

**AS PRÁTICAS SOCIAIS DE LINGUAGEM E O TWITTER: UM ESTUDO EM DOIS
JORNAIS DE SALVADOR-BA**

Carla da Silva Ferreira
Dilcélia Almeida Sampaio

Universidade do Estado da Bahia

Resumo: Este artigo tem por objetivo investigar através de uma pesquisa exploratória e descritiva o uso do *twitter* por dois jornais da cidade Salvador-Ba, com o intuito de revelar as características do gênero notícia e se há uma correspondência entre as notícias de destaque na primeira página dos jornais impressos e seus *tweets*, ou seja, se o *twitter* desses jornais funciona como uma ferramenta de informação aos leitores ou apenas como réplica das notícias veiculadas por meio impresso. O estudo vem revelando, entre outros resultados, que há uma desconexão entre as notícias do jornal impresso e aquelas veiculadas no *twitter*, influenciada por fatores como o propósito do gênero, o suporte e o público a quem se destinam. Outro resultado é que o *twitter*, por suas especificidades, pode realizar o percurso do local ao global.

Palavras-chave: Práticas sociais. Twitter. Gêneros textuais.

Introdução

Com a globalização, o uso do computador, notadamente da rede mundial de computadores, está cada vez mais presente no cotidiano das pessoas, o que promove novas situações de comunicação devido às diferentes formas de utilização da língua, que acompanham o desenvolvimento da humanidade, adquirindo novos contornos e ampliando os espaços de interação entre os indivíduos.

Uma rede social, e especificamente o *twitter*, é um meio de se conectar a outras pessoas na internet. Os sites de redes sociais geralmente funcionam tendo como base o perfil de usuário, que é uma coleção de suas características, interesses, *hobbies*, escolaridade, profissão ou qualquer outra característica que ele queira compartilhar.

As pessoas ou empresas se reúnem por afinidades e com objetivos em comum, sem barreiras geográficas e fazendo conexões com dezenas, centenas e milhares de pessoas conhecidas ou não. A potencialidade das redes sociais como importantes ferramentas de

comunicação, divulgação, mobilização, marketing, interação entre pessoas é cada vez mais representativa no Brasil e no mundo.

O *twitter* é uma rede social e um serviço gratuito que pode ser utilizado por qualquer usuário da Internet. Essa ferramenta permite aos seus usuários o envio e recebimento de textos, em tempo real, de até 140 caracteres, denominados de *tweets*.

Ele constitui-se a terceira rede social mais usada do mundo, atrás apenas do *Facebook* e do *MyEspace.com*, sendo a segunda mais utilizada no Brasil. Foi criada e lançada em 2006, nos Estados Unidos, pelo desenvolvedor de *softwares* Jack Dorsey, ganhando popularidade por todo o mundo como o “SMS da internet”.

Cria-se um perfil no *twitter* para se comunicar, questionar, informar, trocar dados, gerando, assim, uma lista de seguidores e seguidos. Como é uma tecnologia recente, restrita a dispositivos eletrônicos como computador, notebook, telefones celulares, não há uma regra de como se comportar linguisticamente neste meio. Há, sim, limites ao espaço ou tamanho do texto, mas a forma de uso oferece bastante liberdade ao usuário.

Com a criação das redes sociais, navegar na internet deixou de ser um ato solitário. O modelo de redes sociais que se propaga na internet reflete o comportamento de uma sociedade que também se estrutura em redes. Segundo Capra (2002), na era da informação em que o homem vive, as funções e processos sociais organizam-se cada vez mais em torno de redes, seja em grandes empresas, no mercado financeiro ou nos meios de comunicação, constata-se que a organização em rede tornou-se um fenômeno social importante e uma fonte crítica de poder.

Devido à expansão dos recursos de interação, as redes sociais são espaços para comentários, críticas e observações, levando os internautas a desenvolverem discursos e defenderem pontos de vista. Nesse contexto, encontram-se os gêneros textuais que apresentam a língua como uma construção social, construída e moldada pelos falantes, com objetivos e finalidades definidas durante o processo interativo. Os gêneros pertencem às atividades humanas e as refletem, e se as situações sociais e culturais se modificam, modificam-se também os gêneros.

É sob essa perspectiva que se propõe um estudo para compreender o atual contexto do gênero textual notícia no *twitter*, ao tempo em que se pretende comentar acerca dos variados usos que se fazem da linguagem enquanto interação entre os sujeitos, e apontar as características desses textos no meio virtual bem como comparar com as características dos textos impressos clássicos. Para tanto, toma-se como base teórica os pressupostos da Linguística Textual a partir dos estudos de Antônio Marcuschi e Ingedore Koch.

Os instrumentos de pesquisa consistem em investigar dois jornais impressos, *Jornal A Tarde* e *Correio da Bahia*, por dois dias e “seguir” sua página do *twitter*. Esses jornais foram

escolhidos por serem os de maior circulação na cidade e por utilizarem esta ferramenta. Foram acompanhadas publicações e postagens dos dias 15 de maio e 08 de junho de 2012.

