Parte 1 – Facebook potenciais sociotécnicos e educacionais, espaço de subjetivação, sociabilidade e diferença

Breves comentários sobre a análise de conversações em sites de redes sociais

José Carlos Ribeiro
Marcel Ayres

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

RIBEIRO, JC., and AYRES, M. Breves comentários sobre a análise de conversações em sites de redes sociais. In: PORTO, C., and SANTOS, E., orgs. *Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014, pp. 199-219. ISBN 978-85-7879-283-1. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Breves comentários sobre a análise de conversações em sites de redes sociais

José Carlos Ribeiro

Marcel Ayres

Introdução

A contemporaneidade é marcada por uma série de rupturas e continuidades no que diz respeito às práticas de sociabilidade que, em parte, são provenientes da construção de um novo paradigma comunicacional – baseado nas chamadas novas tecnologias de comunicação e informação. Nesse contexto, a relação entre indivíduos transcende as fronteiras do tempo e do espaço, conecta pessoas em diferentes localidades e configura o que compreendemos, de maneira abrangente, como uma *Sociedade em Rede* (CASTELLS, 1999).

No século XX, os aparatos massivos de comunicação (televisão, rádio, jornal, revistas etc.) se popularizaram, alcançando uma escala de distribuição global. Neste período, imperava um modelo massivo, no qual a produção e a distribuição do conteúdo e das informações se concentravam nas mãos de uma minoria, que detinha o poder de veiculação sobre uma maioria consumidora. A conversação sobre as questões veiculadas por esses aparatos se dava, em geral,

de forma rarefeita, após o consumo das informações, configurando uma esfera pública midiática.

Com o passar da primeira década do século XXI, observa-se, então, o surgimento de tecnologias capazes de expandir a conversação¹ entre os indivíduos. Com o surgimento de fatores-chave, tais como a liberação do pólo emissor, a conexão planetária de conteúdos/pessoas e a reconfiguração da paisagem comunicacional (LEMOS, 2003), ambientes online como *blogs*, *chats*, *Sites* de Redes Sociais (SRS)², fóruns, dentre outros, possibilitaram que os usuários não só consumissem, mas, também, produzissem, distribuíssem e compartilhassem informações em escala global como nunca antes tinha acontecido. Essa relação particular entre o conjunto de novas práticas sociais e o aparecimento de uma original configuração comunicacional, baseada na circulação de informações em redes digitais mais sofisticadas, estabeleceu as condições propícias para a emergência da Web 2.0.

O termo “Web 2.0” foi cunhado em 2004 pelas empresas *O’Reilly Media*³ e *Media Live International*⁴, a partir de uma série de conferências que tinham o intuito de discutir o papel da *web* no século XXI. A princípio, referia-se a uma gama de serviços feitos para a *web* e técnicas de informática que buscavam ampliar as formas de produção, compartilhamento e organização de informações

1 Por conversação, entende-se neste texto, todo diálogo desprovido de uma utilidade direta e imediata, em que se fala simplesmente por falar, por prazer. Essa definição exclui as conversas diplomáticas, interrogatórios judiciais, e outro, apesar de não excluir o flerte e as conversas amorosas em geral (TARDE, 1992).

2 Sites com foco na conexão e relacionamento entre atores sociais presentes no ciberespaço, possibilitando a criação de uma *persona* através de um perfil ou página, interação através de comentários e exposição pública da rede social de cada ator.

3 Companhia de mídia americana criada por Tim O’Reilly, que publica livros e websites e organiza conferências sobre temas de informática.

4 Empresa focada na produção, gestão e promoção de conferências e outros eventos de tecnologia da informação.

online. Além disso, o conceito levava em conta o contexto histórico daquele período, no qual novas estratégias mercadológicas para o comércio eletrônico e processos de comunicação mediados por computador estavam em ascensão.

De acordo com Tim O'Reilly (2005), a *web 2.0* não possui um significado engessado e/ou com fronteiras precisas. O conceito possui princípios e práticas que podem ser identificados em diversos *sites*, serviços *web* e aplicativos. Ao observarmos a primeira geração *Web*⁵, por exemplo, os *sites*, em geral, eram trabalhados como unidades isoladas e estáticas com foco na publicação, na qual os usuários acessavam para ler/consumir os conteúdos que lá estavam. As metáforas que se mantêm até hoje foram criadas nesse período como referências a objetos físicos (janelas, páginas, *desktop* etc).

