

O QUE OS USUÁRIOS DO TWITTER PENSAM SOBRE A REDE SOCIAL? UMA ANÁLISE DA LINGUÍSTICA DE CORPUS

Dalmo Buzato¹, Elias Victor Machado², Débora Perugini³

¹CEFET-MG, Contagem/Informática, cefetdalmo@gmail.com

²CEFET-MG, Contagem/Informática, elias.victor.dr@gmail.com

³CEFET-MG, Contagem/Informática, deboraperugini@gmail.com

Resumo: O Twitter é uma das maiores redes sociais atuais, contendo cerca de 186 milhões de usuários. O Brasil, por sua vez, destaca-se na rede como o segundo maior país em quantidade de usuários ativos. Dada a importância das redes sociais e do seu impacto no mundo contemporâneo, este estudo busca, por meio da metodologia da Linguística de *Corpus*, verificar a expressão de opinião dos usuários brasileiros sobre a rede social Twitter em seus *tweets*.

Palavras-chave: Twitter, Redes Sociais, Linguística de Corpus, Linguística Computacional, Linguagem nas Redes Sociais.

1. Introdução

A internet, conforme Cardon (2008), é considerada a “rede das redes” e caracteriza-se por dois aspectos principais. O primeiro deles refere-se ao grande acervo de dados e informações disponíveis às múltiplas escritas, consultas, leituras, usos e apropriações. O segundo, trata sobre a amplitude geográfica abarcada pela tecnologia, encurtando distâncias e propiciando o fenômeno conhecido como “aldeia global”. Em um aspecto similar, Cornu (2005) afirma que as tecnologias de informação e comunicação (TICs) produziram uma rede extremamente complexa, a *World Wide Web* (www), que, antes de tudo, “é uma rede de documentos multimídia, e por consequência, uma rede de informações” (CORNU, 2005, p. 121-123).

A definição das redes sociais digitais seguida neste artigo é a proposta por Lévy (1999), “como um meio de possibilidades, estabelecido a partir dos elementos virtuais e das relações entre os indivíduos usuários, inseridos no *ciberespaço*, cujo crescimento é agenciado pela conexão entre computadores e celulares”. Ademais,



consideramos também as importantes definições de Santaella & Lemos (2010, p. 40), “as redes consistem não apenas em pessoas e grupos sociais, mas também em artefatos, dispositivos e entidades” e a proposta de Recuero (2009, p. 69), “toda rede social é sempre um conjunto de atores e suas relações”. Por fim, ainda conforme Recuero (2009, p.24), “o estudo das redes sociais na internet foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informação e trocas sociais que impactam suas estruturas”.

O Twitter, rede social alvo do estudo ora proposto, é uma das principais redes sociais digitais em uso atualmente. Conforme o Twitter (2020), o *site* conta com 186 milhões de usuários, e o Brasil é o segundo país com a maior quantidade de pessoas na plataforma, contendo cerca de 27,7 milhões de usuários ativos. A rede é utilizada por muitas personalidades públicas, famosos e intelectuais. Os textos, do tipo microblog, chamados *tweets*, caracterizam-se segundo Santos e Santos (2014), por conteúdos do tipo contextual, com usuários prezando pelos acontecimentos ocorridos no momento do acesso, aqueles que estão em alta na mídia. Uma das possíveis explicações para este fenômeno é o fato de que a plataforma possui um espaço denominado “*Trending Topics*”, reservado para os assuntos mais comentados pelos usuários em seus *tweets*, ou com as *hashtags* (#) mais utilizadas naquele momento. Também conforme Santos e Santos (2014), usuários divulgarem seu cotidiano e ações corriqueiras são ocorrências comuns na rede. Haja vista o contexto apresentado acima, e as várias outras ferramentas da plataforma que possibilitam a interação dos usuários, Santaella e Lemos (2010) definem o Twitter como uma “arena de conversações e espaço colaborativo”.

Para se ter uma dimensão maior sobre o que os usuários pensam e expressam acerca da rede social Twitter, suas características, manifestações, usuários, qualidades e defeitos, propôs-se a investigação sobre a opinião dos usuários, utilizando-se da metodologia da Linguística de *Corpus*, como será descrito a seguir.

2. Metodologia

A Linguística de *Corpus*, metodologia adotada neste estudo, é uma subárea da Linguística Computacional, e caracteriza-se, conforme Sardinha (2004, p.3), como o campo da Linguística que “se ocupa da coleta e exploração de corpora, ou conjunto de dados linguísticos textuais, em formato legível por computador, que foram coletados criteriosamente com o propósito de servirem para a pesquisa de uma língua ou variedade linguística”. Trata-se de um trabalho cujo quadro conceitual é formado por uma abordagem empirista e que entende a linguagem como um sistema probabilístico (Sardinha, 2004).

