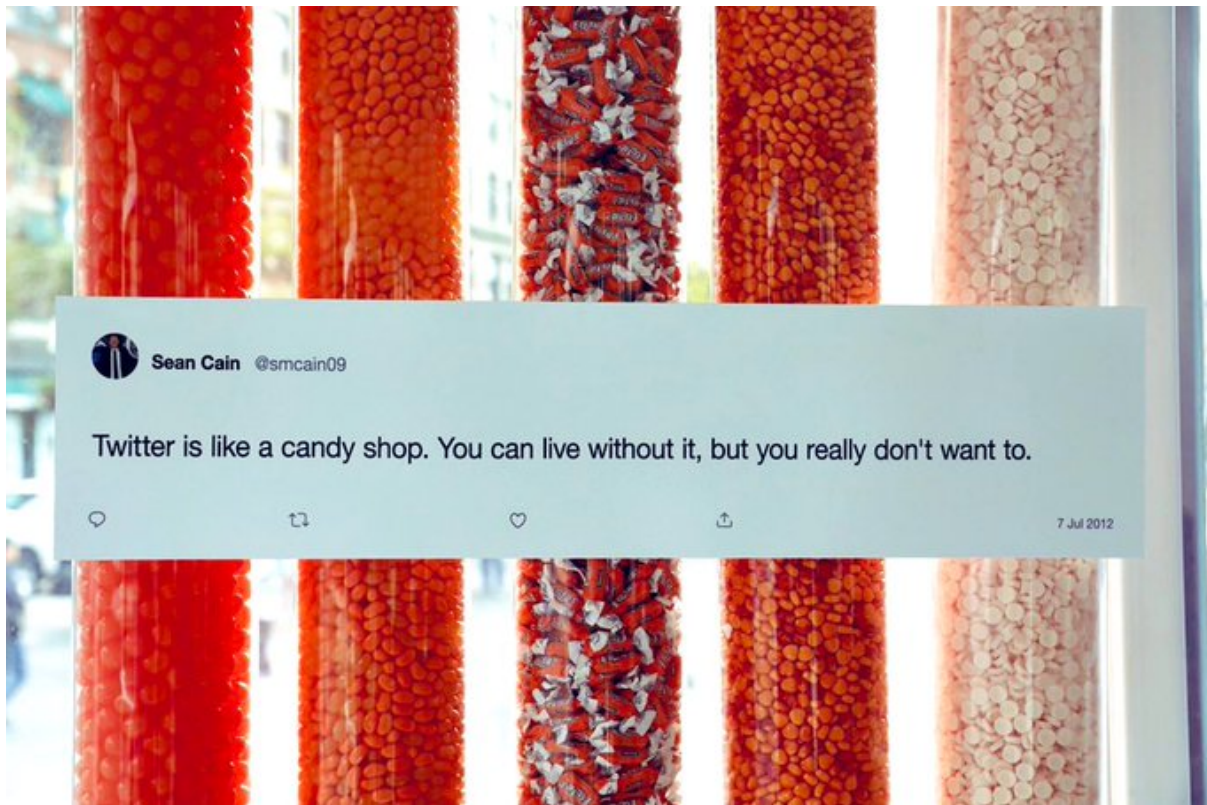


Twitter desafia os limites do ciberespaço



Neste mês, o Twitter saiu da web e foi para as ruas. Os moradores de Nova York e São Francisco interagiram com tweets expostos em outdoors, “grafitados” em giz nas calçadas e até mesmo em um projeto de *pop up store*, onde a marca distribuiu doces de graça. O objetivo de levar as publicações para o mundo off-line é de mostrar que a vida também acontece através das conexões da rede.



Segundo o jornal americano The Wall Street Journal, o número de usuários ativos no Twitter cresceu no segundo trimestre de 2019, atingindo o recorde de 319 milhões de pessoas. Nos últimos anos, especialmente no Brasil e Estados Unidos, a rede social do passarinho azul vive seus tempos de ouro, sendo apropriada como plataforma comunicacional do governo.

Mesmo presente nas conversas do dia a dia e até nos noticiários, os *tweets* se restringiam a uma fronteira cibernética - em um não lugar - uma vez que não se encontram em um ambiente físico, mas sim, no ciberespaço. O que o Twitter fez nessas últimas semanas foi ir além, mais que navegar pela web, é possível trafegar pelas ruas de Manhattan e trombar com as páginas da rede social na esquina ao lado.

Como esperado, a interação foi de mão dupla. De um lado, as ruas expunham o que estava sendo falado na rede, do outro, os usuários interagiam, postando fotos dos outdoors, levando o assunto mais uma vez para dentro da linha-do-tempo do Twitter.

A estratégia da empresa ao migrar para as ruas durante o mês de setembro, criando um projeto em que transpõe a rede também para o universo off line, é mais que uma estratégia de marketing. Isso simboliza um novo molde da atualidade, onde os limites entre o ciberespaço e o “mundo real” são fluidos e não muito definidos.

