

“WHAT'S HAPPENING?": ESTUDOS COM O TWITTER NA EDUCAÇÃO

Jean Carlos da Silva Monteiro 

Mestre em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão -
falecomjeanmonteiro@gmail.com

Resumo: Este artigo tece sobre as contribuições da mídia social Twitter na aprendizagem. A finalidade da pesquisa é verificar o potencial da referida mídia social no processo formativo de professores e alunos. Com este objetivo, pretende-se responder a seguinte questão: “Que experiências educativas se encontram disponíveis na internet a respeito do Twitter na Educação?”. Para tanto, realizou-se um estudo bibliográfico que buscou identificar os manuscritos, publicados a partir de 2010, em revistas científicas brasileiras, que versavam acerca da temática e seus efetivos contributos na educação. A busca foi realizada no Google Acadêmico, por meio dos descritores “Twitter na aprendizagem”, “Twitter na educação” e “Twitter no ensino”, no período de novembro de 2020 a fevereiro de 2021. Verificou-se que o Twitter pode se constituir em uma ferramenta pedagógica, por apresentar vantagens para uma aprendizagem significativa quando bem explorada pelo professor em contexto educativo.

Palavras-chave: Twitter; Educação; Ensino; Aprendizagem.

“WHAT'S HAPPENING?": STUDIES WITH TWITTER IN EDUCATION

Abstract: This article weaves on the contributions of social media Twitter in learning. The purpose of the research is to verify the potential of said social media in the training process of teachers and students. With this objective, we intend to answer the following question: "What educational experiences are available on the Internet regarding Twitter in Education?". To this end, a bibliographic study was carried out that sought to identify the manuscripts, published since 2010, in Brazilian scientific journals, which dealt with the theme and its effective contributions to education. The search was carried out on Google Scholar, using the descriptors “Twitter in learning”, “Twitter in education” and “Twitter in education”, from November 2020 to February 2021. It was found that Twitter can be constituted in a pedagogical tool, for presenting advantages for a meaningful learning when well explored by the teacher in an educational context.

Keywords: Twitter; Education; Teaching; Learning.

Introdução

O “Twitter é uma rede de informação em tempo real alimentado por pessoas de todo o mundo que lhes permite partilhar e descobrir o que está acontecendo agora.” ([TWITTER, 2021, on-line](#)). Ocupando o 8º lugar entre as redes e mídias sociais digitais mais utilizadas no mundo em 2020 e tendo em torno de 230 milhões de usuários ativos ([STATISTA, 2021](#)), a

ferramenta vem se destacando por se consolidar como um novo meio de comunicação que permite o compartilhamento de informações na *internet*.

Isto posto, este artigo tece sobre as contribuições da mídia social *Twitter* na aprendizagem. O estudo se justifica pela recorrente integração estratégica e pedagógica desse recurso na educação. Por esse motivo, a finalidade da pesquisa é verificar o potencial da referida mídia no processo formativo de professores e alunos. Com este objetivo, pretende-se responder a seguinte questão: “Que experiências educativas se encontram disponíveis na *internet* a respeito do *Twitter* na Educação?”.

Para tanto, realizou-se um estudo bibliográfico que buscou identificar os manuscritos, publicados a partir de 2010, em revistas científicas brasileiras que versavam acerca da temática e seus efetivos contributos na educação. A busca foi realizada na base de dados do *Google Acadêmico*, devido à sua representatividade para a disseminação da produção científica no Brasil, por meio dos descritores “*Twitter* na aprendizagem”, “*Twitter* na educação” e “*Twitter* no ensino”, no período de novembro de 2020 a fevereiro de 2021.

Redes e mídias sociais digitais

As redes sociais na *internet* são ambientes digitais que se organizam por meio de uma interface que agrega perfis de pessoas que tenham as mesmas características, afinidades, gostos, conceitos, crenças, opiniões parecidas, maneiras de se expressar semelhantes ou interesse sobre uma temática comum ([MUSO, 2015](#)). Por outro lado, as mídias sociais surgem a partir da necessidade que as pessoas têm em compartilhar seus conteúdos, nos mais variados e diferentes tipos e formatos de transmissão.

Desta forma, a rede social tem o seu foco principal na criação e/ou manutenção de relacionamentos entre pessoas com os mesmos interesses; por outro lado, a mídia social tem o seu foco principal no compartilhamento de conteúdo, trata-se de plataformas utilizadas para compartilhar e receber conteúdo e informações disponibilizadas por outras pessoas ([PEREIRA; COELHO; MONTEIRO, 2019](#)).