Atualmente, o foco da *web* ultrapassa o da simples leitura e se insere em uma lógica da participação, através de blogs, *Wikis*, fóruns, chats, sites de download *peer-to-peer* (P2P), compartilhadores de conteúdo multimídia (*Youtube*, *Flickr*, *Slideshare*), *Sites* de Rede Sociais (*Facebook*, *Google+*), entre outros exemplos. O conteúdo deixa de ser produzido por poucos portais e veículos de comunicação e passa a ser produzido e consumido por diversos usuários ao redor do mundo, cada qual compartilhando experiências, conversas, desejos e anseios do seu cotidiano.

Certamente, a *web 2.0* tem um aspecto tecnológico fundamental para sua existência, contudo não se reduz a isso (PRIMO, 2006). Ela representa uma transição para um paradigma colaborativo, no qual a técnica está intimamente relacionada aos comportamentos socioculturais de seus usuários. Essa transição trouxe repercussões importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de

5 A *Web 1.0* é um termo criado retroativamente para se referir às limitações da rede em sua fase inicial, baseada no conceito de páginas *Web*, em programas que não respeitavam a privacidade, como o marketing opt-out, e a exigência de cadastramento prévio para acesso ao conteúdo da página.

troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento, ou seja, os atores envolvidos neste processo incorporam, produzem, transformam e/ou movimentam ações utilizando as potencialidades disponíveis na *web*.

Partindo deste cenário, o presente artigo apresenta alguns apontamentos teóricos e metodológicos acerca da análise de conversações aplicada em Sites de Redes Sociais, com o intuito de orientar futuros estudos que pretendem compreender como as conversas se estruturam nestes ambientes interacionais online e quais são as particularidades que estes meios introduzem nas práticas de sociabilidade realizadas entre seus usuários.

Sites de redes sociais

Com base no contexto tecnológico e sociocultural da *web 2.0*, no qual usuários se tornam o centro das atenções e palavras como ‘interação’ e ‘colaboração’ se tornam práticas recorrentes, surgem os *Sites de Redes Sociais (SRS)*, que podem ser caracterizados, de forma geral, como:

Serviços de *web* que permitem aos usuários:
(1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema conectado,
(2) articular uma lista de outros usuários com os quais eles compartilham uma conexão e (3) ver e se mover pela sua lista de conexões e pela dos outros usuários dentro do sistema. (BOYD; ELLISON, 2007. p. 2)⁶.

6 Tradução nossa: “(...) Web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system”.

Quando nos referimos à variedade de SRS na *web* e suas especificidades, é possível identificar neles a presença de um ou mais recursos e plataformas interativas que já existiam na *web*, como *blogs*, compartilhadores de vídeo, foto e *áudio*, chats, *e-mails*, entre outros. Além disso, esses *sites* dialogam não apenas com computadores, mas se adaptam a diferentes dispositivos tecnológicos voltados para comunicação, tais como os *Smartphones* e *Tablets*. Os SRS introduzem mudanças na Comunicação Mediada por Computador que estão associadas às suas particularidades técnicas e aos usos que os indivíduos fazem delas, tais como:

(1) *Conversação* – quando se fala em *Sites* de Redes Sociais, fala-se de relacionamento e de conversação. Uma mudança de paradigma dos veículos tradicionais de comunicação, com funções massivas e centralizadoras, para veículos e ambientes com funções pós-massivas, coletivas e distribuídas. Segundo Lemos (2009), hoje observamos a formação de uma nova esfera conversacional que...

[...] se caracteriza por instrumentos de comunicação que desempenham funções pós-massivas (liberação do pólo emissor, conexão mundial, distribuição livre e produção de conteúdo sem ter que pedir concessão ao Estado), de ordem mais comunicacional que informacional (mais próxima do “mundo da vida” do que do “sistema”), alicerçada na troca livre de informação, produção e distribuição de conteúdos diversos, instituindo uma conversação que, mesmo sendo planetária, reforça dimensões locais. As tecnologias da comunicação e da interação digitais, e as redes que lhe dão vida e suporte, provocam e potencializam a conversação e reconduzem a comunicação para uma dinâmica na qual indivíduos e instituições podem agir de forma descentralizada, colaborativa e participativa. (LEMOS, 2009, p. 3).

