coração de Telmah", do autor Luís Dill, para confirmar os estudos sobre convergência dos meios, focando na literatura e no *microblogging Twitter*, mostrando tendências comunicacionais e comportamentais da sociedade atual dentro do ciberespaço. Características informacionais dessa ferramenta dentro do ambiente virtual, a partir dos estudos dos teóricos Pierre Levy (2007), Henry Jenkins (2009), Alex Primo (2003-2007), André Lemos (2003-2009), Debora Faccion (2010), Vicente Gosciola (2003), entre outros. E, a partir disso mostrar como a convergência entre literatura e ambiente virtual ocorre nesse caso.

**Palavras-chave:** cibercultura; cultura de convergência; transmídia.

### **Abstract**

Discussing the topic of cyberculture, involving a converging of media and transmedia between the *microblogging Twitter* and literature, the article attempts to analyze these settings using the book "Do coração de Telmah" from the author Luís Dill to confirm the studies of media convergence, focusing on literature and the *microblogging Twitter*, showing trends and communication behavior of today's society within cyberspace. Informational features from this tool within the virtual environment, from theoretical studies of Pierre Levy (2007), Henry Jenkins (2009), Alex Primo (2003-2007), André Lemos (2003-2009), Debora Faccion (2010), Vicente Gosciola (2003), among others. And from that show how convergence between literature and the virtual environment occurs here.

**Key words:** cyberculture, convergence culture; transmedia.

### **Introdução ao mercado e a sociedade, convergências e a cena atual**

A sociedade atual se mostra cada vez mais imersa dentro do espaço conhecido como ciberespaço, onde informação e interação interpessoal

através de tecnologias, principalmente aparelhos portáteis como *smartphones*, *netbooks*, *tablets*, entre outros se tornam itens essenciais para o uso das plataformas *online*. Com a sociedade imersa dentro desse ambiente podemos observar a necessidade de a adaptação da mensagem, cada suporte precisa de um gênero textual específico. Com isso, o modo de comunicação e interação merece ser observado e estudado para que tal evolução seja registrada e analisada.

Antes a transmídia presente fortemente na televisão e no cinema, com o advento das tecnologias e a ampliação do seu uso da Internet dentro das práticas sociais se torna massiva dentro desse ambiente, seja transpondo conteúdo veiculado em outras mídias como criando mais conteúdo para completar um já publicado em outro meio, ou, reescrevendo uma mensagem para que a mesma seja passada da mesma forma, com outro formato, para um meio diferente, sem que a mensagem perca sua carga informacional na mudança de meio.

Como Jenkins (2009) enfatiza, os três pilares da cultura de convergência - cultura participativa, inteligência coletiva e convergência de meios – refletem uma característica da sociedade do início do século XXI, que analisa o conteúdo publicado e interage com ele, não apenas recebendo a informação, mas desenvolvendo-a, alterando-a e transmitindo-a, formando uma rede de informação e alimentando o conceito da cultura de convergência.

O que vemos hoje são inúmeros fenômenos sociais em que o antigo “receptor” passa a produzir e emitir sua própria informação, de forma livre, multimodal (vários formatos midiáticos) e planetária, cujo sintoma é às vezes confundido com “excesso” de informação. As práticas sociocomunicacionais da internet estão aí para mostrar que as pessoas estão produzindo vídeos, fotos, música, escrevendo em *blogs*, criando fóruns e comunidades, desenvolvendo *softwares* e ferramentas da *Web 2.0*, trocando música etc. (LEMOS, 2009, p.39)

Usando como exemplo de integração da transmídia o livro de Luís Dill (2009), “Do coração de Telmah”, uma novela infantojuvenil, escrito em forma de *tweet*, cuja intenção deliberada do autor é afirmar que é possível escrever uma ficção literária usando como linguagem a mesma linguagem presente no ambiente virtual Twitter.

