

Argumentação nas redes sociais: o *tweet* – caracterização e funcionamento

Argumentation on social networks: the tweet – features and functioning

Zilda Gaspar Oliveira de Aquino*

Gabriela Dioguardi**

Resumo

O presente artigo tem por objetivo discutir a concepção de *tweet* e o funcionamento argumentativo desse gênero textual digital, particularizado pela produção escrita de até cento e quarenta caracteres e que circula somente no ambiente *Twitter*. Em razão de não se separar a realização discursivo-textual de seu contexto específico de produção, examina-se a rede mundial digital, a *Internet*, em sua acepção de produtora de ambientes virtuais nos quais circulam variados gêneros textuais digitais ditos emergentes. Os estudos sobre o funcionamento da argumentação em ambientes digitais virtuais, dado seu pouco tempo de existência, constituem universo a ser explorado. Nesse sentido, este artigo busca contribuir para o conhecimento de uma concepção específica de orientação argumentativa que se dá a partir de elementos linguísticos e discursivos que, utilizados de modo coesivo particular, vão caracterizando o gênero *tweet*, para conferir-lhe coerência. O *corpus* compreende *tweets* formulados por adolescentes, da faixa etária entre 15 e 17 anos, moradores na cidade de São Paulo, em que serão examinadas as estratégias argumentativas acionadas por seus produtores durante a interação. As pesquisas de Lévy (1996, 1999, 2003) e Crystal (2013) norteiam este trabalho quanto às concepções do desenvolvimento da *Internet* e da interação digital. Buscamos, ainda, a perspectiva sociocognitiva-interacionista da Linguística Textual para embasamento da discussão acerca da materialização linguística dos gêneros textuais digitais, a partir de Marcuschi (2002, 2010), Koch e Elias (2009). Fundamentamo-nos teoricamente, no que concerne à argumentação, nos trabalhos de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005 [1958]); Aquino (1997) e Amossy (2007).

Palavras-chave: Gêneros Digitais; *Tweet*; Argumentação; Coesão; Coerência.

* Professora Doutora do Depto de Letras Clássicas e Vernáculas, FFLCH-USP.

** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa, DLCV- FFLCH, USP.

INTRODUÇÃO

A rapidez no desenvolvimento tecnológico que presenciamos nos últimos anos e que culminou na popularização da *Internet*, além do grande impacto que promoveu nas relações sociais, modificou também as comunicações interpessoais. A comunicação mediada pelo computador (CMC), por exemplo, passou, com o advento do conceito de *Web 2.0*, a fazer parte da interação cotidiana das pessoas para estabelecer relações comunicativas de amizade, trabalho, comércio ou entretenimento, seja mediada pela escrita, por áudio ou por vídeo, de maneiras independentes ou correlacionadas. Os avanços na área da informática possibilitaram o acesso à informação que não se limita mais aos computadores de mesa e que permitiu às pessoas a produção e/ou o acesso a conteúdos digitais – escritos, em vídeo etc. – a qualquer momento e de qualquer dispositivo interligado à *Internet*, como ocorreu a partir da *Web 3.0*. Nesse sentido, Crystal (2013) propôs a denominação CMD à comunicação mediada por meios digitais, em lugar de CMC.

Tal expansão, por um lado, massificou as trocas de informações; por outro, as inúmeras ações verbais que ocorrem na *Internet* processam-se em contextos e finalidades sociais e culturais específicos com respectiva redistribuição dos papéis sociais construídos colaborativamente. Nessa direção, Lévy (1999, p.29) compreende como “inteligência coletiva” a interação que ocorre de modo pleno na produção e na troca de informações e de conhecimento entre todos os usuários conectados à rede numa relação “TODOS-TODOS”, estabelecida pela dinamicidade e popularização da *Internet*. Esse estudioso indica ainda que essa interação só faz sentido quando as ações que constituem tal relação são fundamentadas nos eventos compartilhados de atividade linguística. Além disso, ressalta que:

O problema da inteligência coletiva é descobrir ou inventar um além da escrita, um além da linguagem tal que o tratamento da informação seja distribuído e coordenado por toda parte, que não seja mais o apanágio de órgãos sociais separados, mas se integre naturalmente a todas as atividades humanas [...]. (LÉVY, 2003, p. 17).

As palavras de Lévy (*op.cit*) chamam-nos a atenção, principalmente no que se refere à necessidade de descobrir ou inventar “um além da escrita, um além da linguagem”. Isso porque nos interessam, particularmente, as produções textuais efetivadas no meio digital, mediadas pela escrita, em que se observe a pluralização de situações comunicativas nas quais a economia da escrita não se constitui em

uma regra, mas tão somente na busca por uma objetividade circunscrita a uma situação comunicativa. Nesse novo contexto, constituíram-se as redes sociais digitais que conhecemos atualmente. Essa situação nos é muito cara por corresponder a um terreno de estudos fértil acerca da materialização linguística no meio digital e, em especial, no *Twitter*, ambiente em que circula o *tweet*, objeto de nossa análise e aqui assumido como um gênero textual digital emergente, particularizado pela produção escrita de até cento e quarenta caracteres.

Desse modo, buscamos discutir o conceito de redes sociais, particularmente a concepção de *Twitter*, para, então, abordarmos os conceitos de linguagem e gêneros textuais da *Internet* e observarmos situações comunicativas que permitam analisar como se efetivam os procedimentos argumentativos em um espaço físico restrito de escrita, em mensagens trocadas entre adolescentes.

2 O TWITTER COMO REDE SOCIAL DIGITAL 3.0 E AMBIENTE VIRTUAL

A *Internet* com seu fenômeno de “desterritorialização”, apontado por Lévy (1999, p.47) como consequência do redimensionamento dos espaços e responsável pela perda das identidades antes instituídas e agora reorganizadas em *ciberespaço*, promoveu a virtualização dos agrupamentos sociais que desde sempre existiram como caráter colaborativo da humanidade. Nessa direção, não é difícil entender que as trocas realizadas nesse espaço promovam interações específicas e que as análises efetuadas nesse âmbito devam considerar que cada uma dessas possibilidades de produção possua características e recursos próprios. Na verdade, a evolução tecnológica alargou a utilização da *web*, não somente para a troca de informações nas interações via *e-mail* ou *chats*, mas também para a troca de informações e colaborações rápidas entre usuários de determinadas comunidades, *sites* e serviços, interligados pelo ambiente virtual, em que é possível o acesso e a edição por qualquer pessoa e a qualquer momento. É o que se compreende como um sistema colaborativo, veloz e *on-line* e *always onde*¹ organização de informações

¹ Santaella e Lemos (2010, p. 62) apontam para a dificuldade em se traduzir tal expressão, mas ressaltam tratar-se do termo que transmite na essência o conceito de redes sociais 3.0, uma vez que a conexão é extremamente contínua “a ponto de se perder o interesse pelo que aconteceu dois minutos atrás. Apenas o movimento do agora interessa.”

e de conteúdos entre os usuários da rede para fins de compartilhamento e de trocas constantes de informações.

