

O *Twitter* e o ensino de língua inglesa em 140 caracteres

Twitter and english teaching in 140 characters

Júlio C. Araújo¹
Sayonara Melo Costa²
Messias Dieb³

RESUMO

Ao longo da última década, as redes sociais conquistaram, gradativamente, considerável espaço e relevância não apenas no que concerne às interações sociais, mas também na propagação de conteúdos e geração de conhecimento, tornando-se nicho para divulgação e pesquisa das mais diversas temáticas. O presente artigo objetiva investigar como as potencialidades de interatividade presentes nos mecanismos enunciativos do *Twitter* se relacionam com a natureza pedagógica de postagens voltadas para o ensino da língua inglesa. Para tanto, fundamentamos nossas reflexões nos estudos de redes sociais empreendidos por Recuero (2009; 2010), nas reflexões sobre ensino e tecnologia de Paiva (2001) e na etnografia virtual de Hine (2000). Para dar conta dessa proposta, selecionamos, no *Twitter*, um *profile* publicamente voltado para o ensino de inglês, em torno do qual girou a construção dos dados, por sua vez, categorizados de acordo com o mecanismo de interação que abrigavam. Da análise dos dados emergiram quatro categorias: usos de uma variante informal do inglês (abreviações); fornecimento de conteúdos (*links*); localização de conteúdos (*tags*) e divulgação de conteúdos (*retweets*). Os resultados alcançados evidenciaram que as abreviações, as *tags*, os *links* e os *retweets*, recursos de propagação de informações oferecidos pelo *Twitter*, são redirecionados no intuito de promover o ensino-aprendizagem de língua inglesa. Acreditamos que a elucidação dessa dinâmica abre caminho para pesquisas que busquem compreender como se dá o compartilhamento de informações nas redes sociais, em especial, no *Twitter*.

Palavras-chave: Redes Sociais; *Twitter*; Ensino-Aprendizagem de Língua Inglesa.

ABSTRACT

Over the last decade, social networks have gained, gradually, considerable space and relevance not only concerning social interactions, but also concerning content transmission and knowledge generation, becoming a niche for propagation and research of various topics. This article aims to investigate the way the potential for interactivity present in Twitter mechanisms of enunciation relate to the pedagogical nature of posts aimed at English teaching. For this, we base our reflections on social network studies by Recuero (2009; 2010), on teaching and technology reflections by Paiva (2001) and on virtual ethnography by Hine (2000). For this proposal, we selected, on Twitter, one profile publicly oriented for English teaching, around which data construction was generated

¹ PPG em Linguística da UFC. Coordenador do grupo de pesquisa Hiperged. araujo@ufc.br / www.julioaraujo.com

² PPG da UFC. Membro do grupo de pesquisa Hiperged. sayonaracosta@gmail.com

³ PPG em Educação da UFC. dieb@ufc.br

and, in turn, categorized according to the interaction mechanism. From data analysis four categories emerged: use of an informal English variant (abbreviations); content delivery (links); content location (tags) and content dissemination (retweets). The results showed that abbreviations, tags, links and retweets, information propagation means offered by Twitter, are redirected in order to promote English teaching and learning. We believe that the elucidation of this dynamic paves the way for research that seeks to understand the way information sharing in social networks works, especially on Twitter.

Keywords: Social Networks; Twitter; English Teaching and Learning.

SIGN IN: EM BUSCA DE UMA PASSWORD

Entrar em uma discussão sobre as redes sociais⁴ no âmbito dos estudos da linguagem exige que procuremos uma *password* que nos ajude a fazer um *login* de nossa colaboração para o tema. Sendo assim, tomamos a interação no *Twitter* como a nossa *password* por meio da qual arriscamo-nos a nos inserir nessa discussão, que não começou agora, pois, desde 2005, com o advento da web 2.0, a criação e a divulgação de *sites* de redes sociais vêm aumentando consideravelmente. Esses domínios abrigam uma diversificada gama de possibilidades de interação mediadas pela *web*. Esse movimento de ascensão trouxe para as redes sociais a atenção de diversos setores da sociedade, que, interessados na possibilidade de colocarem-se em evidência, entraram no *Twitter*, uma das redes sociais em franca expansão na *web*, e apropriaram-se dos seus mecanismos de enunciação para falar diretamente à parcela do seu público-alvo presente na rede.

Por ter uma expressiva adesão das pessoas, o *Twitter* agrega uma abundância de *profiles* que abordam os mais diversos assuntos, tais como política, mídia, religião, música, entretenimento, educação, entre outros. Situações cotidianas como uma conversa informal, o envio de uma carta, de um bilhete, o comentário sobre uma foto bonita são movimentos que se atualizam diariamente nesses espaços virtuais de trocas humanas.

No intuito de dar conta desse novo nicho de interação humana, estudos problematizaram e averiguaram a natureza e a dinâmica de funcionamento presentes nos fenômenos que gravitam em torno das práticas discursivas comportadas pelas redes sociais (RECUERO, 2009; FALCONE, 2011; ARAÚJO, 2011). Sendo também essa a nossa *password*, o presente artigo se insere no rol das pesquisas que diligenciam aclarar algumas dessas práticas e, em função disso, por escopo de estudo tomamos as interações efetivadas em *tweets*⁶ com propósitos comunicativos pedagógicos.