(2) *Menor Concentração de Poder no Processo de Comunicação* – enquanto nas mídias massivas há uma grande concentração de poder no pólo emissor (modelo ‘um para todos’), nas mídias de função pós-massiva esse poder é mais diluído e passa a ser, em maior grau, um modelo ‘todos para todos’. Ou seja, há mais poder comunicativo para mais gente;

(3) *Maior Circulação de Informações* – com os *Sites* de Redes Sociais, a tendência é que as informações circulem mais e sejam, também, mais visíveis;

(4) *Novas formas de Construção de Sentido* – como as Redes Sociais na Internet tendem a ser ambientes conversacionais (devido a recursos e ferramentas que permitem interações entre os usuários), os sentidos construídos pela interação são negociados nestes espaços. Isso implica em mudanças nas formas de construção de sentido e das representações do *self*. Conforme aponta Ribeiro (2005), quando falamos das representações online,

A rigor, podemos pensar que elas são construídas não apenas como elementos diretamente derivados das trocas comunicacionais travadas no ambiente, mas também de um complexo conjunto que contém, além do processo interacional efetivado com os demais participantes, as interações efetuadas com as máquinas (os computadores) e com os respectivos programas tecnológicos (*softwares*). (RIBEIRO, 2005, p.6).

(5) *Maior Potencial de Mobilização* – como as redes mantêm as pessoas conectadas no espaço *online* por mais tempo, os *Sites* de Redes Sociais também parecem, pelo contato mais direto e pela capacidade maior de conversação, manter uma maior capacidade de mobilização dos grupos sociais fora da *web*. As ações no espaço

online não partilham das restrições de espaço-tempo, possibilitando a emergência de interações com alcance global⁷.

A era do Facebook

Ao observar este fenômeno cronologicamente, notamos que, em 2003, já era possível verificar traços do nascimento da *web 2.0* e do poder da participação. Neste ano, o jornal *New York Times* celebrou a opinião pública global como o quarto poder por sua manifestação contra a guerra do Iraque e, em 2006, a revista *Times* elegeu o anônimo “Você” como o homem do ano pela colaboração generalizada através de sites e serviços de compartilhamento de conteúdo, tais como, o *YouTube* e o *Twitter*.

Em 2004, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, então estudantes da *Universidade Harvard*, fundaram o *Facebook* – Site de Rede Social que tinha como propósito inicial integrar estudantes universitários em um ambiente online no qual poderiam compartilhar imagens, textos e experiências diversas do cotidiano no *campus*. Um mês após o seu lançamento oficial, o *site* já não se restringia mais a *Harvard* e contava com a participação de alunos de outras universidades norte-americanas, como *Stanford*, *Columbia* e *Yale*. Em 2005, o *Facebook* já era um fenômeno nos EUA, com 800 redes universitárias unidas à rede, aumentando para cinco milhões o número usuários ativos.

Entre 2005 e 2006, o *Facebook* passou a utilizar a seguinte definição em sua *homepage* – *Social utility that connects you with the people around you* (utilidade social que conecta pessoas ao seu redor); ou seja, com o crescimento vertiginoso do número de usuários no *site*, o *Facebook* deixa de ser um ambiente exclusivo para relacionamento entre estudantes universitários e se posiciona enquanto

7 Isso fica claro em casos como a Primavera Árabe ou, por exemplo, as manifestações civis no Brasil em 2013.

um *Site* de Rede Social aberto para a participação de usuários em busca de um ambiente *online* que possibilitasse a interação entre amigos, colegas de trabalho, ou mesmo, entre desconhecidos que partilhassem interesses em comum.

Zizi Papacharissi (2009), ao analisar características do *Facebook* em relação a outros *Sites* de Redes Sociais, como o *LinkedIn* e *ASmallWorld*, observa como a estrutura subjacente ou arquitetura dessas construções pode definir o ‘tom’ para a realização de determinados tipos de interação social. Durante sua análise comparativa, o *Facebook* emergiu como o equivalente arquitetônico de uma ‘casa de vidro’, com uma estrutura pública aberta, com normas comportamentais mais soltas (*looseness*) e abundância de recursos para a interação entre seus usuários. Já no *LinkedIn* (site de rede social voltado para *networking* e negócios) e no *ASmallWorld* (site de rede social voltado para pessoas famosas ou abastadas), por exemplo, as formas de apresentação dos usuários e os tipos de interação e comportamentos ali desempenhados seriam resultantes, em parte, da própria arquitetura desses *sites* (fechadas, exclusivas ou *Tightness*), que sugerem uma maior lealdade e exclusividade entre seus membros e, também, pela definição, que estabelece um *ethos* a ser desempenhado naquele ambiente.