Como forma de análise teórica para complementar estudos em convergência de conteúdo, no caso entre Twitter e literatura, os principais teóricos, que abordados como modo de reforçar a base de estudos, debatem a cibercultura e o ciberespaço, como

André Lemos (2003-2009) e Alex Primo (2007), na discussão de coletividade dentro do ambiente virtual, além de Pierre Levy (2007) na análise da cibercultura e da inteligência coletiva. Assim como a convergência com Henry Jenkins (2009), e a leitura de processos de interação dentro dessa cultura de convergência discutida por Debora Faccion (2010). E a hipermídia discutida por Vicente Gosciola (2003). Como forma de explorar um tema em desenvolvimento.

### **Do blog ao microblog Twitter**

O desenvolvimento das tecnologias, principalmente aparelhos móveis, vem gerando novas necessidades para os usuários, postagens longas dentro de aparelhos onde a usabilidade prejudicada não auxilia o uso de textos longos, normalmente com mais de 20 linhas e uso de muitas imagens, por dificultar o carregamento e a visualização do conteúdo, sendo mais de três imagens algo que poderia comprometer o carregamento da página. O fluxo de informação trouxe uma necessidade para o mercado de desenvolver uma ferramenta onde o usuário pudesse postar mensagens em seu blog não estando ligado a um ambiente de blog. O Twitter surge inicialmente para conectar usuários. “Quando o serviço foi lançado nos Estados Unidos em 2006, pouca gente tinha celular com conexão banda larga e o SMS permitia que o usuário atualizasse a sua página no *Twitter* sem precisar do computador”. (SPYER, FERLA, PAIVA, AMORIM, 2009, p.26). No ar desde 2006, o site do *Twitter* tem a intenção de transmitir mensagens por meio de texto, símbolos ou links, dentro do conceito de uso de no máximo 140 caracteres para transmitir uma mensagem relacionada ou não com o ambiente virtual, podendo, dessa forma, fazer uma ligação direta entre o mundo real e o virtual. Seu formato é representado como *microblogging*, onde as postagens ocorrem de forma similar a dos blogs, porém não há um espaço reservado para comentários, no *Twitter* há a possibilidade de trocar mensagens com outros usuários através do símbolo “@” seguido do nome do usuário.

Com o desenvolvimento da comunicação para plataformas móveis (como *smartphones* e outros dispositivos portáteis) isso se tornou, no entanto, muito mais complexo. Consultas tornaram-se instantâneas e de qualquer lugar, mas as postagens também passaram a ter a

mesma lógica. Ficou possível *blogar* notícias e enviar imagens e vídeos diretamente do lugar onde está acontecendo um determinado evento. O blog, portanto, transformou-se em um meio de informação baseado no imediato e no “sem- fronteiras”, refletindo um novo padrão de consumo de mídia e um nível de interferência do público e produção de conteúdo nunca antes percebido. Nesse caldeirão de influências nasce a blogagem curta, instantânea, telegráfica: o *microblog*. O ato de *microblogar*, como o dos blogs, no entanto segue a mesma lógica. Desde *microposts* de notícias a *microposts* pessoais ou profissionais, temos uma nova maneira de escrever e postar – uma tipologia específica dentro do gênero blog. (PIMENTA, 2009, p.6)

### **As formas de transmediatização dentro das tecnologias**

Os modos comunicacionais apresentam-se em constante transformação, conforme se desenvolve as características sociais desenvolvem-se também técnicas e tecnologias que acompanham tais mudanças. As tecnologias da informação surgem como forma integrante da sociedade, tomam espaço dentro da vida da população e geram novas formas de divulgação de informação e formas comunicacionais. Como cita André Lemos “[...] a lógica comunicacional [...] se constrói na nova esfera pública que é o ciberespaço, em se fazendo através da produção, do compartilhamento e da distribuição de conteúdo.” (LEMOS, 2009, p.4) o ciberespaço, ao começar a fazer parte do comum das pessoas passa então a adquirir singularidades e se adaptar para que a mensagem a ser passada pelo meio chegue de forma a não despertar estranhamento ao receptor de tal mensagem, que se adequa ao gênero textual encontrado no suporte.