Esse processo de massificação e conseqüente difusão do acesso à *Internet* – e das redes sociais digitais – que constatamos atualmente, só foi possível graças a uma revolução conceitual surgida em 2004 que nos remete ao significado de *Web 2.0*, conforme já assinalamos. Esta é assim compreendida por estar muito mais direcionada à mudança de comportamento do usuário da rede do que a um salto tecnológico de interatividade, que, por sua vez, foi efetivado a partir do advento da *Web 3.0* – responsável, tecnologicamente, pela difusão e popularização das redes sociais digitais como *Facebook* e *Twitter*.

As redes sociais digitais são elementos presentes desde sempre na gênese da *Internet* que, desde sua popularização, bem como do acesso aos computadores, permitem ao participante, atualmente buscar o resgate, a efetivação e o aperfeiçoamento desse caráter colaborativo constitutivo. Entretanto, os sucessivos avanços tecnológicos possibilitaram-nos conviver com páginas em que não só ocorre a organização conjunta de conteúdos, mas também a criação de uma rede de contatos, baseados em qualquer tipo de afinidades, e materializados na troca de informações cada vez mais rápidas, as quais, na atualidade, denominam-se Redes Sociais 3.0 e em que o *Twitter* é seu mais importante expoente.

Embora tenha sido idealizado pelo norte-americano Jack Dorsey em 1992, ao desenvolver um programa de rastreamento de taxistas que pudesse interagir com *softwares*, aparelhos móveis e também enviar, receber e acessar conteúdos, o *Twitter* tornou-se tecnologicamente possível somente em 2006, com a consolidação do conceito de *Web 3.0* e a conseqüente cofundação do *microblog* por Evan Williams, criador do *Blogger*. Corresponde ao ambiente que envolve um enunciado específico, o *tweet*, gênero que tem por característica marcante o discurso produzido em até cento e vinte (120) caracteres para o texto e vinte (20) para o nome do usuário e que possui tal estrutura composicional em função de outro gênero textual que lhe deu origem, o SMS, entendido como um gênero textual da esfera digital o qual tem, por origem, outro gênero: o telegrama (MARCUSCHI, 2010).

A razão do espaço diminuto para formular enunciados e interagir com outros usuários pode ser encontrada em Dorsey (2011), que afirma que, “com um limite de tamanho, as pessoas são mais espontâneas e instantâneas. A ideia é minimizar os

pensamentos.” É possível observar que a dificuldade de definição do *tweet* parece advir justamente de sua contemporaneidade. Podemos dizer que o *Twitter*, diante de sua particularidade como rede social digital veloz, multiplica informações de tal modo que permite conhecer em segundos as opiniões e as tomadas de posicionamento de seus participantes/interlocutores/seguidores. Assim, as estratégias argumentativas que se apresentam no gênero que ele comporta merecem ser conhecidas e analisadas, pois que lhe são constitutivas, dada a interação peculiar que apresenta, conforme buscamos assinalar.

Não se pode deixar de destacar as significativas posições de estudiosos de segmentos específicos, como a Semiótica, que assinalam singularidades do *Twitter*:

(...) é um ambiente digital que possui uma dinâmica singular de interação social. Isso se dá por diversos motivos. Suas funcionalidades fazem com que uma ideia possa se reproduzir de forma viral e instantânea ao redor do planeta em questão de segundos. A conectividade *always on* é, de forma cada vez mais abrangente, o fio invisível que se multiplica entrelaçando consciências, espaços, perguntas. (SANTAELLA; LEMOS, 2010,p.4)

No âmbito da Linguística Textual, Marcuschi (2010, p.26) define como ambientes virtuais os “entornos os quais circulam, abrigam e condicionam, pela comunicação estabelecida entre os sujeitos participantes, os gêneros discursivos que emergem deste contexto”. É nessa direção que continuamos nossa discussão.

3 O TWEET COMO GÊNERO TEXTUAL EMERGENTE

Shepherd e Saliès (2013) apontam para o fato de que, desde o princípio das comunicações mediadas por meios digitais (CMDs), linguistas vêm se preocupando com o uso da linguagem na *Internet*. Referem-se, inclusive, ao termo cunhado por Crystal (2001, p.17), *Internet Linguistics*, que centralizou estudos sobre metodologias e terminologias, entre outros conceitos, para tratar do que nomeou *output* da *Internet*, ou seja, das “várias entidades que compõem um discurso eletrônico” (CRYSTAL, 2001, p 17). O autor questiona a necessidade de haver uma linguística específica da *internet*, tendo em vista que nunca houve uma linguística do rádio ou da TV.

A contribuição da Linguística Textual, a partir de Marcuschi (2010, p.20), parece-nos significativa nessa direção, por entender que as CMDs não se configuram uma linguagem de *Internet*, mas uma “forma constitutiva da realidade”, e a compreende

como “atividade interativa de caráter sócio-cognitivo e não como meio de transmissões de informações”. A partir dessa posição, alguns pesquisadores brasileiros têm se dedicado a compreender os modos de materialização linguística dos enunciados produzidos no meio virtual, não sem antes definirem os gêneros que aí circulam. Por tomarem a noção bakhtiniana de transmutação dos gêneros para estudarem a constituição dos gêneros textuais digitais, os escritos de Araújo (2010) e Paiva (2010) merecem atenção; o primeiro por tratar da emergência do gênero *chat*, e o segundo por ter observado a constituição do *e-mail* e ter conseguido caracterizá-lo com propriedade.