Assim, para que o *sign in* se efetive e possamos entrar de vez nessa discussão, tomamos por objetivo analisar a apropriação do espaço virtual do *Twitter* por *profiles* que se destacam dos demais por promoverem aos seus seguidores experiências de ensino-aprendizagem de língua inglesa. Para tanto, nosso interesse se volta para responder à seguinte questão norteadora: “de que maneira as potencialidades de interatividade presentes nos mecanismos enunciativos do *Twitter* se relacionam com a natureza

5 Consideramos aqui o conceito de rede social defendido por Recuero (2009), que a compreende como um grupo de pessoas interconectado.

6 Denominação que recebem as mensagens produzidas pelas pessoas que mantêm um *profile* no *site Twitter*.

pedagógica de postagens voltadas para o ensino da língua inglesa?”. Nossa hipótese de trabalho é a de que, ao se apropriarem dos elementos técnico-enunciativos que entram na composição do *tweet*, os usuários propagam dicas, exercícios, textos informativos e discussões relacionadas ao ensino de inglês, revelando a apropriação bem-sucedida de algumas das diversas possibilidades de interatividade oportunizadas por essa rede social.

O FERVILHAR DAS REDES SOCIAIS E AS PRÁTICAS DE EXPERIÊNCIAS DE ENSINO DE LÍNGUAS

Em março de 2006, o desenvolvedor de *softwares* norte-americano Jack Dorsey decidiu criar um *site* para a troca de mensagens curtas que pudessem ser enviadas via Internet ou via celular. As mensagens, a exemplo do SMS (*Short Message Service*), teriam 160 caracteres, dos quais 20 seriam destinados à identificação do usuário e 140 à postagem do conteúdo. Surgiu assim o *Twitter*, rede social cujo nome remete ao ditado popular ‘*A bird tweet me*’ (Um passarinho me contou) e que tinha, em sua versão inicial, a proposta de convidar os participantes a responderem a pergunta ‘*What are you doing?*’ (O que você está fazendo?). Apesar da estreia tímida, que garantiu ao *site* o modesto número de 4 milhões de usuários no final de 2008, o *Twitter* deu um considerável salto na quantidade de adeptos, ao somar, no final de 2010, a incrível marca de 175 milhões de contas. Atualmente, estima-se que 200 milhões de pessoas possuam cadastro no *site*, proporcionando um fluxo de aproximadamente 110 milhões de mensagens (*tweets*) por dia⁷.

A dinâmica de funcionamento é a seguinte: o usuário, de posse de uma conta criada no próprio *site*, posta, em seu *profile*, atualizações que ficarão visíveis aos outros participantes, que, por sua vez, optaram por segui-lo. Existe também a possibilidade de interação entre os *profiles* através das *mentions*, cuja fórmula é @ + nome do usuário, esse recurso permite ao interessado enviar um *tweet* diretamente para aquele que deseja contactar; além dessa modalidade, há o envio de mensagens diretas, conhecidas como DM (*Direct Messages*), que funcionam como microe-mails, também limitados aos 140 caracteres, mas que só serão visíveis a um destinatário específico. A fórmula para envio de DM é d + nome do usuário.

Para compreender a relevância alcançada pelo *Twitter* e a legitimidade de estudos que o objetem, faz-se necessário revisitarmos alguns fatos históricos recentes envolvendo a rede criada por Jack Dorsey, eventos esses que alcançaram considerável repercussão, tanto nacional quanto internacionalmente.

Um episódio no qual a utilização do *Twitter* foi fulcral para a mobilização popular em função de uma causa diz respeito ao recentemente iniciado processo de democratização do Egito, que sucedeu a deposição do ditador Hosni Mubarak, há 30 anos no poder. Durante o período que ficou conhecido como Revolução do Nilo (25/01/2011-11/02/2011)⁸, o governo egípcio confrontou, nas ruas, manifestantes que exigiam o fim da ditadura no país. Em 28 de janeiro de 2011, em uma manobra autoritária e

⁷ Disponível em <<http://pt.scribd.com/doc/49019436/The-state-of-the-Twitterosphere-February-2011>>. Acessado em: 2 abr. 2011.

⁸ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Revolu%C3%A7%C3%A3o_no_Egito_em_2011>. Acessado em: 10 abr. 2011.

invasiva, o ditador egípcio derrubou a Internet do país, tornando inacessíveis à comunidade mundial informações sobre o que se passava no Egito. Apesar do bloqueio, a revolução tornou-se o assunto mais comentado do *Twitter* e as *tags*⁹ *#Egypt* e *#Mubarak* foram para o topo do *site*, como os tópicos mais postados em todo o mundo. Além disso, com o objetivo de dar voz àqueles que se encontravam ilhados pela ausência de informações, Google e *Twitter* se uniram e criaram o serviço *Speak2Tweet*¹⁰, que permitia aos usuários enviarem mensagens de áudio que eram transformadas em *links* e postadas no *Twitter*¹¹, abrindo, dessa forma, um canal no qual era possível acompanhar os últimos acontecimentos da revolução, narrados por quem os vivenciava de perto.