As redes e mídias sociais na *internet* se configuraram como uma representação das relações afetivas – sejam elas de caráter pessoal ou profissional – entre os membros de um ambiente virtual que, através de predileções mútuas, tecem novos conglomerados de redes

informacionais. E, dessa forma, para que um internauta faça parte de uma rede ou mídia social é necessário que se estabeleça interações entre seus membros, conteúdos, compartilhamento de suas preferências e interesses comuns ([CASTELLS, 2012](#)).

São inúmeros os motivos que levam os internautas a instalarem as redes e mídias sociais em seus dispositivos móveis. Porém, segundo [Garton, Haythornthwaite e Wellman \(2017\)](#), as redes sociais existem desde o início da humanidade, quando, por exemplo, as pessoas se reuniam para conversar sobre determinado assunto. Todas essas redes e conexões eram motivadas pela necessidade das pessoas se sentirem parte de um grupo para compartilhar conhecimentos, informações e preferências com outros membros.

[Recuero \(2013\)](#) acredita que as redes e mídias sociais no ambiente virtual se fortalecem todos os dias e ganham espaço na vida das pessoas com mais intensidade, porque, para além de conectar máquinas, elas conectam pessoas a uma nova cultura digital que “[...] só pode existir sob a condição de troca sem barreiras [...]” ([MATTELART, 2013, p. 66](#)), na qual pessoas compartilham e interagem entre si, constituindo um novo espaço social, a cibercultura, que é alicerçado no poder que a informação tem sobre a sociedade.

Acerca dessa discussão, [Lévy \(2013\)](#) pontua que o compartilhamento de conteúdo entre os membros de uma rede ou mídia social pode desenvolver a inteligência coletiva - que surge da colaboração de muitas pessoas a partir das suas diversidades - permitindo a troca de experiências, bem como a maturidade do pensamento crítico, as relações de flexibilidade na transmissão de opiniões e a compreensão mútua.

Nesta perspectiva, *Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram, TikTok, WhatsApp*, entre outras, entrelaçaram a sala de aula e os diferentes processos de aprendizagem, sejam formais ou informais. A utilização dessas redes e mídias sociais digitais na educação se tornou um desafio diário para os professores.

Para além de incentivar o uso dessas plataformas e aplicativos, os professores têm, neste contexto, a tarefa de ensinar os alunos a gerir o conhecimento em uma proposta de aprendizagem multimodal, multimídia e multitarefa, na qual a construção do conhecimento também pode alcançar os seus objetivos pedagógicos por meio das redes e mídias sociais digitais ([MONTEIRO, 2020](#)).

[Monteiro \(2020, p. 279\)](#) também destaca que “Paralelamente, faz-se importante mobilizar os alunos para o uso consciente das tecnologias, assim como mostrar que esses

recursos podem ser utilizados de maneira estratégica na sala de aula de maneira que os seus usos venham a somar e não interferir”.

Embora muitos professores ainda tentem resistir ao uso das redes e mídias sociais na aprendizagem, há outros educadores que estão se tornando verdadeiros empreendedores educacionais, criando novas plataformas para cursos, *blogs* para socialização de material para apoio aos estudos, realização de fóruns e discussões no *Facebook* e no *Twitter*, assim como a democratização de informações por meio de videoaulas no YouTube e de maneira criativa pelo *TikTok*.

Twitter

O *Twitter* (disponível em <https://twitter.com/>) é uma mídia social na *internet*, desenvolvida no formato *microblogging* - sistema que permite enviar e receber pequenas mensagens - que permite aos seus usuários a troca de informações (textuais e audiovisuais) em tempo real ([TWITTER, 2021](#)). Desde a sua criação, em 2006, até os dias atuais, o *Twitter* tem grande relevância na vida das pessoas, tornando-se uma ferramenta de atualização dos assuntos que as interessam.

A mídia social é de fácil manuseio e autoexplicativa, mas para um internauta criar o seu perfil na plataforma é importante seguir as etapas abaixo sugeridas:

- Acessar a página do aplicativo: Para abrir uma conta no *Twitter* é necessário acessar o *site* da plataforma ou baixar a aplicação pela loja de distribuição de aplicativos do *smartphone*.
- Fornecimento das informações: Após acessar a página do aplicativo, o internauta terá de fornecer algumas informações no tópico “Novo no *Twitter*?”, como nome completo, e-mail e senha para a conta. Após o preenchimento desses campos, clica-se no botão “Inscreva-se no *Twitter*”.
- Escolha do nome de usuário: Nesta etapa, escolhe-se o nome de usuário que será precedido pelo símbolo da arroba (@). Apesar da possibilidade de alterar o nome futuramente, é importante informar este dado para prosseguir na criação do perfil. Destaca-se que, no intuito de ajudar o internauta, o *Twitter*

gera automaticamente uma lista de sugestão de nomes baseados no nome completo informado anteriormente. Ainda nesta etapa, o usuário tem acesso aos Termos de Uso e Políticas de Privacidade de sua conta. Em seguida, clica-se no botão “Criar minha conta”.