Desse modo, a expansão do *Facebook* foi fundamental para a popularização do *site* em outros continentes e pode ser representada em números extraordinários: em 2014, possui cerca de 1,23 bilhões de usuários e organizações de diversos países, sendo que 61,2 milhões são brasileiros⁸.

A popularidade acerca do *Facebook* não se resume apenas a números na *web*. As polêmicas referentes à sua criação e autoria já renderam diversos livros, documentários e, até mesmo, um

8 Dados fornecidos pela consultoria do site eMarketer – <http://www.emarketer.com/> – em fevereiro de 2014.

longa-metragem intitulado *A Rede Social*⁹ (*The Social Network* - 2010), que narra o processo de desenvolvimento do *site* e os conflitos judiciais entre os envolvidos no projeto. Além disso, Mark Zuckerberg, fundador e CEO do site, foi considerado personalidade do ano de 2010 pela revista *Time*, devido à rápida supervalorização de seu negócio e por ter se tornado um dos bilionários mais jovens do mundo.

Premissas para a análise de conversações em sites de redes sociais

A análise de conversações em Sites de Redes Sociais convoca, antes de tudo, a compreensão do conceito de Interação Social, aqui considerada como uma ação realizada de forma mútua e interdependente. Ou seja – *“é a reciprocidade, é a conduta-resposta, que dá às condutas em relação ao outro o seu caráter de interação”* (MONTMOLLIN, 1997 apud MARC; PICARD, s.d., p. 09).

De acordo com autores da *Escola de Palo Alto*, as interações não se limitam a trocas verbais entre os atores; elas são formadas por *“um complexo fluido e multifacetado de numerosos modos verbais, tonais, posturais, contextuais, etc. – que, em seu conjunto – condicionam o significado de todos os outros”* (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 1993, p. 46).

Há abordagens que levam em conta, também, os aspectos contextuais e socioculturais na interação social – encarada como um fenômeno firmado em um quadro espaço-temporal de natureza cultural, marcado por códigos e rituais sociais. Outros autores, como Argyle (1969), levam em consideração as constantes

9 Filme norte-americano dirigido por David Fincher, baseado no livro de não-ficção chamado *The Accidental Billionaires* (2009), escrito por Ben Mezrich.

mudanças nas ligações sociais devido ao seu caráter contínuo, mas pontuam que há características nas interações que são inerentes à estrutura humana.

A Interação Social é, em grande escala, pré-programada pelas estruturas neurais que resultam da seleção natural e por normas culturais que representam soluções coletivas anteriores para os problemas anteriores da interação. (ARGYLE, 1969, p. 29).

Já de acordo com Joseph (2000), a interação social pode ser definida pelos seguintes aspectos: unidades que interagem entre si; conjunto de regras que estruturam e orientam as unidades e a própria interação; um sistema ou um processo ordenado de interação; um ambiente no qual os componentes se apresentem e onde há trocas sistemáticas.

Ao retomar leituras sobre as interações sociais, percebe-se, então, como muitos autores tratam diretamente ou, até mesmo, indiretamente questões referentes ao espaço e ao tempo nas relações estabelecidas entre os atores. A relação do espaço com a comunicação pode, então, ser encarada como a distância que separa os atores (que seria carregada de uma projeção simbólica e social) e a sua disposição no campo espacial. Desse modo, o espaço é uma variável importante na interação, que pode diferir caso nos situemos, por exemplo, em espaços definidos como ‘públicos’ ou ‘privados’.