No Brasil, também houve episódios nos quais as informações postadas no microblog refletiram a mobilização popular em torno de um objetivo comum. É o caso das eleições presidenciais de 2010, quando o *site* foi utilizado como palanque para a divulgação de propostas de campanha por parte dos candidatos à presidência da República. Ainda nessa época, entre os usuários, difundiu-se a prática de postar *tags* referentes à opção de voto escolhida, tendo as expressões *#Dilma13* e *#Serra45*¹² subido ao topo dos tópicos mais mencionados do país.

Esses dois fatos expõem a relevância político-social do *Twitter*, o que justifica o fato de, no Brasil, essa rede social ter alcançado a marca de 1.400.000 adeptos¹³ em novembro de 2010. Na verdade, as redes sociais influenciam mais concretamente as decisões tomadas pela sociedade, a ponto de acalorar o debate em torno de questões sérias como as que envolveram a conquista da “democracia” pelos egípcios ou a determinação do segundo turno nas eleições para o cargo de presidente da República do Brasil. Esse “poder” das redes sociais talvez chegue a relegar uma sobriedade às grandes mídias como a TV e o jornal impresso.

Em função do que expusemos acima, ao longo dos últimos cinco anos, o *Twitter* ganhou *status* de rede social e, atualmente, compete, em termos de relevância e conteúdo com gigantes como *Facebook*, *Orkut* e *MySpace*. Mas não é só de força política e social que vive o *Twitter*, que, pouco a pouco, agrega um leque infindável de possibilidades conectoras de interesses diversos. Nesse sentido, a rede passou a agregar ou a inspirar atitudes pedagógicas¹⁴ que, com intervenções adequadas, podem facilitar a aprendizagem da língua inglesa¹⁵, por exemplo. É nesse sentido que queremos encetar uma reflexão que nos ajude a explorar as possibilidades pedagógicas do *Twitter*.

9 “Hashtags é o conjunto de tags aplicada em algum tweet enviado ao *Twitter* para classificar o assunto da mensagem em uma espécie de “categoria”. As hashtags mais usadas no *Twitter* ficam agrupadas no menu Trending Topics, encontrado na barra lateral do microblog”. Extraído de <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Hashtags>>.

10 <<http://twitter.com/speak2tweet>>

11 Disponível em <<http://noticias.r7.com/blogs/querido-leitor/2011/02/01/as-vozes-do-egito-no-twitter/>>. Acessado em 9 abr. 2011.

12 A candidata do Partido dos Trabalhadores (PT), Dilma Roussef, tinha como legenda o número 13, enquanto o candidato José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), concorria com o número 45.

13 Disponível em: <<http://www.gabymenta.com.ar/infografia-datos-twitter-latinoamerica-latam/>>. Acessado em: 5 abr. 2011.

14 Um exemplo disso é o *site* <<http://twiducate.com>>, desenvolvido por professores para professores. Atualmente conta com mais de 68.000 usuários e com mais de 177.000 mensagens postadas. Trata-se de uma rede social inspirada no *Twitter* que permite o compartilhamento de ideias, leituras, posts entre alunos e professores que desejem aprender conteúdos da escola.

15 Exemplo disso pode ser encontrado no *site* da revista Nova Escola (<<http://revistaescola.abril.com.br/lingua-estrangeira/pratica-pedagogica/twitter-aulas-lingua-inglesa-524442.shtml>>), em que é exibida uma matéria interessante intitulada “*Twitter* nas aulas de Língua Inglesa”.

Em tempos de redes sociais, o isolamento dos alunos em “cabines” relegados aos usos que faziam dos fones de ouvidos para ouvirem aos CD players parece não fazer mais sentido. O ensino *on-line* já é uma realidade e, obviamente, essa prática tende a absorver as características do ambiente digital.

Já nos idos do início desta década, Paiva (2001, p. 93) denunciava:

Os velhos laboratórios de línguas estrangeiras estão em agonia acelerada. As cabines que isolavam os alunos com seus fones de ouvido e gravadores individuais, impedindo quase sempre a interação com os demais colegas, cedem lugar aos laboratórios multimídia com acesso à Internet.

De 2001 para 2011, ano em que escrevemos o presente artigo, já se vão 10 anos. Durante esse tempo, a WWW à qual se refere Paiva já não é mais a mesma, mas a ideia defendida pela autora naquele período continua vigente. Em nosso entender, mesmo que as redes sociais, como o *Twitter*, não tenham sido construídas para fins pedagógicos, elas aludem ao senso de colaboração que é defendido pelos estudiosos da aprendizagem. Nesse sentido, os laboratórios tendem a ficar obsoletos, caso o uso que for feito deles seja adstrito unicamente a tarefas, como as que Paiva objurgou.