Como Paiva apontou para o *e-mail*, entendemos que o *Twitter* também produz um texto específico que contém características de outros gêneros. Essa estudiosa afirma que “o correio eletrônico é um novo canal de mediação de gêneros já conhecidos e deu origem a um novo gênero que agrega características do memorando, do bilhete, da carta, da conversa face a face e da interação telefônica” (PAIVA, 2010, p.101). Tal concepção, conforme entendemos, estende-se perfeitamente ao *tweet*. Acrescentamos, embasados na proposta de Lévy, quanto ao gênero textual digital sob enfoque, que este constitui

sistema discursivo complexo, socialmente construído pela linguagem, com padrões de organização facilmente identificáveis, dentro de um *continuum* de oralidade e escrita, e configurado pelo contexto sócio-histórico que engendra as atividades comunicativas. (LÉVY, 1996, p.91)

Essa posição parece passível de ser aceita tendo em vista as investigações a que procederemos a partir do que pressupõem Bakhtin (2011) retomado por Swales (1990), Bhatia (1993) e Marcuschi (2010) acerca da constituição do gênero e de sua transmutação. Na verdade, estamos diante de algo muito recente (a *Internet*) que, se por um lado abriga os gêneros digitais emergentes, como um fórum de discussão, por outro os modifica, como é o caso dos *blogs*, dos *chats*, do *e-mail* e, agora, do *tweet*, enunciado que tem por finalidade narrar, expor, argumentar, instruir ou descrever. Além disso, merece destaque que, embora recente, o *tweet* cria, de imediato, novas possibilidades de interação, deixando para trás, de algum modo, gêneros recém-criados, ultrapassando-os de alguma forma e rapidamente. Quando se observa a funcionalidade do *Twitter*, notamos que, estruturalmente, o *tweet* deve ser produzido sob a regra de delimitação espacial e que, a partir disso, sua

funcionalidade está relacionada à resposta à seguinte pergunta: “o que você está fazendo?”. Essas respostas, ou atualizações de *status*, podem ser enviadas ou recebidas via *Internet*, no site www.twitter.com, por meio de mensagens de texto em aparelhos celulares, ou a partir de aplicativos, gratuitos ou não, disponíveis no sistema operacional de matérias jornalísticas, *blogs*, fotos ou arquivos diversos.

O *Twitter* é denominado tanto como um *microblog*, em decorrência de sua limitação espacial específica, de suas características multi-intencionais e multifuncionais, quanto como uma rede social, quando se assemelha a um ambiente, ou *site* de relacionamentos, assim como o *Facebook*, porém com a ressalva de que, no caso do *Twitter*, é possível seguir sem ser seguido e ser seguido sem seguir algum usuário. Nessa acepção, observa-se um distanciamento da reciprocidade – uma das características mais marcantes de *sites* de relacionamento. Além disso, é possível o envio de proposições de interações, síncronas ou não, ou mesmo simples menções a algum perfil, por meio da inserção do símbolo de representação desse usuário, por meio do *@nome*, e de respostas (*replies*) ou replicações a outras pessoas (*retweet*). Ademais, se ambos os usuários seguem-se mutuamente, há a possibilidade de “conversarem” reservadamente, por meio de um recurso denominado *DM* ou *Direct Message*, que funciona, se forem síncronas, como um “*chat* privado” – denominação de Marcuschi (2010) para um dos gêneros digitais emergentes determinados a partir do conceito bakhtiniano de “diálogo cotidiano”.

Há, ainda, outra característica: as *hashtags*, palavras que podem ser inseridas no texto de cada usuário, antecedidas pelo símbolo do jogo da velha (#), podendo ser utilizadas tanto para seguir ou encontrar pessoas e assuntos. Ao inseri-la, observamos que a *hahstag* constitui um elemento de busca, localização, acompanhamento de discussões de um tema e/ou divulgação de informações.

Ainda retomando Marcuschi, observamos que o pesquisador considera a caracterização do gênero não só por aspectos formais (linguísticos e estruturais), mas também por suas propriedades característico-funcionais e destaca que “em muitos casos, são as formas que determinam o gênero e, em outros tantos, serão as funções” (MARCUSCHI, 2002, p.20-21). Tais considerações são relevantes para este artigo e fazem-nos refletir sobre a posição de Bakhtin (2011) quanto ao “diálogo cotidiano” que permite entrever a aproximação feita por Marcuschi (2010, p.17) em

relação ao *chat* e *e-mail*, pois se refere ao primeiro como um “gênero emergente” em relação à conversa face a face e ao segundo como um “gênero emergente” em relação à carta ou bilhete. Esse percurso metodológico parece ajustado para a definição do ambiente *Twitter* e para a concepção de *tweet*, quanto a ser este um gênero textual produzido com correspondência a outros gêneros já existentes, como o *chat*, o *e-mail*, e até mesmo o telegrama, embora com a peculiaridade de ser escrito em até cento e quarenta caracteres. Marcuschi (2002) considera os *chats* e os fóruns de discussão ambientes virtuais nos quais circulam gêneros textuais. Notamos que à época da publicação do trabalho do linguista, o *Twitter* não era uma realidade, mas em função de suas definições acerca de ambientes virtuais, tomamos por válida a classificação dessa rede social, uma vez que nela circula um gênero específico e emergente como ele apregoara para outras instâncias.

Acreditamos que a materialização linguística desses gêneros também se modifica em função de uma emergência de multimodalidades de interação e, dessa forma, elegemos o *tweet*, com sua restrição espacial de escrita, como foco de análise a respeito de sua organização textual e, em especial, das estratégias argumentativas utilizadas na produção textual em uma rede social tão característica e particular.

4 A MATERIALIZAÇÃO LINGUÍSTICA DAS CMDS EM GÊNEROS TEXTUAIS DIGITAIS

Genericamente, podemos classificar como CMD toda “conversa” mediada por meios digitais, realizada via *Internet*. Configura-se em uma comunicação mediada pela tecnologia digital que compreende todos os formatos de comunicação e respectivos gêneros que afloram nesse contexto. Assim, tomar um deles especificamente como objeto de análise requer a reflexão de que há mais de um formato possível de realização, mesmo em cada ambiente em que ele circule. Nessa direção, caracterizá-lo torna-se um empreendimento extremamente difícil e que pode parecer falho, caso não se consiga recobri-lo no seu todo. Por outro lado, acreditamos na possibilidade de, pelo menos, circunscrevê-lo a partir de traços que lhes perpassam e que nos pareçam marcantes.

Assumimos, neste artigo, a concepção de texto como uma atividade verbal consciente e constituída de processos, de estratégias e de operações cognitivas que, inerentes à mente humana, são constantemente construídos durante a

interação social, sendo representativos dos momentos da comunicação. O texto é o objeto materializado do discurso e este, em seu caráter prático, transformador do homem e de sua realidade, quando apreendido a partir dessa materialidade linguística, fornece aos analistas do discurso a observação de seus processos interiores e exteriores, de suas condições de efetivação, pela verificação dos sentidos alcançados, construídos na interação.