Conjuntamente com a rotina de navegação na internet, especificamente nos perfis analisados, acontece a pesquisa bibliográfica para o aprofundamento no estudo do gênero notícia e suas características. Os espelhos dos perfis são salvos em diversos arquivos nomeados e divididos em pastas.

A observação consiste em comparar a primeira página dos jornais, isto é, as notícias de destaque, com aquilo que era publicado na página do *twitter*. Logo, como objetivo, este estudo pretende investigar o uso do *twitter* por esses dois jornais, com o intuito de revelar se há uma correspondência entre as notícias de destaque na primeira página dos jornais impressos e seus *tweets*, bem como observar as características modificadas ou adquiridas pelos textos ao passarem do meio impresso clássico ao eletrônico.

O gênero como instituto as práticas sociais de linguagem

A linguagem, como atividade humana, está em constante movimento, e assume diversas formas para cumprir seu papel comunicativo interativo. Com a explosão informacional, ampliada pelo uso das novas tecnologias de comunicação, proporcionou-se o acesso rápido e muito amplo a diferentes fontes de informação, criando assim um espaço para os mais variados textos.

O indivíduo se comunica linguisticamente através de textos, que podem se manifestar na modalidade escrita ou oral. A maneira como se utiliza a linguagem é definida pela situação de comunicação. Desse modo, o ser humano interage por meio de textos que assumem as mais variadas formas, de acordo com as circunstâncias comunicativas (KOCH, 2006, p. 105).

Cada texto realiza um gênero adequado para a sua situação de comunicação. A apropriação dos gêneros é um mecanismo fundamental de socialização, para isso, é necessário ter conhecimento da pluralidade dos discursos que circulam no cotidiano e que fazem parte de nossa cultura. O gênero textual serve de apoio para a comunicação verbal e não verbal, dessa forma, é impossível se comunicar a não ser por algum gênero.

A investigação de gêneros implica na análise de texto e de discurso, e a apreciação dos gêneros constitui-se no estudo da língua em seu cotidiano. No que diz respeito à relação língua e sociedade, os gêneros refletem os avanços históricos e tecnológicos de uma sociedade.

Como destaca Marcuschi (2003), estudar os gêneros é uma oportunidade de observar o uso da língua em suas mais diversas formas. Sendo assim, tudo que é feito linguisticamente pode ser tratado como um gênero. Situação que pode ser verificada nas redes sociais. Portanto,

há muitos gêneros produzidos de maneira sistemática e com grande incidência na vida diária, merecedores de nossa atenção. Inclusive e talvez de maneira fundamental, os que aparecem nas diversas mídias hoje existentes, sem excluir a mídia virtual, tão bem conhecida dos internautas ou navegadores da Internet. (MARCUSCHI, 2003, p. 35).

O texto em sua evolução se adequa à situação de comunicação, ocorrendo diferença entre a sua organização nos dois suportes: impresso e eletrônico. Nas construções virtuais observa-se o surgimento de uma forma específica de se comunicar, tendo como característica a simplificação de palavras. A objetividade, a coesão e a capacidade de síntese são apreciadas nessa ferramenta. As ideias são sintetizadas, os textos são breves e vêm acompanhados de hipertexto.

Graças à digitalização, o texto e a leitura receberam hoje um novo impulso, e ao mesmo tempo uma profunda mutação. Pode-se imaginar que os livros, os jornais, os documentos técnicos e administrativos impressos no futuro serão apenas, em grande parte, projeções temporárias e parciais de hipertextos online muito mais ricos e sempre ativos. [...] Certamente o texto digitalizado, fluido, reconfigurável à vontade, que se organiza de um modo não linear, que circula no interior de redes locais ou mundiais das quais cada participante é um autor e um editor potencial, esse texto diferencia-se do impresso clássico. (LÉVY, 1998, p.50)

Os hipertextos estão presentes nas redes sociais e internacionais de computadores permitindo o acesso às informações da forma mais rápida. Para Lévy (1999), o hipertexto é "um conjunto de nós ligados por conexões" e "um tipo de programa para organização de conhecimento ou dados, a aquisição de informações e a comunicação". Segundo Josemari Martos (2001), o hipertexto é um documento que incluiu em seu conteúdo um link. Ao clicar no link, o usuário é levado até o texto ligado.

Análise do *corpus*

O estudo considerou que os dados seriam observados a partir da correspondência entre a publicação impressa dos jornais e a publicação digital no *twitter*. Assim, os dados foram comparados seguindo o princípio do que aparecia como notícia na primeira página e era também notícia nesta ferramenta.

O quadro 1, abaixo, mostra dados comparativos entre as modalidades de publicações dos dois jornais e a quantidade de correspondências destas com seus *tweets*, e o quadro 2 detalha a quantidade de publicações e copublicações por dia.