Segundo Goffman (1999), através do conceito de ‘região’, as atividades sociais podem ser ‘atividades públicas’ (região de ‘frente’), nas quais os atores controlam seus comportamentos, ou atividades mais ou menos privadas (região de ‘fundo’), nas quais esse controle relaxa. Essas atividades estão intimamente ligadas ao lugar e ao contexto no qual acontecem as interações. Vale lembrar que a região de ‘fundo’ nunca será totalmente privada, visto que a interação depende de pelo menos dois atores para acontecer, ou seja,

ela é semi-privada. Desse modo, percebe-se como o espaço social, seja ele físico ou um Site de Rede Social, surge como elemento-chave da interação, regulamentado por normas culturais, sociais, psicológicas na relação intersubjetiva entre os indivíduos. O espaço constitui, ao mesmo tempo, uma condição e uma projeção simbólica da relação humana (SIMMEL, 1983).

Quando o assunto é a conversação propriamente dita, logo pensamos em trocas e relações cotidianas – trata-se, portanto, da “prática social mais comum no dia-a-dia do ser humano, a primeira forma de linguagem a que somos expostos e aquela que jamais abandonamos no curso da vida” (MARCUSHI, 2006, p.5). Sua análise não é realizada por um campo homogêneo, sendo composta por diversas disciplinas que apontam convergências temáticas e metodológicas. Entre as abordagens disciplinares, dessa forma dialogal da comunicação, estão: (1) *Etnografia da Comunicação* – que se concentra em analisar práticas da linguagem em diferentes grupos socioculturais (principais pesquisadores: Gumperz e Hymes); (2) *Pragmática Linguística* – que procura estabelecer uma ‘gramática’ das trocas verbais – regras, estruturas e funcionamentos (principais pesquisadores: J.L. Austin, J.R. Searle, H.P. Grice); (3) *Corrente Interacionista* – aborda a conversação como um ‘encontro social’, determinado pelo contexto e pelos rituais sociolingüísticos (principais pesquisadores: Sacks, Schegloff, Garfinkel, Goffman, entre outros).

Para Simmel (1983), a conversação seria uma forma pura de sociabilidade, em que a fala é um fim em si mesmo ou, segundo Gabriel Tarde (1992), um diálogo sem uma utilidade direta ou imediata. Ou seja, o conteúdo seria um estimulador das interações na conversa, contudo, não se está buscando resultados objetivos. Goffman (1999), por sua vez, estuda a conversação de uma forma mais ampla, equivalente ao encontro falado, focando nas interações orais em encontros presenciais.

Conforme aponta Marcuschi (2006), a conversação pode ser entendida como “uma interação verbal centrada, que se desenvolve

durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum” (p.15). Desse modo, a chamada *Análise da Conversação* tem como objetivo inicial verificar a organização estrutural convencionalizada ou institucionalizada da interação social. Posteriormente, passa a analisar os processos cooperativos na atividade conversacional, como: as trocas de turnos, os silêncios e lacunas, as falas simultâneas, as regras conversacionais, a coerência conversacional.

Tomando como referência uma perspectiva mais ampla, percebemos que boa parte dos estudos da *Análise da Conversação* está centrada na observação e na compreensão das conversas no contexto direto face-a-face ou no contexto mediado por telefone, buscando a identificação de seus elementos verbais, visuais e contextuais, bem como de suas características constitutivas: a Interação entre pelo menos dois falantes; a ocorrência de pelo menos uma troca de falantes; a presença de uma sequência de ações coordenadas; a execução de uma identidade temporal; e o envolvimento em uma interação ‘centrada’ (MARCUSHI, 2006, p.15).

No entanto, na contemporaneidade, marcada pelas novas tecnologias da informação e pela comunicação mediada por computador, faz-se necessário ampliar as reflexões, observando outros ambientes e contextos interacionais. Desse modo, é plausível a necessidade de aprofundamento das discussões em torno de fenômenos sociais regidos pela CMC, como, por exemplo, os *Sites de Redes Sociais*, buscando a compreensão sobre como se apresentam as conversas nesses ambientes e quais são particularidades existentes nas interações que lá ocorrem.

Nos ambientes online, a conversa tem uma relação estreita com a fala e a escrita, através da oralização do texto (o “internetês”). Observamos, também, que o uso de estratégias conversacionais próprias da fala na interação *online* está em consonância com os recursos próprios do ambiente no qual essa interação ocorre (HILGERT, 2000). Recuero (2008) aponta alguns dos principais elementos característicos da conversação mediada pelo computador: (a) é um

tipo de comunicação que privilegia o anonimato, em detrimento da identificação; logo, a linguagem e o contexto utilizados neste ambiente são apropriados pelos atores como elementos de construção identitária; (b) proporciona o distanciamento físico entre os atores, mas, em muitos casos, funciona como a comunicação semelhante à realizada face-a-face; (c) as interações persistem no tempo e podem ser acessadas em momentos temporais diferentes daqueles que foram originados; e (d) é um tipo de comunicação na qual o texto ainda é privilegiado.