O *Twitter* se encontra fortemente ligado ao marketing empresarial dentro das mídias alternativas, no caso a Internet. Os veículos que tomam conta do mercado hoje estão voltados para a tecnologia em destaque: dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets* e *netbooks*. Tantos modos de acessar informação, seja ela por transferência de dados ou dados já presentes no aparelho, fazem com que a transmediatização, de outros veículos para essas plataformas, tomem lugar no mercado e como forma de interagir com o público e ter o mesmo impacto publicitário dentro do setor de aplicativos e funcionalidades para tais aparelhos. A atualização constante dessa área de investimento, que surge com o desenvolvimento de novas tecnologias

portáteis, trás uma necessidade de atualização no modo de se comunicar, uma vez que a interface muda, e os modos de postagem de informação também tomam novos rumos.

A transmediatização faz necessária a transformação de uma mensagem, antes transmitida em um meio, em outra, com o mesmo conteúdo, mas com a forma de abordagem diferente. Convertê-la para atingir ao público desejado, seja ele o mesmo já buscado no meio em que surgiu a mensagem, ou novos receptores que se busca ter em novos meios. Tal acompanhamento e atualização de linguagem para que a mensagem chegue em áreas diversas com a mesma intenção comunicativa, mas com uma linguagem adaptada ao meio, o receptor continua consumindo o conteúdo que deseja, mas não obrigatoriamente no meio em que surgiu a mensagem e sim no meio ao qual ele se sinta mais próximo para o consumo. Assim como cita Gosciola (2003) no estudo da hipermídia ao reafirmar a necessidade de unicidade para que o usuário não sinta impacto ao usufruir do produto independente da forma com que se apresente, uma vez que “[...] cada conteúdo apresentado em meios hibridizados exige uma dedicada elaboração para sua apresentação e para garantir a unicidade da obra como um todo” (GOSCIOLA, 2003, p. 20). Dessa forma ao se debater a hipermídia, e a forma como a convergência do conteúdo entre mídias ocorrerá vemos que a “[...] unicidade, que se faz notar mesmo nas obras mais ecléticas, é um elemento que pode garantir que o usuário se sinta diante de uma única obra durante toda a exploração.” (GOSCIOLA, 2003, p. 20)

Jornais, *games*, livros, programas de televisão, que são produzidos para serem veiculados em seus meios, mas que ganham versões digitais, podendo ser convertidos para ganhar uma nova linguagem, mais apropriada para o veículo ao qual essa conversão esteja ocorrendo, ou simplesmente o mesmo produto sendo levado a outro meio sem ser modificado, apenas para que o receptor do material possa receber a mensagem onde achar mais agradável. Jornais como O Globo, que tem uma versão do jornal para *IPad*, o game “*TombRaider*” que ganhou uma adaptação para as telas do cinema com título de “*Lara Croft: TombRaider*” e uma continuação “*Lara Croft: TombRaider - A Origem da Vida*”, há também a microssérie de televisão *Capitu* que surgiu a

partir da adaptação de uma obra literária brasileira, assim como a microssérie para TV “Amor em 4 Atos”, adaptada das letras e músicas de Chico Buarque, músico e compositor brasileiro. A minissérie “O Auto da Compadecida” que surgiu como produto a ser veiculado na TV e após exibição na Rede Globo virou filme, o seriado “*The Walking Dead*” também é originado de outro meio, nesse caso as histórias em quadrinhos viraram seriado para TV. O seriado “*Sanctuary*” é um exemplo de *webserie*, com oito episódios produzidos exclusivamente para internet que virou série de TV. A indústria cinematográfica conta com exemplos de transmidiatização, nos últimos anos as adaptações de filmes baseados em histórias de quadrinhos como: Super Homem, Homem Aranha, Quarteto Fantástico, *X-men*, Homem de Ferro, entre outros.