	Quantidade de notícias na 1ª página	Quantidade de Tweets	Copublicações no impresso e no digital
Correio da Bahia	15	227	9
Jornal A Tarde	32	302	18

Quadro 1: Dados comparativos entre as publicações impressas e *tweets*

	Correio da Bahia Dia 15/05/12	Correio da Bahia Dia 08/06/12	Jornal A Tarde Dia 15/05/12	Jornal A Tarde Dia 08/06/12
Primeira página	8	7	17	15
Tweets	143	84	178	124
Copublicações	6	3	10	8

Quadro 2: Quantidade de publicações impressas e *tweets* por dia

Há uma grande diferença entre o texto que aparece no jornal impresso e o texto digital, devido às circunstâncias de publicação, e a edição ser finalizada horas antes da publicação, e aqueles textos que vão para o jornal digital, que se atualiza constantemente e recebe postagens a tempo real. Assim, o *twitter* comporta uma capacidade bem maior de notícias e atualizações que o jornal impresso.

As notícias que aparecem na primeira página, chamada principal do jornal impresso, e desenvolvidas no interior do jornal, são aquelas que merecem destaque naquele dia, por sua importância àquele local. Já as notícias no *twitter* têm aspecto global, pois quem acessa os perfis destes jornais se atualiza não apenas sobre a cidade de Salvador, mas também sobre o que está acontecendo no Brasil e no mundo.

Outro dado percebido a partir da análise é que as notícias das capas dos jornais aparecem no *twitter* com títulos diferentes e acompanhadas de hipertexto. Esses links direcionam o leitor/internauta para os sites dos jornais, onde ele lê o resumo da notícia. Ao adquirir os jornais impressos dos dias 15 de maio e 08 de junho, e acessar os *tweets* dos jornais, percebe-se que as notícias da capa foram postadas até quase um dia antes. Isso ocorre porque se o jornal impresso encerrar a edição do dia, uma nova notícia só será veiculada neste meio na edição seguinte, no próximo dia. Assim, há correspondência de algumas notícias com mesmo assunto e títulos diferentes, e não há correspondência da veiculação na mesma data.

As notícias apresentaram características diferentes; no meio impresso clássico, as informações são completas, contêm todos os dados necessários para que o leitor compreenda a informação, sem necessidade de recorrer explicitamente a textos anteriores, ou de ligá-la a outros textos contidos na mesma publicação ou em publicações similares, diferentemente do que se observa no meio virtual, em que ocorre a utilização do hipertexto.

A estrutura da notícia impressa é apresentada através da pirâmide invertida, ou seja, começa informando o fato mais importante para finalizar com detalhes. O título cumpre a função de sintetizar o tema central e atrair a atenção do leitor. No caso da notícia virtual, o título sintetiza o tema central e vem acompanhado de hipertexto que direciona o internauta para o resumo da notícia.

Considerações finais

O estudo apresentado teve por objetivo investigar a correspondência entre os textos veiculados por dois jornais da cidade Salvador-Ba, e revelou que não há correspondência no mesmo dia entre os jornais impressos e suas páginas de *twitter*, isto é, as notícias veiculadas por esses meios diferem em grande quantidade, talvez pelo fato da notícia vir com título diferente.

Esse fato pode ser explicado principalmente pela diferença entre o gênero notícia, seu contexto e suporte, além dos propósitos comunicativos do meio impresso clássico e do meio virtual. No *twitter*, o alcance social de sua prática informativa se estende do local ao global ou vice-versa, um caminho que os jornais impressos ainda estão construindo com suas formais digitais, com a apropriação dessas novas tecnologias e inserção nas redes sociais.

Referências

A TARDE on twitter. Disponível em: <http://twitter.com/atarde>.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Trad. MAJER, Roneide Venâncio. v. 1. 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CAPRA, Manuel. *As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável*. 1 ed. São Paulo: Cultrix, 2002. 296p.

COMM, Joel. **O poder do twitter**: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez. Tradução de Leonardo Abramowicz. São Paulo: Gente, 2009.

CORREIO. Disponível em: <http://www.correio24horas.com.br/>. Acessos em 15 mai. e 08 jun. 2012.

CORREIO 24 horas. Disponível em: <http://twitter.com/correio24horas>.

JORNAL A TARDE. Disponível em: <http://atarde.uol.com.br/>. Acessos em 15 mai. e 08 jun. 2012.

JORNAL A TARDE. Salvador, 15 mai. e 08 jun. 2012.

JORNAL A TARDE. Salvador, 08 jun. 2012.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender**: os sentidos do texto. São Paulo: contexto, 2006.

_____. **Ler e escrever**: estratégias de produção textual. São Paulo: contexto, 2009.

KAUFMAN, Ana Maria & RODRÍGUEZ, Maria Helena. **Escola, leitura e produção de textos**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual?**. Trad. NEVES, Paulo. São Paulo: Editora 34, 1998.

MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

_____ et al. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: **Gêneros textuais & ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, p. 19-36.

MATOS, Josemari. O hipertexto na comunicação do saber a distância. In: **Linguística e Ensino**: novas tecnologias. Blumenau: Nova Letra, 2001, p. 81-86.