A partir da conceituação teórica de gêneros textuais e de seu entendimento acerca de sua configuração nas comunicações realizadas por computador, consideramos que estas, apesar de possuírem aspectos comuns, condicionados pelo meio virtual, são determinadas pelos gêneros que as condicionam, sendo, portanto, heterogêneas em sua ampla definição. A organização da escrita nas CMDs não pode ser desconsiderada nessas interações em relação à materialização linguística que se configura nos gêneros desses contextos. Além disso, em concordância com Marcuschi (2002; 2010), acreditamos que a *Internet* condiciona e determina caracteristicamente a escrita que, a partir disso, será reconfigurada nos gêneros circunscritos aos seus ambientes. A essas posições, acrescentamos a de Lévy (1996, p.38), para quem a escrita passa pelo processo de virtualização. Esse estudioso ressalta, ainda, que a construção de sentidos de um texto depende do espaço no qual será efetivada, ou seja, do ambiente em que está inserida e dos lugares de interação dos sujeitos nesse meio.

Feitas tais considerações, apontamos que autores como Bolter (1991) entenderam a introdução da escrita como forma de comunicação em ambientes virtuais, sob a denominação de “cultura letrada” que, em função do estabelecimento de uma “cultura eletrônica”, redimensiona sua forma de realização sob um princípio econômico. Observações resultantes dessa afirmação permitem-nos compreender que, se as CMDs são reconfiguradas em gêneros textuais a partir de suas situações comunicativas em ambientes digitais, a materialização linguística destes também não pode ser ignorada. Assim, o princípio econômico da escrita ao qual se referiu Bolter (*op. cit.*) está relacionado à objetividade na produção textual em função da velocidade nas trocas de informações do meio. A materialização da língua em ambientes digitais ocorre em um meio no qual há uma “*linguistic party*” (CRYSTAL, 2001, p. 169), uma festa linguística que adapta os seus diversos usos às diversas

situações comunicativas; dentre estas, aquelas pontuadas pela informalidade e rapidez são as que mais nos chamam a atenção.

O conceito que, enfim, apresentamos para *tweet* retoma, principalmente, apontamentos de Marcuschi (2010, p.199), por acreditarmos que tais características não ocorram em todos os tipos de CMDs, mas tão somente naquelas marcadas pela informalidade e encontradas, principalmente, em *chats* não institucionais ou em gêneros cuja situação comunicativa permita. São, portanto, características genericamente formais e enunciativas, segundo o autor, da produção escrita no gênero *chat* sob o ponto de vista dos usos da linguagem: uma “pontuação minimalista; a ortografia um tanto bizarra; a abundância de siglas; as abreviaturas nada convencionais; estruturas frasais pouco ortodoxas e a escrita semialfabética” (AUTOR, ANO, p.?). Da perspectiva da natureza enunciativa da linguagem, o autor entende que se integram mais semioses do que usualmente se verificam em outros gêneros. Isso porque, conforme assinalamos, nesse tipo de relações interacionais localiza-se um espaço de experimentação da língua, não de uma linguagem comum à *Internet*, por considerarmos que este meio comporta diversos ambientes que, por sua vez, comportam diversos gêneros. Tendo em vista tal generalização, podemos considerar a economia de escrita como primeiro aspecto comum a todas as CMDs, na busca por uma caracterização genérica e na aceitação da impossibilidade de ocorrência de somente um tipo de comunicação.

Santos e Teixeira (2010), aproximando-se dos preceitos de Marcuschi (2010) em relação à materialização linguística em ambientes digitais, apontam que as CMDs também são caracterizadas pela redução de palavras, cortes realizados em alguns vocábulos, tendo como fundamento o som que evocam como ocorre em *q*, *vc*, *blz*, para citar exemplos comuns que significam *quê*, *você* e *beleza*. Segundo as autoras, há ainda a utilização de *kra* e *kd*, significando *cara* e *cadê*. Nesse sentido, anotam também a marcação das sílabas tônicas com o acréscimo do fonema *h*, quando “só” poderia ser escrito como *soh*, ou mesmo para as modificações das representações de sons nasais, como *naum*, bem como pelo uso de gírias.

Afirmamos que essas considerações refletem um momento determinado por uma situação e não constituem regras das CMDs. Palavras com “kra” ou *naum* estão em completo desuso, ficando cada vez mais circunscritas a interações privadas realizadas por sujeitos de determinada faixa etária e/ou classe social (trazendo à

baila, até mesmo, preconceitos linguísticos), além de serem indicativas de certa infantilidade por parte do locutor. Reafirmamos nosso posicionamento acerca dos inconvenientes de classificações tipológicas dessa ordem em um meio em constante transformação e massificação. Por isso, entendemos que tais observações servem-nos como bússola na investigação que pretendemos realizar em torno de como operam certos marcadores nesse meio de interlocução digital.

Diante do exposto, parece-nos possível dizer que, na busca pela economia da escrita, o sentido é construído na enunciação e que o encadeamento dos enunciados está a este serviço. Além disso, destacamos que tais características presentes na produção escrita podem ou não ocorrer simultaneamente, e que mesmo em busca de objetividade e da consequente economia de escrita, elas circunscrevem-se aos graus de formalidade de cada situação comunicativa. Portanto, ao que Santaella e Lemos (2010) denominam evolução, quando da análise das redes sociais digitais, entendemos como adaptações da língua, pois nos parece que a materialização linguística acomoda-se e adapta-se à evolução tecnológica de cada uma delas para cumprir seu papel de rapidez no compartilhamento de informações. Parece significativo, ainda, lembrarmos-nos das discussões de Marcuschi ao apontar para questões da fala e da escrita, ao se reportar às mídias digitais:

Ainda nesta concepção, Halliday (1996, p. 356) aponta para a desconstrução da oposição entre a fala e a escrita que ocorre com o advento das novas tecnologias: O que está ocorrendo não é uma 'neutralização das diferenças entre fala e escrita', mas sim estão se criando as condições materiais de uma tecnologia que permitirá uma 'maior interação entre ambas', do que emergirão novas formas de discurso. (MARCUSCHI, 2010, p. 63-64),