Para compreender a conversação através de ambientes interacionais *online*, mais especificamente nos *Sites* de Redes Sociais, é necessário, então, mapear quais são os aspectos técnicos que as ferramentas disponibilizam e/ou possuem e quais são as apropriações feitas pelos usuários destas ferramentas, criando, assim, os elementos condicionantes para o aparecimento de novos padrões interacionais (OLIVEIRA, 2008).

Por meio das noções de “turnos” e “marcadores conversacionais” na comunicação síncrona e assíncrona, apresentamos a seguir alguns comentários que visam refletir sobre como os usuários se apropriam destes ambientes interacionais online para a realização de conversações.

(1) *Turno Conversacional*: de um modo geral, as conversações se organizam em turnos entre os participantes da interação. Esses turnos podem ser classificados como simétricos (quando os usuários possuem igual direito ao uso da palavra) ou assimétricos (quando o turno está centralizado em um dos participantes, ex.: consultas, palestras, entrevistas etc.). Galembeck (1993) define o turno como qualquer intervenção dos interlocutores (participantes do diálogo), de qualquer extensão. Ainda sobre os turnos, Sacks, Schegloff & Jefferson (1974) definem a alternância dos turnos como a base da compreensão da organização da conversa.

Ao se referir à conversação no computador, Nobile (1998) aborda a particularidade da gestão dos turnos que nem sempre é realizada pelos integrantes da conversa, uma vez que costuma

depender de outros fatores como, por exemplo, os recursos do ambiente no qual estão ocorrendo as trocas sociais síncronas. Em geral, as ferramentas de conversação síncrona (ex.: *Chat*, *Vídeo Conferência* etc.) permitem que vários integrantes interajam ao mesmo tempo no mesmo ambiente, o que pode provocar um aumento da sobreposição da comunicação nesses ambientes. Além disso, o modelo “pergunta-resposta”, no qual fala um por vez, possui uma dinâmica que difere da interação face-a-face uma vez que, por exemplo,

[...] é possível digitar uma resposta ao mesmo tempo que outros participantes e um mesmo interlocutor receber, em um único turno, várias respostas referentes a interações anteriores de uma variedade de outros interlocutores (...) Além disso, pode acontecer da resposta de um ator, em um turno determinado, demorar (o interlocutor, por exemplo, ser desconectado do sistema). Tais fatos implicam em pares que se relacionam entre si, mas que não estão necessariamente dispostos em uma sequência ordenada. (RECUERO, 2008, p. 3)

Por outro lado, Herring (1999) aponta que nas conversações assíncronas, em geral, há uma recorrência das mensagens em cada turno. Seguindo a mesma linha, Recuero comenta que:

A regra do “fala um por vez” [...] é mais observada, embora a sobreposição, já tenha sido relatada por diversos autores [...]. Além disso, a organização dos turnos não é imediatamente clara, uma vez que os participantes da conversação não estão, como na

conversação síncrona, dividindo o mesmo espaço ou utilizando a mesma ferramenta ao mesmo tempo. (RECUERO, 2008, p. 6).

Como na Comunicação Mediada por Computador (CMC) há o registro das mensagens dos participantes da interação, os usuários podem se juntar à conversa e abandoná-la no decorrer do tempo, retomando o tópico discursivo em outros momentos que não aqueles nos quais originalmente ocorreram. Desse modo, a organização dos turnos conversacionais pode ser descontínua, com vários tópicos paralelos no seu decorrer (algo bastante comum nos fóruns, espaços de comentários em *blogs* e *Sites* de Redes Sociais). Além disso, outra característica marcante das conversações assíncronas é a possibilidade dos turnos ocorrerem em diferentes espaços que não somente naquele no qual o tópico foi originado.