Assim, não julgamos descabido sugerir que as redes sociais tendem a atualizar o pressuposto vygotskiano da aprendizagem atrelada à colaboração, pois a atividade de escrita no *Twitter*, mesmo restringida em 140 caracteres, é tão praticada que já chegou a alcançar o número de 3. 283 *tweets* por segundo¹⁶. Esse fenômeno ratifica as palavras de Recuero (2010, p. 17) quando diz que “elas [as redes sociais] conectam não apenas computadores, mas as pessoas”. Para que as pessoas se conectem em prol da luta pela “democracia” do Egito ou pela realização do segundo turno das eleições para presidente da República do Brasil, elas têm que fazer uma atividade antiga: escrever. Logo, é a escrita a semiose principal que alcança a emergência do que pode ser um novo gênero das redes sociais: o *tweet*.

Para escrever, todos precisam de uma língua. Ainda que a Internet seja uma babel linguística, a ascendência do inglês sobre as demais línguas ainda é um fato. Um estudo realizado pela empresa *SemioCast* mostrou que o português é a terceira língua na qual os *tweets* mais se materializam, ficando atrás apenas do inglês e do japonês¹⁷. Assim, a língua oficial do *Twitter* é o inglês e, diferentemente de outras redes sociais, como o *Orkut* e o *Facebook*, ainda não existe uma versão em português desse *site*. Como língua predominante¹⁸, portanto, é natural que surjam *profiles* com iniciativas que tornem salientes os diversos usos do inglês na rede, como o desejo de ensinar e de aprender esse idioma. É sobre um desses *profiles* que discutiremos na sequência.

¹⁶ Sobre este fato, remetemos o leitor para <<http://www.geek.com.br/posts/13154-twitter-ja-atingiu-a-marca-de-15-bilhoes-de-mensagens>>.

¹⁷ Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>>. Acessado em: 09 abr. 2011

¹⁸ “Metade de tudo o que é escrito no Twitter é em inglês”. Ver <<http://colunas.epoca.globo.com/falamundo/2010/02/24/metade-dos-tweets-sao-em-ingles/>>.

METODOLOGIA: *FOLLOWING OS DADOS*

Uma vez que nosso objetivo de pesquisa é averiguar a apropriação dos elementos que facilitam, no *Twitter*, a interação voltada para o compartilhamento de experiências de ensino-aprendizagem, procedemos à análise das amostras através do modelo qualitativo, para elucidar com quais propósitos os usuários readequam a utilização das ferramentas disponíveis no *site*. Para tanto, foi necessária nossa participação também como usuários do *Twitter*¹⁹, pois entendemos com Hine (2000, p. 13) que

a metodologia de uma etnografia é inseparável do contexto em que ela é empregada, e é uma abordagem adaptativa que prospera na reflexividade sobre o método. A abordagem para a etnografia aqui descrita é destinada a fazer justiça à riqueza e à complexidade da Internet e também a defender a experimentação dentro do gênero como uma resposta às novas situações²⁰.

Se temos novas situações comunicativas na Internet, como perfis do *Twitter* querendo ensinar inglês a quem não sabe, novas metodologias devem ser construídas para estudá-las, se quisermos, de fato, compreender os usos da linguagem nesse meio. Nesse sentido, de acordo com Hine (2000), o uso da etnografia virtual nos ajuda a construir uma análise compreensiva do sentido que a tecnologia tem para as pessoas que dela fazem uso. Nesse aspecto, o uso dessa perspectiva de pesquisa se justifica em redes sociais que estimulam práticas de escrita multimodal em resposta a perguntas como “*What’s happening?*” (no caso do *Twitter*) ou “*What’s on your mind?*” (no caso do *Facebook*). Ou seja, “o quê as pessoas estão realmente fazendo com a tecnologia” quando estão no *Twitter*, no *Facebook* ou no *YouTube*? Como elas se percebem nesses ambientes ao protagonizarem tantas reelaborações de gêneros?

É, pois, inscritos nessa perspectiva epistemológica que estamos trilhando o caminho para geração, sistematização e análise dos dados. O *corpus* constituiu-se de 30 *tweets* coletados em um perfil temático público no *Twitter*. A escolha desse perfil obedeceu ao seguinte critério: apresentar, claramente, em sua descrição, o objetivo de tratar do ensino-aprendizagem de inglês. Dessa forma, foi selecionado o *profile @teclasap*. A Figura 1 evidencia o modo como ele se apresenta:

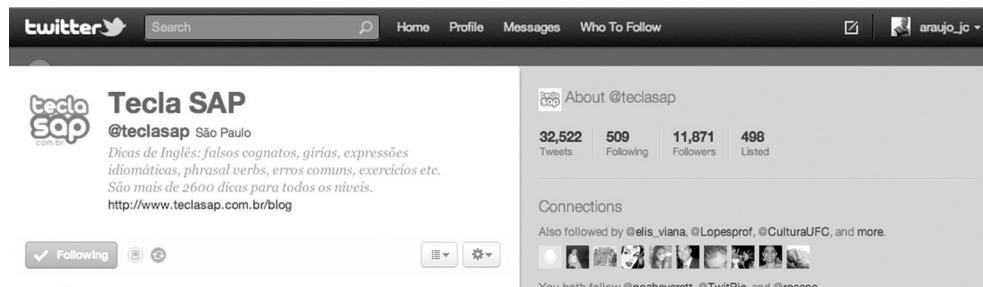


Figura 1 – O perfil do @teclasap

19 @araujo_jc; @sayonaracosta e @diebmh

20 Tradução nossa de: “The methodology of an ethnography is inseparable from the context in which it is employed and it is an adaptive approach which thrives on reflexivity about method. The approach to ethnography which is described here is intended to do justice to the richness and complexity of the Internet and also to advocate experimentation within the genre as a response to novel situations”.