Observamos que, assim como ocorre na "vida real", a língua utilizada em situações de CMDs também é viva, e a tentativa de descrição de fenômenos que concorram para o objetivo mencionado reflete unicamente um momento circunscrito a uma comunicação que se dá por meio de gêneros condicionados por relações sociais e históricas. Dessa maneira, trabalhamos com a noção de que alguns (não todos) gêneros que circulam em ambientes da *Internet*, situam-se no *continuum* fala/escrita e, como assevera Coscarelli (2007), apresentam características muito próximas da fala espontânea, tais como: mudança de turno, frases breves, utilização de uma linguagem informal pautada por gírias e discursos fragmentados. Já Santos (2007, p.158), em tal direcionamento, complementa que a noção de *continuum* deve

ser relativizada e substituída pela ideia de imbricação, uma vez que esses gêneros não são somente orais, ou escritos, mas unificam tanto a fala como a escrita ao mesmo tempo, tornando-se, assim, únicos. Incluímos, nessa acepção, os *chats* inseridos em ambientes não institucionais, alguns *e-mails* e, objeto desta pesquisa, os *tweets*. É válido ressaltar que não procedemos a uma análise da língua falada, tampouco a colocamos em situação privilegiada em relação à escrita, uma vez que buscamos descrever as estratégias presentes em *tweets* argumentativos que, por suas características multifuncionais, como veremos adiante, admitem práticas relativas ao gênero *chat* privado e, como procedemos a uma análise descritiva, acreditamos serem de extrema valia as considerações feitas em torno dessa relativização do conceito de *continuum* e da imbricação, uma vez que não se trata de textos escritos com características orais, mas textos orais e escritos compreendidos em sua unicidade. Assim, passaremos, nos itens a seguir, para nossas considerações acerca da orientação e das estratégias argumentativas presentes na construção de um *tweet*.

4.1 A orientação argumentativa nos *tweets*

Compreender a argumentação como um processo de linguagem do agir sobre o outro e que se constitui na construção de um sentido marcado pela orientação argumentativa de um discurso é aceitar sua natureza interacionista, uma vez que não estão em jogo tão somente os elementos linguísticos organizados em uma sequência da superfície textual. Nesse sentido, Aquino (1997, p.32) ressalta que os participantes de uma situação discursiva recorrem a elementos não linguísticos para construir um sentido, tais como conhecimentos prévios, experiências e intenções. De tal modo, compreende-se que as estratégias de verbalização, assim como as de interação textuais, não constituem atividades à parte na construção de um significado, mas atividades indissociáveis desse processo e, assim, a concepção de linguagem assume uma dimensão textual-interativa entendida como

forma de ação entre dois ou mais interlocutores que ocorre num contexto determinado e cuja formulação leva em conta circunstâncias de enunciação para a qual concorrem elementos do espaço físico, temporal, histórico e social em que atuam os participantes da atividade discursiva. (AQUINO, 1997, p. 30).

Nesse contexto, cumpre assinalar as reflexões de Amossy, ao afirmar que a

análise da argumentação deve preocupar-se com as variadas situações do discurso. No entanto, a autora ressalta, também, que tal análise

(...) depende das possibilidades da língua e das condições sociais e institucionais que determinam parcialmente o sujeito, fora dos quais a orientação ou a dimensão argumentativa do discurso não pode ser apreendida com discernimento. (AMOSSY, 2007, p. 128).

Verifica-se o caráter dimensional da argumentação quando se considera que sua instância máxima de ocorrência concentra-se em situações de debate geradas por desacordos. Entretanto, outras vezes, a argumentação perfaz o que podemos considerar instância primária centrada na situação discursiva e papel social esperado pelos interlocutores que, nessas ocasiões, podem tão somente marcar um posicionamento sem a necessidade de confronto de ideias. Para tanto, noções sobre a argumentação na língua e construção de sentido baseadas na utilização de estratégias argumentativas que levem em conta a função e o papel social do interlocutor parecem fundamentais. De todo modo, nota-se ser comum a todo posicionamento teórico adotado para analisar a argumentação que esta deva ser compreendida como um processo no qual estão também em jogo os recursos utilizados na e pela língua, para persuadir em instâncias específicas de ocorrência de um discurso.

Por considerarmos a argumentação imanente a situações discursivas condicionadas socialmente e materializadas linguisticamente, e também por observarmos que não são produzidos no ambiente *Twitter* exclusivamente *tweets* argumentativos orientados à mudança de posição do outro, visando ao acordo, trabalhamos sob a ótica das teorias da argumentação que buscam uma orientação argumentativa ajustada ao querer-dizer que condiciona o gênero aqui discutido – o *tweet*.

A perspectiva sociocognitiva-interacionista da Linguística Textual entende a linguagem como o “lugar de interação que possibilita aos membros de uma sociedade a prática dos mais diversos tipos de atos, que vão exigir dos semelhantes reações e/ou comportamentos” (KOCH, 2002, p.7). Segundo a autora, a “linguagem é essencialmente argumentativa” (*op.cit.*, p.29), pois é ação, é o agir sobre o outro e sobre si mesmo a partir de intencionalidade e ideologias que, como sabemos, são subjetivas.

A partir da aceitação da argumentação como uma imanência discursiva, é possível analisar sua inscrição, ao mesmo tempo, na materialidade linguística e em seus aportes sociais e institucionais (AMOSSY, 2007), para dimensioná-la. De fato, nem sempre o ato de tomar a palavra tem por objetivo a aprovação de uma tese (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA 2005 [1958]), mas sempre “acaba por exercer alguma influência, orientando maneiras de ver e de pensar”, conforme destaca Amossy (2007, p.122). A tais aportes, acrescentamos que pode não haver desacordo, mas apenas marcação de pontos de vista.

A noção de instâncias argumentativas parece-nos, assim, ser essencial para que se compreenda a argumentação, tendo em vista que as análises de sua materialização linguística. Interessa-nos, sobretudo, a consideração da existência de gêneros textuais, tais como algumas conversas cotidianas e também textos literários (AMOSSY, 2007), que, de acordo com suas esferas de circulação, não possuem em si o propósito de orientar argumentativamente para um debate, mas tão somente apresentam um propósito de marcar maneiras de ver o mundo e de se posicionar sobre ele. Tal posição interessa-nos, pois é a partir desse redimensionamento do conceito de orientação argumentativa que inscrevemos este trabalho na perspectiva sociocognitiva-interacionista.

Nossa análise parte da materialidade para observar a orientação argumentativa, não nos estendendo à observação de valoração dos argumentos, conforme preconizado por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005 [1958]), mas nem por isso, deixando de lado a importância da articulação entre o plano comunicacional que envolve a construção da imagem dos interlocutores durante o processo argumentativo, por meio da apreciação de marcas linguísticas relativas à consideração do auditório presente no ambiente específico em que está inserido o discurso. Baseamo-nos, antes, na posição de Amossy, para quem:

Essa reconstrução do dispositivo de enunciação e do jogo de imagens que aí se estabelece é capital para situar a argumentação no plano discursivo em que ela emerge e no qual ela adquire sentido. Ela permite ver as modalidades segundo as quais a argumentação explícita ou implícita depende ao mesmo tempo do público cuja imagem é projetada no discurso e do locutor cujo ethos se constrói também nas trocas verbais. (AMOSSY, 2007, p. 130).