(2) Marcadores Conversacionais: os marcadores conversacionais são elementos que auxiliam na dinâmica de uma conversação, indicando, por exemplo, o contexto, o direcionamento, a troca de turnos etc. De acordo com a definição de Marcuschi (2006) é possível segmentar os marcadores conversacionais em três tipos:

- *Verbais* – classe de palavras ou expressões altamente estereotipadas de grande ocorrência e recorrência. Podem ser lexicais como conectores/conectivos, preposições, advérbios etc., exemplos: “Eu acho que”, “Sabe?”, “Tipo assim”, ou não-lexicais como “Ahn?”, “Eh”, “Yay”, “Putz” etc.;
- *Não-verbais* – são marcadores representados por gestos, olhares, risos;
- *Supra-segmentais* – Em geral são marcadores com características prosódicas das conversas, como: pausas, tons, ritmos, elipses, hesitações, ênfases etc..

Em uma exploração inicial, podemos observar como esses tipos de marcadores conversacionais podem ser representados na

linguagem textual dos Sites de Redes Sociais. Entre os elementos passíveis de serem considerados, estão:

- *Onomatopéias* – termos usados para simular sons orais e para marcar elementos verbais e não-verbais da comunicação. Ex.: Pow, Bang, Boom, Paft, Doing.
- *Emoticons* – o termo é uma contração entre as palavras *Emotion* (emoção) e *Icons* (ícones). São elementos gráficos (como desenhos, letras e símbolos) que são utilizados na CMC para representar elementos não verbais, como reações faciais e estados de humor.
- *Oralização, Abreviações e Pontuação* – a ‘oralização’ nas conversações em ambientes online ocorrem, de maneira geral, devido a aproximações textuais da linguagem falada, a exemplo do uso de gírias ou termos que se aproximam do som emitido na fala (ex.: “Naum”, “Brinks”, “Xorei” etc.) ou mesmo para representar tons de voz e estado de humor com o uso das letras em caixa-alta e/ou repetição de letras (ex.: “LEGAL!”, “Curtiiiiiiiiiii” etc.). As *abreviações* são formadas por contrações de palavras e termos, a fim de, por exemplo, agilizar o processo de digitação em uma comunicação síncrona ou como um marcador de informalidade na comunicação assíncrona. Ex.: “Bj” (Beijo), “Vlw” (Valeu), “Blz” (Beleza), “LOL” (*laugh out loud*) etc. Já a *pontuação* pode ser utilizada de diferentes maneiras, a depender se a comunicação for síncrona ou assíncrona. No caso da comunicação síncrona, as pontuações podem ser utilizadas, por exemplo, pra indicar hesitação ou pausa em uma conversa, ex.: o uso de reticências (...). Nas conversações assíncronas, a marcação de silêncio não é marcada por pontuações, mas pelo silenciamento ou demora de resposta dos pares que estão interagindo.
- *Léxicos de Ação* – descrições de ação, escritas no texto ou como parte pré-programada (OLIVEIRA, 2008) pelo

programa. Em *chats*, por exemplo, é comum a presença de léxicos de ação pré-programados que podem ser selecionados pelo usuário ou são aparentes ao longo da interação, como, por exemplo, “usuário A está escrevendo”. No *Facebook*, o botão *Curtir* pode ser visto como uma ação pré-programada pelo site, no qual o usuário, ao clicar na opção, deixa público na rede a sua avaliação de um determinado conteúdo.

- *Indicadores de direcionamento* – elementos na conversação que organizam e indicam para quem, ou qual assunto, a mensagem ou contexto daquela conversa será dirigido. Esse indicador pode aparecer em *Sites* de Redes Sociais de diferentes maneiras, seja por determinações da ferramenta ou por apropriações feitas pelos usuários. No *Twitter*, por exemplo, quando um usuário deseja falar diretamente para outro, se faz necessário o uso do “@” antes do nome do usuário (ex.: @usuario). Já no *Facebook*, os usuários podem se reportar diretamente a outros escrevendo o nome do par conversacional ou, caso já seja um “amigo” (contato pertencente à rede interpessoal do usuário), há a possibilidade o uso do “@” para indicar o direcionamento.

Os apontamentos realizados acima servem, deste modo, como uma possível orientação teórico-metodológica para análises da conversação em diferentes *Sites* de Redes Sociais, permitindo traçar comparações entres eles, identificando quais são as semelhanças e as particularidades presentes nestes ambientes, averiguando, também, como os aspectos técnicos destes ambientes podem impactar nas apropriações realizadas pelos usuários em momentos de interação social.