Mesmo o processo de transmidiatização não sendo algo que surgiu com as chamadas novas tecnologias como aparelhos portáteis e outras plataformas, tais ferramentas possibilitaram a pulverização de tais produtos antes produzidos para uma mídia dentro de diversas outras. O avanço das tecnologias podem integrar meios e trazer ao consumidor dessa informação mais modos de usufruir de um mesmo produto. Produções realizadas dentro da televisão e do cinema passam a ter material online muito rapidamente, *making of* das gravações, disponibilização de episódios *online*, fotos, aplicativos, *games*, uma gama de produtos secundários atrelados a produção digital. Nesse caminho, a literatura também se mostra bem atualizada, a adaptação de obras literárias em material audiovisual já é algo difundido dentro do mercado, mas dentro das novas tecnologias, principalmente de aparelhos portáteis, como *tablets* e *smartphones*, a literatura tem a sua função inicial ainda bem marcada, convergência do produto da sua forma real para um formato virtual, mantendo muitas vezes o mesmo padrão, modificando apenas layout para melhor adequação no meio.

### **Literatura no *Twitter*: casos e personalidades no *microblogging***

Como representação de tal transmidiatização da internet, o *Twitter*, e entrando no universo literário, onde a proposta do autor Luís Dill (2009) se torna escrever uma narrativa em com o formato da ferramenta online, criando

uma linha narrativa, com personagens, ficção, entre outros elementos literários. Não somente transpor um material postado no *Twitter* com atualizações que não necessariamente tem uma conexão entre si, como foi o caso do escritor Fabrício Carpinejar (2009) que escolheu parte da sua obra postada no *Twitter* para escrever um livro, “[www.twitter.com/carpinejar](http://www.twitter.com/carpinejar)” é o primeiro livro com frases postadas no Twitter por um escritor brasileiro” (*online*). Criando uma história cuja proposta é afirmar que a linguagem da ferramenta está tão integrada as formas comunicacionais da nossa sociedade atual, que não importa a mídia na qual ela vai ser transmitida, sendo o público alvo o mesmo a intenção comunicativa se mantém e integra duas mídias com o mesmo produto.

No livro, Carpinejar consegue, por meio de pensamentos repletos de sensibilidade, falar da não banalidade das relações, do sofrer, do cotidiano, da família e, principalmente, dos amores. Ele extrai a poesia das coisas, ao mesmo tempo em que se vê limitado pelos 140 caracteres, espaço esse que, segundo o próprio autor, pode fazer sangrar e pode ser inteiro em cada fragmento. [www.twitter.com/carpinejar](http://www.twitter.com/carpinejar) é clássico no conteúdo, mas inovador na forma. Nele, é analisado o tema com que todas as pessoas se identificam: as relações humanas. (*online*)

Novos formatos de interação entre internet e literatura estão tomando forma, o principal objeto de estudo dessa discussão é o livro lançado em 2009 pela editora Artes e Ofícios. Tendo como autor Luís Dill (2009), o livro “Do coração de Telmah” foi escrito usando como linguagem a ferramenta online *Twitter*. O que fomentou o autor para escrever a obra foi a pergunta “É possível escrever um romance usando o *Twitter*?” (DILL, 2009) e, no formato do *microblogging* ele escreveu a história da personagem fictícia Telmah em 500 *tweets*. Dentro dessa ideia de adequação de meios temos Luís Dill (2009) tentou passar a história usando uma linguagem voltada para o público infantil, público alvo do interesse do autor nessa obra.

Apesar de um dos grandes focos da transmidiatização do *Twitter*, hoje, ser no setor de marketing e publicidade das empresas, outras formas converter o conteúdo que está em um meio para se adaptar melhor, podemos encontrar outras possibilidades dentro do mercado. Diversos escritores, entre eles poetas, romancistas, jornalistas, cronistas, como Fabrício Carpinejar, Paulo Coelho, Fernanda Young, Millôr Fernandes, Xico Sá, Laurentino Gomes,



Arnaldo Jabor, Walcyr Carrasco, entre outros usam o *microblogging Twitter* para atualizar os leitores com material, postam links direcionando o usuário para um site ou blog onde os textos do mesmo são postados, usam a ferramenta para uso pessoal, resumem suas obras, entram em contato com leitores, entre tantas outras funções que a ferramenta disponibiliza. Dentro do *Twitter* encontram-se também contas criadas, por outros usuários que não os donos das obras, para publicar trechos de textos conhecidos e autores famosos, como Fernando Pessoa, Clarice Lispector, William Shakespeare, Cecília Meirelles, Florbela Espanca, Oscar Wilde, Jorge Amado, Hilda Hilst, Jane Austen.