- Instruções e recomendações para uso do Twitter: posteriormente à criação do perfil, o usuário é levado a ler uma mensagem de boas-vindas e, seguidamente, a uma série de explicações acerca da composição da sua linha do tempo (*timeline*).
- Sugestões de perfis para seguir: Assim que as primeiras instruções são dadas, a plataforma passa a sugerir alguns perfis considerados de grande relevância. Para prosseguir na mídia, o internauta deverá seguir, no mínimo, cinco perfis. Ao final deste passo, clica-se em “Próximo”.
- Sugestões de tópicos de interesse: Nesta seção, a mídia sugere uma lista de perfis com base em tópicos como Notícias, Entretenimento, Futebol, Gastronomia, Música, Moda, entre outros seguimentos. Novamente, para avançar nesta etapa, o usuário terá que se seguir, no mínimo, cinco perfis. Posteriormente, clica-se em “Próximo” para prosseguir.
- Sugestão de perfis de pessoas de sua conexão digital: A plataforma sugere ao usuário uma listagem de pessoas vinculadas a outras redes ou mídias sociais digitais que também possuem uma conta no *Twitter*. Para tanto, é solicitada ao internauta a realização de uma análise a partir da sua conta de e-mail. Caso não queira executar esta função, pode-se passar esta etapa clicando em “Pular” do lado esquerdo de sua tela.
- Personalização do perfil: Nesta fase, o Twitter solicita ao usuário o fornecimento de informações adicionais para o processo de personalização do perfil, como foto e descrição no campo “Bio”.
- Verificação da conta de e-mail: Ao cumprir todas as etapas acima, a conta é criada para o internauta. Por fim, é necessário validar a criação do perfil por meio do e-mail cadastrado anteriormente no *Twitter*.

Muitas vezes chamado de rede social, o *Twitter* se enquadra na classificação de mídia social, visto que, muito mais do que um local de conexão entre as pessoas, ele se consolidou como um espaço de compartilhamento de conteúdo, característica mais marcante das mídias sociais. “As mídias sociais são sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos” ([TELLES, 2011, p. 19](#)).

Com o slogan “*What's happening?*” (O que está acontecendo?), a mídia social permite aos seus usuários escrever textos de até 280 caracteres, denominados de “*tweets*”. Um outro recurso é o “*retweet*”, função que replica a mensagem de um usuário para os seus seguidores, dando crédito ao autor que originou o conteúdo. A ferramenta também possui o “*twitter list*”, que possibilita a criação de listas para que diferentes usuários possam ter acesso a uma mensagem ([TWITTER, 2021](#)).

O “*trending topics*”, popularmente conhecido como “Assuntos do Momento”, trata-se de um mecanismo que concebe, em tempo real, a formação de uma lista de descritores, palavras-chave ou frases mais publicadas no *Twitter* em âmbito mundial ou nacional, precedidas (ou não) pelo símbolo da cerquilha (#), intitulada de *tag* ou *hashtag*, igualmente utilizada como filtro para que os usuários possam encontrar temas de seu interesse ([TWITTER, 2021](#)).

Segundo o [Statista \(2021\)](#), o *Twitter* - que ocupa o 8º lugar entre as redes e mídias sociais digitais mais utilizadas no mundo em 2020 - possui em torno de 230 milhões de usuários ativos, sendo que 115 milhões deles publicam, pelo menos, uma vez por mês. Metade do total das contas ativas, um quantitativo de 57,5 milhões de usuários, são dos Estados Unidos da América (24,3%), Japão (9,3%), Indonésia (6,5%), Reino Unido (5,6%) e Brasil (4,3%).

A partir deste detalhamento a respeito do *Twitter* questiona-se: “Que experiências educativas sobre o *Twitter* se encontram disponíveis na *web*?”. Decorrente desta questão principal assumiram-se, também, como oportunas e relevantes indagar: “De que maneira a referida mídia social pode se constituir em uma ferramenta educativa?”, “Como o professor pode explorar o *Twitter* em contexto educativo?” e “Quais vantagens essa mídia social oferece?”.

Estudos com o Twitter na educação

O percurso metodológico deste artigo foi pautado em um estudo bibliográfico que buscou identificar os manuscritos, publicados a partir de 2010, que versavam acerca do *Twitter* na educação e seus efetivos contributos na aprendizagem. A busca foi realizada na base de dados do *Google Acadêmico*, devido à sua representatividade para a disseminação da produção científica no Brasil, por meio dos descritores “*Twitter* na aprendizagem”, “*Twitter* na educação” e “*Twitter* no ensino”, no período de novembro de 2020 a fevereiro de 2021.