Considerações finais

Com base nos pontos apresentados neste texto, destacamos a relevância acadêmica que os estudos sobre conversações em Sites de Redes Sociais evocam na compreensão das dimensões sociais e tecnológicas presentes nas relações estabelecidas entre os indivíduos nestes ambientes. Para finalizar nossos apontamentos, listamos algumas possibilidades de aprofundamento reflexivo sobre este tema: o exame mais acurado acerca das rupturas e continuidades presentes nas conversações em SRS em comparação com as conversações face-a-face; o mapeamento e a compreensão das motivações que levam às trocas conversacionais entre os usuários em SRS; a detecção sobre como se apresentam as relações entre os valores construídos em Redes Sociais na internet (autoridade, popularidade e reputação) e as diferentes formas de apropriação dos espaços abertos à participação; a identificação do papel da moderação/ mediação feita por organizações nos ambientes online, como fator passível de promover (ou não) um maior engajamento dos usuários nestes espaços; a avaliação do estabelecimento de conexões como estratégia de fomento à participação do usuário; e a percepção dos limites e possibilidades que os *Sites* de Redes Sociais proporcionam para as trocas conversacionais entre usuários e organizações.

Por fim, destacamos o papel da conversação como uma prática crucial na construção de sentido entre os indivíduos; prática esta que não se mostra alheia às constantes mudanças tecnológicas, sociais e culturais ao longo do tempo. Assim, com o crescimento do uso de Sites de Redes Sociais enquanto ambientes propícios para a interação social, faz-se necessário, mais do que nunca, aprofundar o olhar sobre este fenômeno, buscando o entendimento sobre como estes sites transformam os modos como interagimos uns com os outros e a detecção das possíveis consequências sociais que emergem deste cenário.

Referências

ARGYLE, M. **A Interação Social**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969.

BOYD, D.; ELLISON, N. Social network sites: definitions, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13 (1), article 11, 2007. Disponível em: <<http://www.jcm.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 17 abr. 2014.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GALEMBECK, P. O turno conversacional. In: PRETI, Dino (org.). **Análise de textos orais**. São Paulo: FFLCH/USP, 1993, p.55.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1999.

HERRING, S. C. Interactional coherence in CMC. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 1999. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue4/herring.html>>. Acesso em: 17 abr. 2014

HILGERT, J. A construção do texto ‘falado’ por escrito: a conversação na Internet. In: PRETI, Dino (org.). **Fala e escrita em questão**. São Paulo: Humanitas, 2000, p.17-55.

JOSEPH, I. **Erving Goffman e a microsociologia**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2000.

LE MOS, A. Cibercultura. Alguns pontos para entender nossa época. In: LEMOS, A.; Cunha, P. (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p.11-23.

LEMOS, A. Nova esfera Conversacional. In: Dimas A. Künsch, D.A, da Silveira, S.A., et al. **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: E-Papers: 2009.

MARC, E. e PICARD, D. **A interação social**. Porto: RÉ.S.

MARCUSCHI, L. A. **Análise da Conversação**. São Paulo: Ática, 2006.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software**. 2005.

Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 17 abr. 2014

OLIVEIRA, R. S. **Marcas Verbais dos Aspectos Não-Verbais da Conversação nas Salas de Bate-papo na Internet**.

Seminário. Disponível em: <www.abed.org.br>. Acesso em: 17 abr. 2014.

PAPACHARISSI, Z. The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. **New Media & Society**. 2009.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2006, Brasília. Anais, 2006.

RECUERO, R. Elementos para a análise da conversação na comunicação mediada pelo computador. In: **Verso e Reverso**. São Leopoldo: UNISINOS, v.3, 2008, p.1-15.

RIBEIRO, J. C. Múltiplas identidades virtuais: a potencialização das experiências exploratórias do “Eu”. In: **Contracampo**, Niterói (RJ), v.12, 2005, p.171-184.

SACKS, H.; SCHEGLOFF, E.; JEFFERSON, G. A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation. In: **Language**, n.50, 1974, p. 696-735.

SIMMEL, G. **George Simmel**: Sociologia. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1983.

TARDE, G. **A Opinião e as Massas**. S. Paulo: Martins Fontes, 1992.

WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, D. D.
Pragmática da comunicação humana: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação. São Paulo: Cultrix, 1993.