O uso dessa ferramenta para postagem de material literário reflete a integração desses dois meios e demonstra que os usuários estão dispostos a tal integração e auxiliam a alimentação do site com conteúdo de interesse comum.

É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. [...] a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas, e não o culto de comunidades fetichistas ou hipostasiadas. (LEVY, 2007 pp. 28-29)

Mesmo os 140 caracteres de cada postagem do *Twitter* serem um espaço reduzido para elaboração de um texto literário, comparado a elaboração de textos que ocorre normalmente dentro de um livro, a própria criação do site mostra que a escolha desse número reduzido de caracteres explica que uma pessoa tem a capacidade de desenvolver um texto coeso em um espaço limitado como esse.

O que as novas mídias interconectadas pela Web proporcionam de diferente, em comparação às tradicionais mídias de comunicação de massa, como a TV e o rádio, é que além de atingirem um público massivo cada vez maior, atuam de maneira descentralizada, autogerida, gratuita e cada vez mais colaborativa, até mesmo no que tange à produção de conteúdos, itens que deram aos tradicionais meios de comunicação de massa a força e o alcance que tiveram. (GOSCIOLA, 2003, p. 28)

Dentro desse tema Luís Dill (2009) “Do coração de Thelma”, onde a jovem, fictícia, Telmah escreve sua história através de postagens no site do *Twitter*. Como reflexo da vida social dos jovens atuais. Uma maneira de acompanhar o público alvo, incorporando uma linguagem presente dentro das



redes sociais mais acessadas hoje em dia como *Facebook*, *Orkut*, *Twitter* e *MySpace*. A tentativa de escrever um livro usando como forma comunicacional a ferramenta *online* serviu para aproximar o conteúdo que o autor tentou passar pelo texto para o público alvo que consumiria esse material, jovens com no máximo 20 anos de idade.

Dentro de todo esse quadro um exemplo de como a convergência midiática, presente nas mais diversas transposições, está atuando no mercado é o livro “Do coração de Telmah”, onde uma jovem de 17 anos de idade tenta vingar a morte do pai, desmascarando o tio que supostamente estaria tendo um caso com sua mãe. A história fictícia contada pelo autor do livro, Luís Dill (2009), tem influências diretas da obra de William Shakespeare, Hamlet, onde o príncipe Hamlet, após a morte de seu pai o rei Hamlet, recebe a visita do fantasma de seu pai pedindo-o para que sua morte fosse vingada, mesma cena que ocorre dentro da narrativa de Luís Dill (2009). Partes da obra do autor Álvares de Azevedo também são citadas ao decorrer da história. O livro é escrito em forma de *tweets*, a intenção principal do autor é afirmar que é possível desenvolver uma narrativa usando no máximo 140 caracteres de cada vez. Lançado em 2009, pela editora Artes e Ofícios, e escrito em forma de *tweets*, contabilizando no total 500 *tweets*, o autor relata uma história fictícia, onde a personagem principal e autora da conta fictícia online Telmah, conta fatos da sua vida dentro do momento próximo que está vivendo, como sua doença, a suposta traição da mãe e a morte do pai, possivelmente assassinado.

Sendo um enredo que está sendo escrito de forma fictícia por uma jovem o autor fez uso de uma linguagem apropriada, que se aproximasse o máximo possível do público desejado, usando características, linguagem, e termos vistos comumente no *microblogging Twitter* ele busca construir uma narrativa e prender o leitor a partir da ideia de usar no máximo 140 caracteres por vez, criando assim uma linha narrativa, não necessariamente cronológica, para incorporar a literatura empregada nessa obra um modo novo de se expressar e talvez moldar um novo modo de escrever histórias.