Para este artigo, consideramos as marcas de orientação argumentativa que direcionam o interlocutor acerca de pontos de vista ou posicionamentos adotados

por parte do locutor quanto às escolhas de estratégias efetuadas em função do ambiente digital. Koch (2002) aponta para o valor argumentativo e estratégico que possuem determinados elementos presentes no processo de construção referencial e destaca, dentre eles, as nominalizações, as pronominalizações e as modalizações. Por outro lado, Marcuschi (2010), referindo-se especificamente às relações argumentativas, conferiu-lhes também lugar nos processos de coesão sequenciais, quando categorizou os operadores argumentativos nas relações de encadeamento por conexão. A partir dos estudos que relacionam a orientação argumentativa a elementos discursivos materializados linguisticamente, observamos que outros elementos podem, também, deter esse valor e funcionar como estratégias, mesmo que marcadas não linguisticamente.

4.2 Marcas de orientação argumentativa nos tweets: as *hashtags* e a relação tema/rema

Ao tomarmos o processo de referenciação, entendemos que ele opera em outras instâncias que não especificamente as linguísticas, materializadas no texto; entretanto, isso não quer dizer que em processos argumentativos não existam marcas que o determinem, mas que estas são responsáveis pelo acesso aos conhecimentos produzidos na memória e funcionam, desse modo, como estratégias argumentativas que operaram nas relações lógico-semânticas. Nas palavras de Aquino (1997, p. 40), a memória é a “(...) base da referenciação textual que necessitamos para dar conta da correferência e da coerência (...)”, ou seja, a referência discursiva, ligada à progressão textual, está cognitivamente representada em um modelo situacional. Em relação à memória semântica, os modelos mentais agem como representações expressas no discurso além de suprirem informações implícitas “(...) e pressupostas durante a interpretação, para que se chegue à compreensão (...)”.

Visto que a memória adquire papel essencial na produção de sentidos textuais, principalmente no que tange à recuperação processual e à construção de modelos cognitivos, como os mapas mentais, julgamos importante tecermos algumas considerações sobre sua atuação. Aquino (1997) assinala a importância do papel da memória na construção cognitiva da argumentação e das estratégias argumentativas como recursos possíveis de serem selecionados durante uma interação com o objetivo de conferir ao enunciado uma orientação argumentativa. Ao tratar de tal

questão, o autor ressalta que “as estratégias são os auxiliares próximos da orientação argumentativa, já que é possível selecionar determinada estratégia com a finalidade de imprimirmos determinada orientação argumentativa.”. Assim, assevera que o locutor constrói um enunciado por meio do acesso ao compartilhamento, mesmo que parcial, do conhecimento prévio do interlocutor em uma dada situação comunicativa e destaca que a construção de um significado faz-se por meio de um processamento que, no entanto, não garante a significação pretendida. Nesse sentido, aponta que:

Sabemos que um interlocutor não decodifica um enunciado, mas constrói o sentido, utilizando-se de um sistema de conceitos, crenças e convenções que compartilha com outro participante de uma situação discursiva, ainda que seja parcialmente. A correspondência entre quem formula o enunciado e quem processa o significado nem sempre é biunívoca e a escolha de determinadas estratégias, nesse sentido, é básica (...). (AQUINO, 1997, p.174).

A autora atesta, ainda, que as estratégias discursivas são pistas auxiliares que se realizam nos processos de percepção, formulação e compreensão de um sentido discursivo e que são construídas nos procedimentos cognitivos, nas tentativas de produção de um significado. As estratégias argumentativas centram-se em recursos, linguísticos e não linguísticos, que objetivam a construção de sua eficácia quanto à expressão de um ponto de vista. Nesse sentido, o contexto em que operam torna-se elemento fundamental, uma vez que essa eficácia depende tanto do conhecimento dos interlocutores envolvidos em uma interação, como de seus conhecimentos linguísticos e não linguísticos, o que, no meio digital, torna-se imprescindível para a atribuição de um significado textual.

A posição de Aquino (1997) parece-nos viável, tendo em vista o que se apresenta, mais recentemente, no campo sociocognitivo-interacionista da Linguística Textual. As estratégias argumentativas são entendidas como parte das estratégias cognitivas construídas na compreensão textual e dependem dos conhecimentos prévios sociais e de normas contextuais ativadas durante a interação verbal. Segundo Koch e Elias (2009), compartilham-se conhecimentos linguísticos, enciclopédicos e interacionais, que englobam o conhecimento superestrutural, o metacomunicativo, o comunicacional e o ilocucional. Isso nos interessa sobretudo, uma vez que, em relação aos direcionamentos argumentativos, consideramos estratégias todos os recursos linguísticos verbais e não verbais

envolvidos em uma interação no sentido de convencer ou persuadir o interlocutor e que, por meio de sua orientação argumentativa, permitem reconhecer os objetivos pretendidos pelo produtor do texto. Nessa direção, um dos critérios apontados por Koch e Elias (2009) como responsáveis por esse fato é a manutenção temática, a qual compreende a construção da coerência textual desde que observada a relevância de todos os enunciados presentes em um texto. Assim, a progressão temática, critério de avanço textual focado na relação tema/rema, em que tema é compreendido como “elemento já conhecido do leitor sobre o qual se vai dizer alguma coisa” e rema “aquilo que se diz a respeito do tema” (KOCH; ELIAS, 2009, p. 178-182), é fundamental como categoria para nossa análise.

As autoras apontam ainda que tais relações constroem o sentido pretendido, seja pela escolha do tema ou pela orientação argumentativa conferida ao rema, uma vez que este pode, à informação nova, constituir comentário e, como tal, possuir alto valor argumentativo de tomada de posicionamento. Observamos a necessidade de se tomarem os recursos linguísticos e não linguísticos – no caso dos *tweets* pertencentes ao *corpus* deste trabalho – como sinalizadores do caminho da construção de sentido pretendida, apontando para a necessidade de se manter o interlocutor ciente desse caminho a ser percorrido durante a interação.

