

ENSINO ON-LINE ATRAVÉS DO DISCURSO DIGITAL NO TWITTER

João Pessoa - PB, 05/2015

Hercilio de Medeiros Sousa - UFPB Virtual – IESP - contato@herciliomedeiros.com.br

Estêvão Domingos Soares de Oliveira - UFPB Virtual - PPGI - estevaodso@gmail.com

Júlio Sérgio Batista dos Santos - UERN - julios.academico@gmail.com

Classe: Experiência Inovadora

Setor Educacional: Educação Superior

Classificação das Áreas de Pesquisa em EaD: Macro: Teorias e Modelos /
Meso: Tecnologia Educacional / Micro: Interação e Comunicação em
Comunidades de Aprendizagem

Natureza: Descrição de Projeto em Andamento

RESUMO

Há uma dissipação de estudos linguísticos que se baseiam a partir da afirmação consensual da necessidade da relação indissociável entre língua e contexto que, dessa forma, priorizam o uso das interações, ou seja, concebe a linguagem como instrumento de comunicação em que se pressupõe um contexto, um evento comunicativo que se manifesta através da relação entre interlocutores. Desta forma, propomos analisar os discursos evocados a partir de produções escritas no Twitter. Isto posto, objetivamos discutir sobre o discurso digital representado na rede social virtual Twitter, pois compreendemos que a utilização de ferramentas virtuais simplificam a interação comunicativa entre os interlocutores. Utilizamos como princípio norteador para esta discussão os aportes teóricos de Pêcheux (1997) e Foucault (1970) que oferece um frame conceptual apropriado para o estudo da CMT (comunicação mediada pela tecnologia).

Palavras-chave: CMT; Twitter; Discurso Digital; Educação a Distância; Mídia Social.

1- Introdução

Atualmente o mundo tem vivido boa parte de suas relações pessoais, profissionais e educacionais através do meio digital, utilizando-se de ferramentas como e-mails, chats, blogs, Facebook, Twitter, entre outras possibilidades de comunicação.

O presente trabalho concentra-se na análise das formas escritas que são produzidas e transitam através da ferramenta de comunicação digital Twitter, que é uma plataforma de microblog, onde os usuários se comunicam através de mensagens curtas de até 140 caracteres. Desta forma, os usuários precisam utilizar-se de recursos como abreviações, contrações, emoticons, entre outros, para passar o máximo de informação com o mínimo de caracteres. Tais mensagens são intituladas tweets. Assim, buscamos contextualizar como se dá a interação no Twitter através das especificidades que o meio proporciona para a produção do discurso. Apresentamos também como são propostos e quais são os mecanismos utilizados pelos usuários para se obter uma interação de qualidade.

2- O Discurso no Twitter

O discurso é inexistente sem a língua, e a língua, como código ou sistema de signos, não existe sem o discurso. O discurso é obra e ação verbal. Já a língua, de uma forma geral, torna-se individual no discurso. Baseando-se neste pressuposto, nos interessa aqui apresentar algumas definições do discurso para inserir a que melhor se adapta às que ocorrem no Twitter, que é nosso objeto de análise. Para iniciarmos, detemo-nos em Santaella (2003, p.24), para quem “as mídias são simplesmente meios, isto é, suportes materiais, canais físicos, nos quais as linguagens se corporificam e pelos quais transitam”. Sendo assim, independente do meio (verbal, escrito, virtual, entre outros) onde ocorra o discurso, o importante é a comunicação que acontece neste espaço, posto que na era digital, os sujeitos alfabetizados são potenciais produtores de informação neste novo meio.

Nesta perspectiva, no mundo digital surge uma grande multiplicidade de mudanças que não correspondem à simples somatória ou resultado das linguagens usadas anteriormente, mas de uma nova narrativa, que se vale das

outras, mas as modifica profundamente, sobretudo acrescentando a participação interacional do leitor. Portanto, neste novo meio, conforme as limitações e probabilidades disponíveis, a linguagem vai se ajustando continuamente para adaptar-se às novas necessidades comunicativas que se originam na demanda.