O *@teclasap*, portanto, assume publicamente uma função pedagógica quanto ao ensino de inglês, razão pela qual agrega mais 11.000 seguidores, todos ávidos por saberem as “mais de 2.600 dicas para todos os níveis” de aprendizagem. Entre exercícios e dicas relevantes, tais como falsos cognatos e vocabulário, os seguidores do *@teclasap* podem, além de interagir com o responsável pelo *profile*, legitimar publicamente a relevância de ser seu seguidor.



Figura 2 – Seguidora em interação com o *@teclasap*

Como é possível perceber, a relação que os seguidores estabelecem com o *@teclasap* não fica cingida a uma mera consultoria gratuita relativa a “dicas” sobre os usos do Inglês, mas vai além disso, pois se percebe uma espécie de “contrato pedagógico” de ensino-aprendizagem do idioma. Por outro lado, a expressão “dicas” parece suscitar uma proximidade entre um enunciador que ensina e seus coenunciadores, que atestam aprender.



Figura 3 – Seguidor afirmando que aprendeu conteúdo.

Quando o *@teclasap* anuncia que tem “mais de 2.600 dicas para todos os níveis” (básico; intermediário e avançado), isso sugere uma gama de conteúdos interessantes que, comumente, não seria encontrada em um curso de línguas convencional, conforme mostramos:

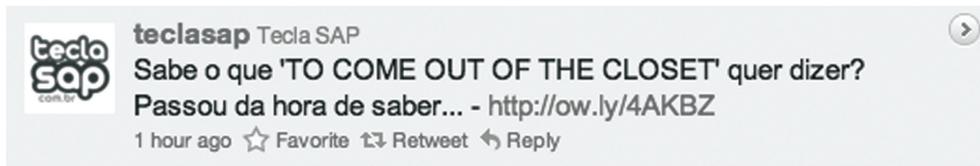


Figura 4 – Conteúdos que, comumente, não faria parte dos cursos convencionais de inglês.

O exemplo mostra uma situação corriqueira que aponta para alguém que assume, finalmente, sua homossexualidade²¹. Portanto, como dizer que alguém “saiu do armário”, por exemplo, pode ser uma “dica” interessante para pessoas que não teriam acesso a esses conteúdos em cursos convencionais de língua inglesa. Na verdade, são os seguidores que dão ao profile em tela o caráter pedagógico. O que faz mais de 11.000 pessoas seguirem outra no *Twitter*? O que nossa experiência etnográfica nos permite inferir é que as pessoas se sentem aprendendo inglês de forma interativa e divertida e, o que é mais importante, próxima. As pessoas, ou poderíamos dizer, os “alunos” se sentem partícipes da rede social de seu “professor”. De algum modo, isso gera tweets como o mostrado na Figura 3.

Foi a partir de nossa experiência etnográfica, realizada de dezembro de 2010 a abril de 2011, como seguidores do @teclasap, que passamos ao procedimento de geração de dados para, enfim, chegarmos às amostras de postagem a serem analisadas.

Feita a organização da amostra, procedemos a uma análise exploratória dos *tweets* por meio da qual conseguimos nos abeirar de um mapeamento dos mecanismos (ou recursos) de interação disponíveis no *Twitter*. Uma vez mapeada a presença desses recursos, passamos a categorizar os *tweets* a partir das situações de uso. O exercício de categorização dos dados nos permitiu chegar, portanto, a quatro categorias de análise que se relacionam diretamente com os principais mecanismos de interação que analisamos.

O Quadro 1 reúne as categorias de análise que insurgiram de nossos dados:

Categorias de análise	Mecanismos de interação
• Uso de uma variante formal do inglês	• Abreviação
• Fornecimento de conteúdos	• Link
• Localização de conteúdos	• Hashtag
• Divulgação de conteúdos	• Retweet

Quadro 1 – Categorias de análise em relação aos mecanismos de interação.

21 “When Sam finally decided to come out of the closet, everyone already knew he was gay.” Este é o exemplo para o qual o link da Figura 4 leva o twittereiro curioso. Conferir em: <<http://www.teclasap.com.br/blog/2010/02/16/expressoes-idiomaticas-to-come-out-of-the-closet/>>.