### **Um livro na transmediatização**

A partir desse livro é possível analisar como a influência das Mídias sociais redes sociais e a interação com o usuário tem favorecido a expansão dessas formas de comunicação e como o discurso transmídia está sendo empregado também da literatura para internet. Transportar uma ferramenta online para a forma impressa é uma forma de reconhecer que as redes sociais são parte essencial do ser humano na atualidade, seja como forma de se expressar sem uma resposta ser emitida por outro usuário, como é o caso da personagem principal retratada no livro, como também uma troca de informação por esse meio.

[...] entre eu e a coletividade não existe um processo rigorosamente conversacional. [...] o trabalho coletivo, a produção e circulação de bens públicos podem produzir efeito de rede, mas não pode confundir esse processo com uma conversação entre nós/todos, sob o risco de trivializar-se a dinâmica conversacional como metáfora generalista para justificar qualquer tipo de troca [...]. Apesar dos participantes da coletividade não se conhecerem e uma conversação que os envolva não seja possível, os recursos e bens produzidos são públicos, compartilhados por todos os membros. (PRIMO, 2006 p.10)

O site *Twitter* se mostra uma das formas mais usadas para que essas ações sejam realizadas dentro do ambiente virtual. [...] o *Twitter* está sendo usado mais para divulgação de informação do que para conversas e relacionamento entre os usuários. (SPYER, FERLA, PAIVA, AMORIM, 2009, p.86). Dentro dessa situação é possível destacar o ponto que o autor do livro, Luís Dill mostra que a personagem principal estranha quando um usuário, "Lipi", tenta adicioná-la como forma de fazer parte de sua rede social. A jovem retratada no livro está com 17 anos de idade, um perfil que ainda não está fortemente presente dentro da esfera desse ambiente virtual "[...] a pesquisa revelou que as pessoas que aderiram ao *Twitter* são predominantemente usuários avançados da Web, 59% possui blogs, passa em média 46 horas por semana acessando a rede. É um público jovem, 65% tem entre 21 e 30 anos, e qualificado" (SPYER, FERLA, PAIVA, AMORIM, 2009, p.90).

O público abaixo da maioria de 18 anos de idade ainda se mostra mais fiel a outras mídias sociais, tais como Orkut, onde podem se relacionar mais abertamente com usuários. Diferentemente de outros sites que trazem suas funções convencionadas o *Twitter* é aberto para cada usuário usá-lo da forma que achar mais conveniente. Em 140 caracteres o usuário pode produzir

informação, repassar uma informação dada por alguém, conversar com outro usuário, relatar algo pessoa, publicar um link, uma característica das mídias digitais ligadas a comunicação de massa, que seguem um padrão diferenciado da comunicação em massa generalizada. “A criação de mídias, possibilitada pelo desenvolvimento das mídias digitais, transforma o padrão de comunicação de massa, produzido por poucos e transmitidos por muitos, e aumenta o potencial de acesso às informações culturais”. (FACCION, 2010, p.6)

A aproximação feita por Dill (2009) entre o mundo virtual e a produção literária alcança novos níveis de interação, trazendo um ambiente para uma área ainda com pouco conteúdo publicado nesse formato. O livro de Luís Dill (2009) traz em 500 *tweets* uma narrativa ficcional, onde o autor não precisou criar uma conta dentro do site para incorporar a linguagem e como a mensagem se comporta dentro do ambiente, e o modo como o meio se estrutura, no caso as postagens por *tweets*. A incorporação de uma situação singular como essa dentro de um ambiente que segue um padrão diferente de distribuição de informação, como um livro, onde podemos encontrar o conteúdo distribuído em parágrafos, capítulos, sessões e tópicos, e um ambiente como o *Twitter* onde distribuição do material textual é organizada em forma de mensagens que devem conter até no máximo 140 caracteres traz uma nova visão e amplia as formas como o material publicado de forma impressa pode ser trabalhado. Ao editar um livro em forma de uma plataforma vista inicialmente apenas no âmbito virtual, levando-a para um meio que ainda não incorporou esse modo de transmissão de conteúdo une-se a aproximação com o público alvo e a expansão dos formatos encontrados dentro da literatura impressa. Sendo assim, “[...] a estratégia transmídia não seria simplesmente uma forma de ganhar dinheiro, mas sim, de ser capaz de encontrar narrativas que façam a interação entre empresa, produto e sociedade” (FACCION, 2010, p.6). Segue-se, dessa forma, o sentido de cibercultura e inteligência coletiva, levando tais meios ao ramo da comunicação eles hão de gerar ramificações e abrir portas para o desenvolvimento da transmidiatização.