Desta forma, a era digital amplia imensamente as possibilidades de relacionamento e comunicação, proporcionando o surgimento não só de novos discursos, mas também de novos gêneros textuais. Nos meios da era digital que correspondem aos espaços de construção e trânsito dos discursos, através dos novos suportes, encontram-se os aplicativos da Web 2.0, onde é possível aos usuários interagirem e produzirem conteúdo. No Twitter, “novas linguagens” são geradas. Nesta conjuntura, já não se trata de só um enunciador, mas de enunciadores que contribuem e lançam novas linguagens e discursos.

Pêcheux (1997:82) elabora a ideia de que o discurso não é necessariamente uma transmissão de informação entre os interlocutores, mas que consiste na produção de “efeitos de sentidos” entre eles. No Twitter, o que acontece é que, constantemente, se abriga uma acentuação de ideias e visões pessoais, porém, tal situação não é satisfatória para que ocorra uma popularização dos discursos. É necessário que as ideias circulem para que haja compartilhamentos dos efeitos de sentido.

Segundo Foucault (1970), é importante ter em conta que qualquer ideia expressada, independente do meio, constitui um acontecimento discursivo, uma prática social. Foucault (1969:57) define os discursos como “conjuntos de acontecimentos discursivos”, sendo assim, a unidade fundamental de um discurso é um enunciado. Neste sentido, deve-se observar que o sujeito em Foucault é o “da ordem do discurso” – o sujeito ocupa lugar enquanto enunciador, ou seja, fundamenta-se “em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito” (1970:109).

Para Foucault, tudo é prática e está imerso em encadeamentos de poder e saber que se envolvem reciprocamente, isto é, enunciados e visibilidades, textos e instituições. Porém, a concepção de ocorrência discursiva abarca o momento da estruturação do sujeito, desprezando os

aspectos enunciativos envolvidos. Neste momento, o enunciado transgride a estrutura vigente e institui um novo desenvolvimento discursivo.

Portanto, deve-se levar em consideração que o discurso se configura como uma produção social, observando-se a exterioridade como constitutiva. O sujeito, desta forma, abandona o papel central e de origem do discurso e passa a ser compreendido como uma composição polifônica, espaço de significação constituído histórica e multiplamente.

Levando-se em consideração os usuários nativos digitais – que, segundo Mattar (2010), são os “jovens que incorporaram os recursos e as mídias digitais em seu cotidiano de tal forma que sequer os percebem como tecnologia” – e imigrantes digitais – aqueles que, segundo Prensky (2001), costumam ter pouca empatia por estas novas habilidades, as quais os nativos adquiriram e aperfeiçoaram através de exposição diária de interação e prática, os primeiros usuários possuem uma maior facilidade de utilizar-se das situações virtuais para proferirem seus discursos, enquanto que os imigrantes possuem maior dificuldade para utilizar-se dos meios virtuais. Porém isto não afeta diretamente as situações reais onde o discurso é proferido.

Devido principalmente à aceitação das tecnologias da era digital, os nativos digitais se encontram em maiores condições de ordenar e produzir discursos inteligíveis em meios virtuais como o Twitter. Levando, assim, os discursos das situações reais para o espaço virtual, sem perda de sua qualidade inteligível, proporcionando assim um processo de interação entre outros nativos que acompanham os discursos produzidos através do Twitter.

3- O hipertexto

Os textos na internet correspondem a uma forma diferente de discurso, que corresponde ao hipertexto, sendo este um discurso não linear, multimodal e interativo, conforme propõe a web 2.0. Tratando-se de hipertexto, o termo é anterior à criação da web e conforme Nielsen (1995), foi cunhado por Ted Nelson em 1965, através do projeto Xanadu, que teve a proposta de ser um sistema para manusear textos e permitia que os autores pudessem revisar, comparar e corrigir seus trabalhos com facilidade. Posteriormente, Ted Nelson publicou em seu livro *Literary Machines* a ideia de “leitura não sequencial” como característica principal do hipertexto, já que esta leitura permite

diferentes acessos ao texto e amplas possibilidades de leitura. Mas só com o advento da tecnologia, especificamente da internet, que o conceito reapareceu e se converteu no eixo da coleção de textos que contém na World Wide Web.