Chegamos a essas categorias quando, ao cruzarmos os *tweets* com os mecanismos de interação, submetemos os dados à seguinte questão: “Como o emprego dos mecanismos de interação do *Twitter* é direcionado pelas pessoas para o compartilhamento de conhecimentos acerca da língua inglesa?”. Cada categoria mostrada no Quadro 1 foi uma resposta razoável que extraímos dos dados, os quais foram agrupados sob sua rubrica, o que facilitou nosso exercício analítico²². Acreditamos, a partir desses passos, construir um engenho de exame voltado para a identificação dos elementos que nos propomos observar e qualificar.

ANÁLISE: RETUITANDO OS DADOS

Os mecanismos de escrita disponibilizados pelo *Twitter* convergem para o objetivo de difundir informações de maneira concisa e com o maior poder de alcance possível. É a partir da limitação de espaço imposta pelo *site* que surgem as estratégias de escrita reconhecidas e compartilhadas pelos atores dessa rede social, cujo domínio faz-se imprescindível para aqueles que desejam alcançar influência e relevância nesse espaço. Ao compreender a dinâmica que rege as possibilidades de interação do *site* e ao dominar os letramentos subjacentes ao emprego dos recursos e estratégias por ele exigidos, o usuário compreende os elementos que compõem o provável gênero *tweet* e torna-se proficiente na sua prática. Esse movimento acontece do mesmo modo tanto para usuários comuns, em suas interações cotidianas, quanto para *profiles* temáticos, que se dedicam a promover um assunto específico, como é o caso do ensino de língua inglesa.

Observaremos, a seguir, exemplos de como essas estratégias de escrita se materializam. Devido à limitação do espaço, elegemos um exemplar representativo para cada estratégia que desejamos ilustrar.

Os usos da variante informal do inglês e a ferramenta das abreviações

Esta categoria de análise surgiu porque uma primeira característica que chama a atenção assim que nos deparamos com a interface do *site* é, certamente, a quantidade limitada de caracteres suportados pelas postagens, 140, no máximo. Essa limitação de espaço impõe ao usuário a necessidade de planejar a informação que deseja dividir com seus seguidores. O exemplo subsequente mostra o *@teclasap* fazendo uso desse recurso para interagir com seus seguidores:

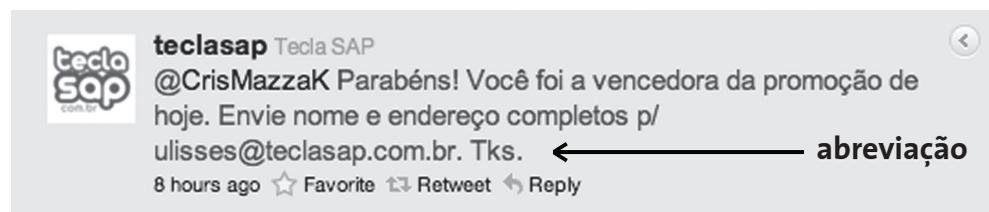


Figura 5 – O recurso da abreviação e o internetês em língua inglesa.

²² A pesquisa ainda está no início e os resultados aludidos aqui representam, portanto, uma visão bastante preliminar da análise dos dados.

O uso de abreviações, portanto, é prática comum em situações de informalidade na *web*, gerando um estilo que caracteriza alguns gêneros. No caso dos *tweets*, a abreviação é empregada com a intenção de diminuir a quantidade de caracteres postados, porém mantendo o sentido do que se deseja dizer. No exemplo anterior, o usuário optou por substituir a expressão inglesa “thanks” apenas por Tks, sem se preocupar com o fato de que o seu *profile* é, publicamente, de nuance educacional. Essa prática de escrita, recorrente nos *tweets*, não gera, entre os seguidores do *@teclasap*, nenhum tipo de julgamento negativo quanto à escrita utilizada, uma vez que ela é necessária e legítima nesse ambiente. A seguir, mostramos um seguidor fazendo uso do mesmo recurso.



Figura 6 – O recurso da abreviação e o internetês em língua inglesa.

Além do uso de abreviações, os dados mostraram uma recorrência expressiva entre o fornecimento de conteúdos e o uso da hiperlinkagem. É o que passaremos a analisar.

O fornecimento do conteúdo e os *links*

Ao fazerem uma análise sobre os *hiperlinks*, Fragoso; Recuero e Amaral (2011, p. 141) falam da simplicidade conceitual dos *links* e atribuem a essa simplicidade o fato de serem flexíveis, já que eles aparecem sob muitas formas. Assim, os *links* “são conexões automatizadas que, quando acionadas, dão acesso a outro módulo de informação”. Bastam poucos minutos observando as atualizações postadas no *Twitter* para perceber a abundância de *links* compartilhados pelos usuários do microblog, no intuito de direcionar o leitor a notícias, postagens, *blogs*, vídeos, fotos, *sites* ou outras redes sociais. Essa estratégia oferece ao interessado informações e conteúdos extensos, não suportados pelo próprio *Twitter*, porém difundidos através dele. Observe-se o exemplo:

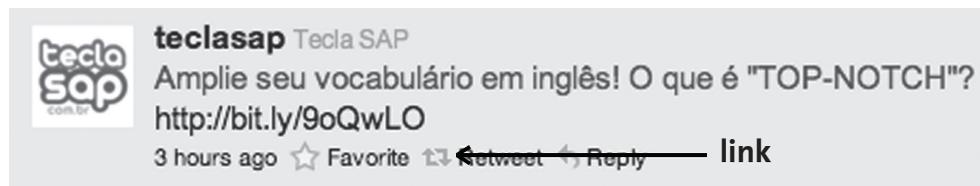


Figura 7 – O recurso da linkagem.