Para a coleta dos *tweets* utilizados no estudo, optou-se pelo modelo automático, realizado por meio da biblioteca *TwitterR*, disponível na Linguagem de Programação R, e a plataforma *Twitter Developer*, plataforma do Twitter que permite a coleta e a análise de dados para programadores, cientistas, pesquisadores e estudantes. O único critério de seleção dos *tweets* foi o de que todos eles deveriam conter a expressão “twitter é”, pois partimos do pressuposto que todos os *tweets* que continham essa expressão diziam ou expressavam uma opinião ou fato sobre a rede social em questão.

Para a criação e análise do *corpus* utilizou-se, igualmente, a Linguagem R e o *software* livre *R Studio*. As principais bibliotecas utilizadas no *script* foram as bibliotecas TM (*Text Mining*), NLP (*Natural Language Processing*) e *Wordcloud*, que gerou a nuvem de palavras mais frequentes. O *script* também retirou as *stopwords*, ou seja, palavras removidas antes ou após o processamento de dados textuais em linguagem natural. Essas palavras, dependendo da busca realizada, podem ser consideradas irrelevantes para um determinado conjunto de resultados, e caso não removidas, podem atrapalhar a visualização do fenômeno que pretende-se observar. Na maioria dos casos, essas palavras são preposições, conjunções, artigos e pronomes.

3. Resultados e Discussão

(5) “Q (sic) isso gente, twitter é muito engraçado kkkkkk amei”

(6) “O Twitter é incrível”

(7) “Twitter é a melhor rede social kkkk”

Percebe-se, também, a emergência de palavras que indicam uma visão positiva dos usuários sobre a rede, como “bom”, “engraçado”, “incrível”, “amor”, “libertador”. Como nos exemplos da linha de concordância acima, os usuários expressam uma visão positiva acerca da rede social, inclusive, como no trecho 5, uma relação de amor, o que também pode ser notado no trecho 3. Percebe-se, portanto, a rede como um local de liberdade para determinados grupos de usuários.

(8) “é só um desabafo ok, o twitter é o meu diário”

(9) “twitter é muito um diário, incrível como faz falta”

(10) “O twitter é minha terapia, desabafo tudo aqui psicólogos (sic) pra que???”

Os trechos acima revelam um importante aspecto sobre o uso da rede pelos usuários. Palavras como “desabafo” e “diário” indicavam que os usuários poderiam fazer uso da plataforma como um local de exposição das suas vidas e fatos cotidianos. Após análise das linhas de concordância do *corpus*, percebemos que alguns usuários fazem uso da rede para “desabafar”, comparando este feito com o de “fazer terapia”, ou seja, um acompanhamento psicológico, além de questionar o papel do psicólogo, uma vez que realizam “a terapia” pelo Twitter, como vemos no tweet 10.

Por fim, o aparecimento da palavra “jornal” indica que os usuários se informam e buscam informações e notícias pelos tweets. Essa hipótese se confirma pela análise das linhas de concordância no *corpus*, e pelo estudo de Santos e Santos (2014), que, por meio de um questionário, concluiu que 69% do público analisado utilizava o Twitter para ler informações e notícias que ocorrem no mundo. Este indício preocupa, dada a natureza instantânea do compartilhamento das informações, e a presença notória de *fake news* ou de notícias com fontes questionáveis. Estes dados podem ser um indício do porquê notícias falsas se compartilham com grande facilidade no ciberespaço e no coletivo brasileiro.

- (11) “1 dia fora do Twitter e parece que estou desinformada!”
- (12) “o Twitter é um jornal completo”
- (13) “abrir o twitter assim q (sic) acorda pra saber tudo q (sic) tá rolando no mundo”

4. Considerações finais

Muitas outras análises poderiam ser realizadas por meio do *corpus* utilizado no estudo ora proposto, como a comparação feita pelos usuários entre as redes sociais *Twitter*, *Instagram* e *Facebook*, ou as percepções dos usuários sobre a política do cancelamento, amplamente realizada no *Twitter*. Os autores acreditam ser este um estudo inicial, carente de maiores análises, com um número maior de *tweets* analisados, abarcando mais traços evidenciados no *corpus* com os *tweets* dos usuários, ou a aplicação de questionários com usuários do *Twitter* para a confirmação dos indícios levantados neste estudo.

Referências

- CARDON, D. Présentation. **Réseaux–Communication–Technologie–Société**, Paris, v. 26, n. 152, p. 7-15, 2008. Edição especial: Réseaux Sociaux de l’Internet.
- CORNU, B. Réseau(x). In: COMMISSION FRANÇAISE POUR L’UNESCO. **La société de l’information**: glossaire critique. Paris: La Documentation Française, 2005, p. 121-123.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).
- SANTAELLA, L; LEMOS, R. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção Comunicação).
- SANTOS, V; SANTOS, J. As redes sociais digitais e sua influência na sociedade e educação contemporâneas. **Holos**, v. 6, p. 307-328, 2014.
- SARDINHA, T. **Linguística de Corpus**. Barueri: Editora Manole, 2004.
- TWITTER, Inc. **Q2 2020 Letter to Shareholders**. 2020. 26 p.