Porém, o conceito de hipertextualidade já se aplicava aos textos impressos, através de referências, citações, notas de rodapé, imagens, tabelas, entre outros. Deste modo, apesar do termo estabelecido por Nelson (1981) se referir a um formato eletrônico, iniciou-se de uma proposta mais antiga e não tecnológica, que, para Levy (1996), representa uma escrita totalmente diferente da que havia sido proposta na ideia original.

As principais características do hipertexto são sua falta de linearidade, permitindo aos usuários percorrerem o documento de diferentes formas, propiciando que o usuário evite a leitura do que não interessa e só se atenha à informação que necessita, e a interatividade, uma vez que permite a cada usuário selecionar os temas de seu interesse, principalmente nas propostas da web 2.0 em diante. O usuário autor também usufrui das possibilidades do hipertexto, sendo possível oferecer mais informações relacionadas as suas ideias principais e, ao mesmo tempo permitindo que o usuário leitor possa ler, co-escrever e compreender a informação de forma mais eficiente. Porém, devido a esta liberdade de leitura, se o usuário não tiver destreza para a sua leitura poderá se desorientar ainda mais, se levarmos em consideração um texto impresso convencional.

Outra importante característica para se destacar é que neste ambiente reflexivo, pode-se conectar entre si tanto passagens de texto verbal, como de textos não verbais, já que o hipertexto pode conter elementos visuais que não existem no texto escrito.

Para os pesquisadores discursivos, o hipertexto é um tipo de intertexto. Para Maingueneau (1997), a intertextualidade presume a presença de um texto dentro de outro texto ou metatextualidade, que se refere à relação de comentário de um texto em outro. Assim, a hipertextualidade é a ação por meio de qual um texto (denominado hipotexto) se incorpora em outro anterior (denominado hipertexto) sem que seja comentário. Destarte, o conceito de hipertextualidade se relaciona com o de intertextualidade na medida em que cada texto faz menção ou se refere a outros textos.

No discurso virtual é bastante presente a noção de hipertextualidade, que remete às operações da mente humana onde todas as informações encontram-se organizadas de forma “caótica” ou “desorganizada”, já que há muitas informações na mente onde uma informação traz à tona outra que aparentemente está organizada, porém, ao mesmo tempo, é perceptível como é desorganizado o processo de acesso a essas informações na mente.

Através do hipertexto e do meio digital é possível uma maior exploração em relação ao impresso e ao meio real, já que no impresso há limites estabelecidos pelas normas de publicação, ainda que existam imagens para ilustrar os discursos produzidos neste meio. Porém no meio digital há uma homogeneidade visual entre textos, imagens, sons e vídeos, posto que neste meio há características e usos distintos em relação ao meio real.

Desta forma, convém explicitar as principais vantagens do discurso virtual, correspondem ao fato do usuário poder realizar alterações impossíveis de se realizarem no discurso impresso, além de superar as limitações espaciais e temporais, podendo-se utilizar o hipertexto para agregar mais informações referentes à temática que está sendo discursada, mas também pode-se utilizar de imagens para proporcionar uma maior compreensão do que se pretende expor.

Note-se que, devemos também expor algumas desvantagens do discurso virtual, tais como o valor dos discursos escritos é perdido, não podendo conhecer o assunto do discurso pessoalmente, e gerando fragilidade nos direitos do autor e enfim o discurso pode ser utilizado contra si mesmo, configurando-se assim como um discurso de maior risco em relação discurso convencional.

4- Twitter como gênero discursivo

Até agora vimos que, como discurso da Internet, o Twitter é interativo, multimodal e aberto. Falta ainda situar sua especificidade dentro do conjunto formado pelos distintos textos existentes na web 2.0. Mas, primeiro, vamos ver o que é um gênero, segundo Figueras e Santiago (2000, p. 41):

Un género está integrado por todos aquellos textos que comparten una serie de rasgos tanto de forma (utilizan formas lingüísticas comunes, con una estructura estereotipada), como de contenido y que, además – y esto es lo más importante – se

emplean convencionalmente en las mismas situaciones comunicativas.