O uso do *link* no *tweet* é quase sempre motivado pelo desejo de fornecimento/compartilhamento de conteúdos. Esse tipo de prática, porém, exige do usuário a antecipação, mesmo que parcial, do conteúdo para o qual o *link* aponta. Essa estratégia tem por objetivo tornar a informação atrativa, conquistando o público desejado, fazendo com que o *link* seja visitado por aqueles a quem interessa. No *tweet* anterior, observamos não apenas a especificação do tópico (Amplie seu vocabulário em inglês), mas também a apresentação do que parece ser uma parte do próprio texto para o qual o *link* aponta.

Gomes (2010, p. 76) designa por *link* de conteúdo aquele que tem “sempre uma função retórica [...] especialmente [aqueles *links* usados em] contexto pedagógico”. O exemplo que segue apresenta outro *link* que assume a função retórica de fornecer um conteúdo: uso de expressões gírias em língua inglesa.



Figura 8 – Ainda o recurso da linkagem.

A presença de um texto curto resumindo ou antecipando a informação que está por vir aproxima o *tweet* do discurso jornalístico, no qual o lide aparece como antecipador da notícia que se deseja ler. Conforme observamos, essa estratégia não é exclusiva dos perfis que atuam declaradamente com fins jornalísticos ou publicitários, aparecendo, aqui, na postagem de um *profile* voltado para o ensino da língua inglesa.

Outra maneira de hiperlinkagem encontrada nos *tweets* não tem muito a ver com o caso analisado, ou seja, de fornecer conteúdos. É sobre esse tipo de *link* que falaremos agora.

A localização de conteúdos e as *hashtags*

Os dados de nossa pesquisa nos suscitaram a dúvida: usar *links* para fornecer conteúdo é o mesmo que usar *links* para ajudar a localizá-lo? Quando o @teclasap usa *links* como os analisados na categoria acima deseja compartilhar conteúdos relativos ao que poderíamos aqui chamar de “ensino” (muito mais no sentido de compartilhamento) de conteúdos sobre a língua inglesa. Esse intuito parece manter alguma diferença, por mínima que seja, de outro recurso enunciativo que nos levou a pensar em outra categoria de análise: a localização de conteúdos.

E como se localizam conteúdos no *Twitter*? Seguindo o modelo minimalista praticado no *site*, é possível encontrar temáticas concentradas em uma única palavra, que aparece antecedida pelo símbolo # (do inglês, *hash*), daí a denominação dada a essas expressões, *hashtags*. A *hashtag*, portanto, atua como um *hiperlink* que, ao ser clicado, leva o usuário à busca em tempo real, entre todas as postagens do *site*, exibindo na tela apenas aquelas nas quais figura a expressão pesquisada.



Figuras 9 e 10 – O emprego de *hashtags*.

As figuras acima ilustram, respectivamente, usos das *hashtags* *#ingles* e *#Following*. A união do símbolo # às palavras mencionadas transforma a escrita em *hiperlink*. Para localizar as *tags*, basta fazer esse uso do recurso de *search*, representado na figura a seguir.



Figura 11 – Buscador de *hashtags*.

Se outras pessoas digitarem (ou apenas colarem) uma das *tags* no serviço representado pela Figura 11, é provável que um número expressivo de *profiles*, que também façam uso da mesma *tag*, automaticamente surja em uma listagem de resultados para a pesquisa daquele termo. O emprego de *hashtags*, no *Twitter*, é uma das formas que o usuário possui para anunciar a qual temática se filia ou que conteúdos lhe interessam. No exemplo acima, observamos a postagem na qual o *profile* oferece ajuda a um usuário. O termo “inglês” aparece precedido pelo símbolo # para que, uma vez buscando aquela palavra, outros usuários possam encontrar essa postagem no *site* e daí chegar ao *@teclasap*.

Outro recurso próprio do *Twitter* e que é muito explorado pelos seguidores do *@teclasap* é o *Retweet*.

A divulgação do conteúdo e a prática do *retweet*

Além dos mecanismos que já compunham a interface do *site* desde a sua idealização, no *Twitter*, o usuário conta ainda com elementos que emergiram do próprio uso da rede, como é o exemplo da prática conhecida como *retweet*, que consiste em passar a diante algo que foi tuitado por outro *profile*. O *retweet* começou a ser difundido pelos próprios participantes do *site*, que copiavam e colavam a mensagem que lhes despertava interesse, mencionando em seu início o autor original e identificando a postagem com a sigla RT23. A prática se popularizou e, em dezembro de 2009, o próprio *Twitter* adicionou à sua interface o botão de *retweet*, que permite que se repita automaticamente algo que foi dito por outro membro da rede. A partir de então, a quantidade de RTs alcançados passou a ser vista como um medidor do capital social do *profile* (RECUERO, 2010). Vejamos o exemplo a seguir:



Figura 12 – A prática de retweets.