Há a citação constante de termos ligados a ferramenta online do *Twitter*, dessa forma o leitor sente uma familiaridade maior com o livro, ambientando a leitura, uma vez que vem da Internet muitos dos termos que tem sido

incorporados aos dicionários brasileiros, atualizando a língua e refletindo as tendências da sociedade atual. Palavras como: *followers*, *twitar*, *add*, *block*, *nick*, *updates*, todas usadas dentro da obra de Luis Dill (2009), refletem a integração do usuário com a forma de falar usada dentro do mundo virtual. [...] a diminuição da fronteira entre o erudito e popular através da distribuição das informações nas mídias e mostra, [...], como a interação com diferentes linguagens e a possibilidade de acesso das informações entre os pares pode aumentar o espectro cultural da população (FACCION, 2010, p.7).

### **Considerações Finais**

A obra de Luís Dill (2009) vem comprovar que a transmediatização encontra-se presente dentro de diversos meios não estando apenas na área audiovisual como seriados de televisão e filmes. As ferramentas virtuais tem se atualizado para levar informação aos usuários. Não sendo a transmediatização excludente, o meio literário não foi inutilizado pela presença das redes sociais atreladas a literatura e nem as redes sociais se mostram um lugar que inviabiliza a transmissão da mensagem de cunho literário ficcional.

A ampliação dos meios para transmissão da mensagem favorece a evolução da mensagem e gera novas linguagens que podem atrair mais usuários por se adaptar mais rapidamente ao perfil do público que acessa tais materiais no meio virtual. Ao gerar novos meios de comunicação e transmissão da mensagem favorece a formação de inteligência coletiva, onde os usuários transmitem informação para outros usuários formando dessa forma uma rede de conteúdo que pode ser acessada de qualquer aparelhos com acesso a Internet. Com a transmediatização o leitor deixa de acessar tal informação apenas pela ferramenta *online* e pode ter acesso ao conteúdo de outras formas, um exemplo disso é a literatura. A função principal dessa convergência de meios é formar essa rede de informação, incorporando o conceito de inteligência coletiva. Mesmo sendo fortemente ligado na atualidade com as novas tecnologias a transmediatização está presente na cibercultura, mas não foi gerada a partir dela, os ciberespaços tomam lugar nesse tema como mais

um meio onde o conteúdo pode ser produzido, alterado, divulgado e consumido pelos usuários que assim desejarem acessar as informações.

Uma das características do ciberespaço é que o usuário escolhe o conteúdo que quer acessar, mas ao mesmo tempo a facilitação de recepção de outros diversos conteúdos faz com que uma variedade maior de campos possa ser acessado aumentando a quantidade de informação que o usuário tende a percorrer para acessar o conteúdo desejado, assim possibilitando o mesmo a adquirir outros conteúdos que não necessariamente sejam o que busca, mas que tenha alguma proximidade temática. A ferramenta online *Twitter* segue esse caminho de produção de conteúdo, o usuário segue os usuários que lhe interessam, e que transmitem o conteúdo que é o que o usuário está buscando, mas como o mesmo não consegue controlar a postagem de terceiros acaba tendo acesso a um número muito maior de informação, refletindo uma tendência forte na sociedade hoje, uma fonte de inteligência coletiva.