Por outro lado, seguindo a proposta de Dimtter (1985) para a classificação de gêneros ou classes textuais, as principais categorias que temos são as seguintes:

- Forma – Esta é a categoria que representa a estrutura do texto. Por exemplo, em uma receita, por ser um tipo de texto instrucional, as orações são construídas no imperativo ou infinitivo; e em um discurso eleitoral, por seu caráter fortemente apelativo, se utiliza abundantemente os recursos que se referem ao destinatário (uso da segunda pessoa, vocativos, apelativos, entre outros.).
- Situação comunicativa – Leva-se em conta tanto os participantes como a situação espaço-temporal em que se origina o discurso. Por exemplo, um discurso eleitoral que se dirige a muitos ao mesmo tempo, entretanto uma receita pode ser para um ou para muitos ao mesmo tempo e lugar ou não.
- Função – Se refere à finalidade com que o texto se produz. Por exemplo, uma receita fornece informações para ingredientes culinários, enquanto que um discurso eleitoral, por seu caráter apelativo, busca mobilizar o auditório para uma certa ação, como votar em um determinado candidato ou partido.
- Conteúdo – É o assunto do texto. Esta quarta característica se considera um complemento das anteriores, já que o conteúdo por si só nunca define um texto. Assim, por exemplo, “a morte” como o assunto, pode dar origem tanto a um poema elegíaco como a um aviso fúnebre publicado em um jornal. Em relação com a exemplificação que viemos apresentando para ilustrar as características de um gênero, quanto ao conteúdo, uma receita está sempre relacionada com a preparação de comida, enquanto que um discurso eleitoral tem conteúdo sociopolítico em sentido amplo.

Se queremos aplicar as categorias anteriores aos textos do Twitter veremos que algumas resultam mais eficazes que outras. Então, quanto a forma, estrutura ou conformação, como é sabido, as mensagens do Twitter

possuem uma estrita restrição, uma vez que não pode exceder 140 caracteres, característica que se deve a busca pela compatibilidade com as mensagens SMS. Isto significa que, com frequência, como nos tradicionais telegramas, se omitam palavras, especialmente as de tipo funcional, sempre e quando sua supressão não impede a compreensão do texto.

Outra consequência da mencionada limitação é que muitas vezes quando o que se quer transmitir “não entra” nos 140 caracteres, a informação se fraciona em vários tweets sucessivos, no qual o autor divide o material a ser tratado.

Em relação à segunda característica, a situação comunicativa, as mensagens do Twitter atribuem com bastante clareza as características mencionadas para a internet, em especial no que diz respeito à ampla difusão e interação. Quando um usuário responde a outro, o seu tweet é precedido por um @ seguido do nome de usuário. Mas no Twitter a comunicação é essencialmente múltipla. Embora as mensagens sejam públicas, os usuários se inscrevem para "seguir" uns aos outros, para o que é conhecido como "seguidores". Segundo Johnson (2009):

Como red social, Twitter gira en torno al principio de los seguidores. Cuando usted elige seguir a otro usuario de Twitter, los tuits de ese usuario aparecen en orden cronológico inverso, en la página principal de Twitter. Si usted sigue a 20 personas, verá una mezcla de tuits desplazarse hacia abajo de la página: actualización sobre el desayuno de cereales, nuevos enlaces de interés. Recomendaciones de música, incluso reflexiones sobre el futuro de la educación.

As mensagens tuitadas não possuem, pois, um destinatário em particular, mas são visualizadas pelos “seguidores”, que por sua vez, podem reenviá-las a seus próprios seguidores, precedidos de um “RT”, que marca a função de retweet. Esta característica específica do Twitter implica que as mensagens produzidas por um autor particular podem ser reenviadas, por qualquer de seus seguidores a outros usuários, que não sejam seguidores seus. Este mecanismo, constitutivo essencial do Twitter, amplia incrivelmente o poder de alcance das mensagens produzidas neste meio e suas possibilidades de difusão resultam-se praticamente ilimitadas.