As *hashtags*, recurso de escrita econômica originária do *Twitter* e, atualmente bastante difundidas em outros ambientes de redes sociais digitais como o *Facebook* e/ou *Instagram*, tinham como função inicial promover, pelo estabelecimento de *hiperlinks*, buscas no próprio ambiente sobre assuntos determinados. Utilizando o símbolo do jogo da velha (#), que precede a escrita de palavras sem espaço (visando economizar ao máximo a escrita, uma vez que participam da contagem dos cento e quarenta caracteres necessários para a produção dos *tweets*), marcavam, como *links*, assuntos comentados para, uma vez acessadas, direcionarem o usuário a uma página que contivesse outros *tweets* com abordagem do mesmo assunto. Apesar de ainda se configurarem como elemento de busca, seu alcance, entretanto, foi redimensionado, tornando-se, também, uma escolha estratégica que pode marcar, utilizando-se ou não ironia e/ou humor, um posicionamento sob a forma de rema. As *hashtags* são compreendidas ainda como um encerramento de assunto, ou seja, uma marcação sintética, um “carimbo” de um ponto de vista claro, uma vez que também economizam espaço. Ressaltamos, no entanto, que o usuário, apesar de

livre na criação de uma *hashtag*, mesmo que não tenha por objetivo redirecionar outros usuários para o assunto que aborda, formando, assim, uma rede a partir da formação de um tema, ao se utilizar desse mecanismo, ainda assim o produz.

No que diz respeito à ironia, cuja manifestação pode ser considerada análoga à paródia, a *hashtag* se incorpora ao discurso como elemento argumentativo que nega o discurso do outro ou como recurso que opera de modo ambivalente no sentido de opor-se àquilo que foi dito. Em se tratando especificamente da paródia como recurso estratégico argumentativo e seu funcionamento no discurso, configurado pela intertextualidade decorrente da interdiscursividade, Aquino ressalta:

A paródia permite uma variedade considerável. Pode-se parodiar o estilo do outro como estilo; pode-se parodiar o modo característico de observar, pensar e falar típico social ou individualmente. Além disso, pode ser mais ou menos profunda, pode-se limitar a parodiar a superfície verbal, mas também pode-se parodiar até os princípios mais profundos da palavra do outro. (AQUINO, 1997, p.189)

Tal manifestação é extremamente comum às falas cotidianas, podendo ser identificadas pela prosódia das palavras, gestos etc. Em textos escritos, a identificação da paródia faz-se por conhecimentos prévios do mundo, e a intertextualidade nem sempre é marcada linguisticamente. Em textos digitais emergentes, como os *tweets*, fortemente marcados pela oralidade, há a possibilidade da marcação por meio de uma *hashtag*, até mesmo para que não se configure um mal-entendido na orientação argumentativa que se pretende e que depende de conhecimentos prévios: seja de assuntos tratados no próprio ambiente ou fora dele.

A ironia não atua somente com a paródia. Autonomamente, é também um recurso que atua estrategicamente na orientação argumentativa, mas que se apresenta indiretamente na argumentação, já que funciona como uma estratégia que atua no nível da coerência por meio da manipulação de suas regras, por possuir caráter ambíguo, ou seja, dissimulado e sutil, e que sempre pode ser invocado de modo a não parecer uma contraposição. Tal fato configura sua utilização à ausência do receio de sanções por parte do interlocutor, já que pode ser ajustada ao valor do argumento “que melhor lhe convier” (AQUINO, 1997, p. 189). Sua utilização e reconhecimento revelam as habilidades argumentativas dos interlocutores que, estrategicamente, procuram desqualificar, de forma sutil, o oponente.

Nos *tweets*, observamos tais situações com o objetivo de marcar

estrategicamente uma orientação argumentativa. E, sobre essas questões, tratamos a seguir.

5 ANÁLISE DO CORPUS – ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS NO GÊNERO TWEET

Observemos as formulações (1) e (2) a seguir.

5.1 Segmento 1 – Exemplo de *hashtag* como rema e estratégia argumentativa

“Por que ainda devemos classificar os “smartphones” como “smartphones” se eles não vendem nenhum outro tipo de celular nas lojas? #fato”

O *tweet* acima, formulado pelo adolescente nomeado em nosso *corpus* como (1), é composto por duas unidades enunciativas: a primeira, que denominamos E1 - “Por que ainda devemos classificar os “smartphones” como “smartphones” se eles não vendem nenhum outro tipo de celular nas lojas?”, e a segunda, a qual denominamos E2 - “#fato”

Notamos que na relação tema/rema aqui tomada como elemento de progressão textual, a *hashtag* “#fato” contribui para a construção de sentido do texto, a partir daquilo que se fala em E1. Considerando que não é preciso haver coincidência entre o tema e o dado, o rema e o novo, nota-se que E1 constitui-se em uma pergunta retórica e que E2 corresponde a um comentário com valor argumentativo de reprovação do locutor ao questionamento proposto. Dessa forma, a *hashtag* opera como elemento de coesão textual com valor argumentativo responsável pela progressão textual do *tweet*. Ressaltamos que sua função de busca ainda tem pertinência e, quando se opta por trazer uma *hashtag*, esta possibilidade não pode ser descartada.

5.2 Segmento 2 – A *hashtag* como estratégia argumentativa sob a perspectiva contextual: atribuição irônica ao rema

#BreakingDawnLive e eu aqui na escola. #vidaloka

Esse *tweet*, formulado pelo adolescente nomeado em nosso *corpus* como (2), compõe-se de duas unidades enunciativas, na qual a primeira, E1, refere-se ao enunciado “#BreakingDawnLive e eu aqui na escola” e, a segunda, E2, ao enunciado “#vidaloka”, observamos a presença de duas *hashtags*:

“#BreakingDawnLive” e “#vidaloka”.

Nota-se que em E1, a *hashtag* opera como tema em uma informação contextualmente deduzível ao rema “e eu aqui na escola”. As informações são recuperadas no âmbito da coerência pela ativação de conhecimentos prévios acerca da oposição entre duas situações que estão ocorrendo concomitantemente: um programa de televisão e o horário escolar. Além disso, refere-se à incompatibilidade entre os dois, e a presença do operador argumentativo “e”, apesar de se configurar em um operador de adição, estabelece uma relação de adversidade focalizada em uma relação lógico-argumentativa que relativiza o uso comum da língua, conferindo-lhe valor argumentativo de reprovação. Assim, recorre-se a conhecimentos prévios que auxiliam na produção de sentido construído contextualmente. O estabelecimento da coerência configura-se pelo uso da ironia que, nesse caso, permeia a construção de sentido.