Dessa forma, o autor Luís Dill consegue atender aos seus anseios e confirmar que é possível a literatura estar ligada ao *microblogging Twitter*, alimentando o campo de estudos na transmediatização, convergência de meios e cibercultura. Dessa forma a integração do meio com o receptor da mensagem torna mais agradável seu consumo favorecendo o meio, a mensagem e o gerador do conteúdo. Uma vez que o meio passa a ser a Internet o contato entre quem produz a mensagem e quem consome se torna mais fácil. Ao usar a mesma organização de conteúdo e forma de escrita usada no ambiente virtual o leitor sente uma familiaridade com a informação que está sendo recebida. Dessa forma ao escrever um livro em formato de *tweets*, o leitor passa a sentir que a convergência do meio digital para o meio físico não é agressiva, gerando um relacionamento melhor com a ideia de que dois meios distintos podem ser funcionar paralelamente para o mesmo propósito, gerar informação.

## Referências

**A cibercultura e seu espelho:** campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. Organizado por: TRIVINHO, Eugênio; CAZELOTO, Edilson. – Dados eletrônicos. – São Paulo: ABCiber ; Instituto Itaú Cultural, 2009. 166 p. – (Coleção ABCiber, v.1)

Aplicativo do Jornal O Globo para iPad. Disponível em:  
<<http://oglobo.globo.com/ipad/>> Acesso em: 27 de jun. de 2011.

Bibliografia Fabrício Carpinejar. Disponível em:  
<<http://www.carpinejar.com.br/livros.htm>> Acesso em 26 de jun. 2011.

Capitu. Disponível em: <<http://capitu.globo.com/>>. Acesso entre os meses de maio e junho de 2011.

DILL, Luís. **Do coração de Telmah**. Porto Alegre, RS: Artes e Ofícios, 2009.

FACCION, Debora. **Processos de Interação na Cultura de Convergência**. In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXIII, 2010. Caxias do Sul. Anais... CD-ROM.

FURQUIM, Fernanda. Children's Hospital, a nova série com base em webserie. **Veja**, São Paulo, 19 de jun. de 2010.  
<<http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/webserieswebsodios/childrens-hospital-nova-serie-com-base-em-webserie/>>. Acesso entre os meses de maio e junho de 2011.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para novas mídias:** do cinema às mídias interativas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

JENKINS, Henry. **Cultura de convergência**. Tradução de Susana Alexandria. – 2. Ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

LEMONS, André. **Nova esfera comunicacional**, in Dimas A. Künsch, D.A, da Silveira, S.A., et al Esfera pública, redes e jornalismo, Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, 2009, ISBN 978857650243-2, pp.9-30.

LEMOS, A.; P. Cunha (Eds.). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003. P. 37-56.

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. Por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2007.

Luis Dill. Disponível em: <<http://www.luisdill.com.br/>>. Acesso entre os meses de maio e junho de 2011.

PIMENTA, R.D.H. **Twitter: microblog, publicidade e resultados**. In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXII, 2009. Curitiba. Anais... CD-ROM.

PRIMO, Alex. **Conhecimento e interação**: fronteiras entre o agir humano e inteligência artificial. In: LEMOS, A.; P. CUNHA (Eds.). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 37-56.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. E- Compós (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

Sanctuary. Disponível em: <<http://sanctuaryforall.com/index.php>>. Acesso entre os meses de maio e junho de 2011.

SPYER, Juliano; FERLA, Luiz Alberto; PAIVA, Moriael; AMORIM, Fabiola. Tudo o que você precisa saber sobre Twitter. Talk, 2009.

Tomb Raider. Disponível em: <<http://www.tombraider.com/>>. Acesso entre os meses de maio e junho de 2011.

Tomb Raider Movie. Disponível em: <<http://www.tombraidermovie.com/>>. Acesso entre os meses de maio e junho de 2011.

Twitter. Disponível em: <<http://twitter.com/>>. Acesso entre os meses de maio e junho de 2011.

Walking Dead. Disponível em: <<http://www.amctv.com/shows/the-walking-dead>>. Acesso entre os meses de maio e junho de 2011.