Em relação às características de função e conteúdo, não são certamente definitivas. Os textos não têm finalidades específicas e

praticamente podem responder a qualquer das funções comunicativas consideradas tradicionalmente, desde transmitir informação de todo tipo até manifestar a interioridade de seu produtor, e desde apelar fortemente a algum interlocutor ou interlocutores até simplesmente retransmitir o manifestado por outro. Neste sentido, tudo cabe ou tudo vale.

No que diz respeito ao conteúdo, acontece o mesmo que com a função, não há nada que não caiba em um tweet: desde política a questões pessoais, recomendações linguísticas, preferências de todo tipo, já que como tudo na internet, o Twitter também se constitui de um mundo variado e plurificado. Mas em relação ao conteúdo também surge outra característica particular do Twitter, que é a possibilidade que os usuários possuem de agrupar mensagens que possuem uma temática em comum através de uma etiqueta – palavra ou frase iniciada com “#”, que se conhece como *hashtag* (em inglês, *etiqueta*).

5- Considerações Finais

A análise proposta possibilitou compreender o quão multifacetado e heterogêneo são os discursos e como pode se representar de acordo com o uso a ele oferecido, ou seja, promoveu uma reflexão sobre o discurso e nos fez pensar como a interação através das tecnologias como no caso da ferramenta Twitter, oferece a oportunidade não apenas de perceber determinados condicionamentos que favorecem e otimizam a linguagem dos usuários efetivos das tecnologias de informação, mas também possibilita entender os sentidos e possibilidades de uso conforme o objetivo e a situação discursiva. Ademais, enfatizamos que essa pesquisa não se esgota por aqui, podendo ser estendida a partir de um corpus real na certeza de que a ciência está sempre em processo de evolução e deve acompanhar as necessidades e vicissitudes da sociedade.

De acordo com o que foi possível diagnosticar até o presente momento, é possível afirmar que a relevância dessa pesquisa situa-se na possibilidade de desenvolver futuros trabalhos voltados para o letramento digital e crítico, seja no ensino básico ou em outras instâncias, objetivando contribuir para a formação de leitores e escritores mais críticos bem como

possibilitar a esses indivíduos o desenvolvimento da habilidade de evidenciar aspectos textuais que colaboram para ocultar determinadas ideologias.

Referências

DIMTTER, M. On text classification. In: DIJK, T. A. Discourse and literature. Amsterdam/Philadelphia: J. Benjamins Publishing Company, 1985.

FIGUERAS Y SANTIAGO. Planificación. In: MONTOLÍO (coord.). Manual práctico de escritura académica. Madrid: Ariel Practicum. 3vols. Vol.2, cap.1, 2000.

FOUCAULT, M. A ordem do discurso. 14 ed. Tradução Laura F. A. Sampaio). São Paulo: Loyola, 1970.

FOUCAULT, M. L'archéologie du savoir. Paris: Galimard, 1969.

JOHNSON, S. B. How Twitter Will Change the Way We Live, Time, 5 de junio de 2009.

MAINGUENEAU, Dominique. Novas Tendências em Análise do Discurso. Trad. Freda Indursky. 3 ed. Campinas,SP: Editora da UNICAMP, 1997.

MATTAR, João. Games em educação: como os nativos digitais aprendem. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

NELSON, Theodor H. From Literary Machines. Proposal for a Universal Electronic Publishing System and Archive » dans The New Media Reader. Cambridge - Londres : The MIT Press, pp. 443-461, 1981.

NIELSEN, Jakob. Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond. Boston: AP Professional, MA, 1995.

PÊCHEUX, Michel (1997). Análise do discurso: três épocas. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (orgs.). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux (trad. de Eni P. Orlandi). Campinas: Unicamp, 1997a. p. 61-151.

PRENSKY, Marc. 2001a. Digital natives, digital immigrants. On the Horizon / NCB University Press, Vol. 9, No 5, 2001.

SANTAELLA. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. Revista Famecos. 22, dezembro de 2003, 23-32. (Texto on-line).

VAN DIJK, T (2000). El discurso como interacción en la sociedad. In: T Van Dijk (Ed.). El discurso como interacción social (pp. 19-66). Barcelona: Gedisa.