Na *hashtag* E2, por outro lado, há a reafirmação irônica da reprovação, efetuada pela palavra “vidaloka”, não condizente com os enunciados que devem ser produzidos na esfera escolar. O estabelecimento da coerência depende da ativação de *scripts na memória* que registram E2 como comuns a cantores de *rap* e, dessa forma, faz-se presente a ironia, por meio de uma manifestação prosódica em relação ao estilo e ao falar típico social do outro. Desse modo, a construção de sentido processa-se ao nível da coerência, de modo a contrapor, com um comentário (rema) irônico, uma situação apresentada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve por objetivo o estudo do *tweet*, gênero textual digital emergente, particularizado pela produção escrita de até cento e quarenta caracteres e que circula somente no ambiente *Twitter*, para delimitá-lo, visando conhecer seu funcionamento discursivo, tendo em vista a orientação argumentativa passível de ser apreendida e analisada. O *corpus* selecionado para este trabalho constituiu-se de *tweets* produzidos por adolescentes entre 15 e 17 anos, moradores da cidade de São Paulo. No que tange à materialização linguística das CMDs, em um gênero cujo espaço de escrita é restrito, sentimos a necessidade de investigar o ambiente no qual ele circula, o *Twitter*, para compreendermos o percurso tecnológico das mídias

digitais e estabelecermos relações deste com a materialização linguística de um gênero tão particular em sua construção de sentido.

Nessa direção, retomamos as caracterizações genéricas referentes à materialização linguística dos gêneros textuais digitais apontadas por Marcuschi (2002, 2010), que nos permitiu observar, no *corpus*, a presença de um elemento específico do ambiente *Twitter* denominado *hashtag*, o qual propusemos ser compreendido como um *rema*, mecanismo de coesão sequencial que, em sua relação com o *tema*, permite observar além da linearidade textual. O exame indicou, ainda, que a ocorrência de imbricação entre as modalidades falada e escrita da língua constitui-se em uma aparente não linearidade do gênero e, para tanto, apoiamo-nos no fato de que a progressão textual pode estar subjacente ao conceito de coesão sequencial, aos aspectos estruturantes do texto, bem como na aparente falta de elementos coesivos em sua organização textual, fato que dificultaria a efetivação da coerência na construção de um sentido.

Além disso, em conformidade como Koch, Elias (2009) e Marcuschi (2010), que indicaram a presença do valor argumentativo em elementos de coesão sequencial, observamos que, em nosso *corpus*, a *hashtag*, além de operar como *rema* e assim estabelecer a progressão textual, configura-se, também, como um comentário com orientação e valor argumentativo, tanto pelo encadeamento entre os enunciados, como em relação à progressão temática, caracterizando-se, desse modo, em um posicionamento do interlocutor em relação a um tema apresentado.

Abstract

This paper aims to discuss the design of tweet and functioning argumentative this textual genre digital, particularized by written production of up to one hundred and forty characters and which circulates only in environment Twitter. In reason of not separating the discursive and textual realization of their specific context of production, it examines the worldwide network digital, the Internet, in its meaning of producing virtual environments in which circulating varied textual genres emerging digital credits. The studies on the functioning of the argumentation in digital environments, virtual given its short time of existence, constitute universe to be explored; in this sense, this paper aims to contribute to the knowledge of a specific design of argumentative orientation that if from linguistic elements and discursive mode, used for particular cohesive, go characterizing the genus tweet, to give it coherence. The corpus consists in tweets formulated by adolescents, the age group between 15-17 years, residents in the city of São Paulo, in which shall be examined the

argumentative strategies driven by their producers during the interaction. The researches of Lévy (1996, 1999, 2003) and Crystal (2013) govern this work as the conceptions of the development of the Internet and digital interaction. We also seek the sociocognitive-interactionist perspective of Linguistic Textual for grounding of the discussion about the materialization of linguistic textual genres digital, from Marcuschi (2002, 2010), Koch and Elias (2009). We chose what seemed to us theoretically, as regards the argument, in the work of Chaïm Perelman and Olbrechts-Tyteca (2005 [1958]); Aquino (1997) and Amossy (2007).

Keywords: Digital Genres; Tweet; Argumentation; Cohesion; Coherence.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, R. **O lugar da argumentação na análise do discurso**. 2007. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/dlcv/lport/flp/images/arquivos/FLP9/Amossy.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2013.

ARAÚJO, J. R. Transmutação de gêneros na web: a emergência do chat. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. Ed. 3. São Paulo: Cortez, 2010.

AQUINO, Z. G. O. **Conversação e Conflito**: um estudo das estratégias discursivas em interações polêmicas – Tese de Doutorado – FFLCH/USP. 1997.

BAKHTIN, M. M. **Estética da Criação Verbal**. Trad. de Paulo Bezerra. Ed. 6. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BHATIA, V. K. **Analysing Genre**: Language use in professional setting. London/New York: Longman, 1993.

COSCARELLI, C. V. Alfabetização e letramento digital. In: COSCARELLI; RIBEIRO, A. E. (Orgs.). **Letramento Digital**: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas. Ed. 2. Belo Horizonte: Ceale; Autêntica, 2007.

CRYSTAL, D. **Language and Internet**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

CRYSTAL, D. **How Is The Internet Changing Language Today?** Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=P2XVdDSJHqY>>. Acesso em 30 out. 2013.

DORSEY, J. **Entrevista** publicada em 21 mar. 2011. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/rodrigo-martins>>. Acesso em: 02 fev. 2013.

KOCH, I. G. V. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 2002.

KOCH, I.G.V.; ELIAS, V. M. **Ler e escrever**: estratégias de produção textual. São Paulo: Contexto, 2009.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Edições 34, 1996. Coleção TRANS.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Edições 34, 1999. Coleção TRANS.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. Trad. de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 2003.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade In: DIONÍSIO, A. *et al.* (Orgs.) **Gêneros textuais & ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p. 19-36

MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. Ed 3. São Paulo: Cortez, 2010.

PAIVA, V. L. M. O. E-mail: um novo gênero textual. In: MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. Ed. 3. São Paulo: Cortez, 2010.

PERELMAN, CH. ; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da Argumentação**: a nova retórica. Trad. Maria Ermentina Galvão. Ed. 2. São Paulo: Martins Fontes, 2005 [1958].

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **A cognição cognitiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTOS, E. M. dos. Chat: E agora? Novas regras – nova escrita. In: COSCARELLI, C. V.; RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). **Letramento Digital**: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas. Ed. 2. Belo Horizonte: Ceale; Autêntica, 2007.

SANTOS, E. M. dos.; TEIXEIRA, E. R. **Práticas de letramento digital para crianças**: fatores de diversidade e possibilidades pedagógicas na aquisição do português escrito. Anais do VII Congresso Internacional da Abralín. Curitiba. 2011. Disponível em: < <http://abralin.org/site/publicacao-em-anais/abralin-curitiba-2011>> Acesso em: 02 fev. 2013

SHEPHERD, T.G.; SALIÉS, T.G. (Orgs.) **Linguística da Internet**. São Paulo: Contexto, 2013.

SWALES, John M. **Genre analysis**: English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.