Nota-se, na postagem, não um *retweet* legítimo, mas preocupação do próprio *profile* enunciador em tornar pública a quantidade de *retweets* que a sua postagem alcançou, esforço feito no intuito de dar crédito à mensagem divulgada. Fica clara, nesse exemplo, a contabilização dos RTs como argumento de divulgação da mensagem e elemento legitimador da relevância do conteúdo. Mas são inúmeros os casos em que os seguidores do @teclasap usam o recurso do RT para divulgar os conteúdos que julgam relevantes. Na sequência, disponibilizamos um exemplo dessa natureza.



Figura 13 – Ainda a prática de retweets.

Mesmo que o *Twitter* não tenha sido elaborado com fins pedagógicos, dele podem ser extraídas muitas possibilidades pedagógicas, como a que mostramos aqui. Por meio de uma análise que ainda está no começo, percebemos que os mecanismos enunciativos dessa rede social nos ajudaram a agrupar, provisoriamente, os dados em quatro categorias analíticas: 1) o uso de variantes não-padrão da escrita em inglês (abreviação); 2) o fornecimento (*links*); 3) a localização (*tags*); e 4) a divulgação (RTs) de conteúdos voltados para o ensino da língua inglesa na rede.

SIGN OUT

As redes sociais configuram-se como um vasto terreno para as práticas que envolvem a interação humana, práticas que, nesse contexto, são mediadas pela *web* através das ferramentas nela disponíveis para esse fim. Ao adentrar em um *site* dessa espécie, o usuário depara-se com a necessidade de apreender a dinâmica de funcionamento dos recursos interativos oferecidos, para assim comunicar-se de maneira eficiente. Uma vez compreendidos esses recursos, os sujeitos tornam-se capazes de redirecioná-los, atribuindo-lhes finalidades específicas.

Para elucidar como essas práticas acontecem no *Twitter*, apontamos, neste trabalho, situações nas quais os usuários desse *site* apropriam-se dos recursos por ele oferecidos para a interação e a difusão de conteúdos. Concentramos nossa análise na busca por ocorrências que tratem do ensino da língua inglesa, porém essa customização da ferramenta em função da temática abordada existe, independentemente da perspectiva por ela levantada.

Os resultados obtidos apontaram para a apropriação efetiva das ferramentas disponíveis, no intuito de legitimar o uso do internetês em língua inglesa, mesmo para quem está aprendendo essa língua, de fornecer, localizar e divulgar conteúdos importantes para quem deseja aprender inglês. É, por exemplo, o que vemos quando nos deparamos com a *hashtag* *#ingles*, aplicada para identificar a postagem como referente a esse tema ou com um *link* que nos direciona para um *blog* com essa nuance. A própria não-ocorrência, no *corpus* utilizado, de amostras desprovidas desses recursos é, a nosso ver, mais uma evidência da legitimidade desse movimento.

Ao contrário do que se espera num primeiro olhar, o *Twitter*, com seus 140 caracteres e mecanismos de interação particulares, está longe de ser uma ferramenta que limita as possibilidades de comunicação do usuário. Pelo contrário, a necessidade de dizer muito em pouco espaço demanda perspicácia para a compreensão e a produção de informações nos moldes ali esperados. A análise feita aqui não esgota as possibilidades pedagógicas dos usos do *Twitter*. Por exemplo, um estudo interessante seria examinar as noções de língua, de aprendizagem e de ensino subjacentes aos *tweets* de *profiles* como o *@teclasap*, por exemplo. Também é preciso escutar os sujeitos que seguem esses *profiles* para perscrutar-lhes sobre sua aprendizagem de inglês em situações não-convencionais.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, J. C. *Redes sociais e reelaborações de gêneros*. Projeto de pesquisa. Fortaleza: PPGL-UFC, 2011.

FALCONE, K. Os Gêneros como Elementos da Interface Discurso-Sociedade: das páginas do jornal à tela do *Twitter*. VII CONGRESSO INTERNACIONAL DA ABRALIN, 2011, Curitiba. *Anais do VII Congresso Internacional da Abralín*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, v. 1. p. 2249-2256, 2011.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GOMES, L. F. *Hipertextos multimodais: leitura e escrita na era digital*. Jundiaí: Paco Editorial, 2010.

HINE, C. *Virtual Ethnography*. Londres: Sage Publications, 2000.

PAIVA, Vera L. M. O. A www e o ensino de Inglês. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*. v. 1, n1, p. 93-116, 2001.

RECUERO, R. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RECUERO, R; ZAGO, G. “RT, por favor”: considerações sobre a difusão de informações no *Twitter*. *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*. v. 12, n. 2, p. 69-81, maio/ago. 2010.

| Recebido em: 22/04/2011 | Aceito em: 03/06/2011