Ao todo foram encontrados 18 artigos indexados em revistas científicas e eventos nacionais/internacionais. No entanto, escolheu-se analisar, neste estudo, somente os manuscritos coletados das revistas científicas. A justificativa para essa seleção ocorreu pelo fato das pesquisas dessa categoria se enquadrarem em propostas práticas, que mostravam, de fato, como o *Twitter* se constituiu em uma ferramenta educativa.

No artigo “O *Twitter* como ferramenta de ensino e aprendizagem de Matemática”, de autoria de Ellen Hertzog, publicado em 2010, na Revista da Graduação, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, apresenta-se uma experiência desenvolvida com uma turma de Ensino Médio, na qual foi analisada a possibilidade de se utilizar a mídia social como um recurso metodológico no ensino de Matemática. Buscou-se, então, fazer do *Twitter* uma extensão da sala de aula.

Para tal propósito, foi criado um perfil para a turma interagir. “Os *tweets* postados na página da turma foram relacionados à matemática, aos conteúdos trabalhados em aula e a informações quanto ao desenvolvimento das aulas” ([HERTZOG, 2010, p. 03](#)). Ao longo da construção da aprendizagem, a autora realizou a avaliação dos alunos levando em consideração a frequência de acesso, contribuição às discussões propostas e compartilhamento de materiais multimídias adicionais ao conteúdo proposto em sala de aula.

Também foi sondada a opinião dos alunos a respeito da utilização da ferramenta como um recurso de ensino e aprendizagem. A multimodalidade e a interdisciplinaridade do *Twitter* foram os principais destaques do estudo. “[...] o professor pode ser criativo e, através dos *tweets*, estimular a curiosidade de seus alunos, postando informações interessantes sobre a sua matéria, lançando desafios, colocando links de vídeos, artigos, imagens e de tudo que

possa contribuir para sua aprendizagem” ([HERTZOG, 2010, p. 07](#)), o que pode facilitar o processo de significação dos objetos matemáticos.

Em “Aprendizagem Informal na Web 2.0: O Caso Twitter”, do pesquisador José Paulo de Araújo, publicado em 2010, na Revista EducaOnline, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, foi examinado os relatos de profissionais da educação, usuários da mídia social, a fim de buscar o real potencial do *Twitter* em processos de aprendizagem de natureza informal, além das oportunidades de autodesenvolvimento dos professores da educação superior que foram entrevistados.

O estudo mostrou que “Os depoimentos analisados no trabalho sugerem que o Twitter propicia o surgimento de ambientes de colaboração, [...], ressaltaram a importância da ferramenta no estabelecimento de redes de relacionamentos por meio das quais poderiam intercambiar informações relevantes com seus pares. [...] A análise sugere, ainda, que essa aprendizagem seria de natureza não-planejada, portanto informal” ([ARAUJO, 2010, p.17](#)).

As considerações do texto trazem a mídia social para o contexto da pedagogia da virtualidade e da aprendizagem em espaços não-escolares, no qual os professores podem encontrar na ferramenta uma nova forma de desenvolvimento profissional, sem perder o caráter educacional de sua prática, estimulando e aprimorando habilidades e competências do século XXI, como a comunicação, a colaboração, a criatividade e a criticidade dos seus alunos por meio do compartilhamento de ideias.

Já no artigo “O Twitter e o ensino de língua inglesa em 140 caracteres”, dos autores Júlio C. Araújo, Sayonara Melo Costa e Messias Dieb, publicado em 2011, na Revista Educação & Tecnologia, do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, investigou-se como as potencialidades de interatividade presente nos mecanismos enunciativos do *Twitter* se relacionam com a natureza pedagógica de postagens voltadas para professores da educação básica que lecionam língua inglesa.

Metodologicamente, a pesquisa selecionou um perfil público, voltado para o ensino de inglês, em torno do qual girou a construção dos dados, por sua vez, categorizados de acordo com o mecanismo de interação que abrigavam. Os dados coletados apontaram o uso pedagógico da *hashtag* enquanto mecanismo que vai “[...] fornecer, localizar e divulgar conteúdos importantes para quem deseja aprender inglês” ([ARAUJO; COSTA; DIEB, 2011, p. 103](#)).

O estudo também demonstrou que os poucos caracteres do *Twitter* não limitam as possibilidades de comunicação dos seus usuários. “Pelo contrário, a necessidade de dizer muito em pouco espaço demanda perspicácia para a compreensão e a produção de informações nos moldes ali esperados” ([ARAÚJO; COSTA; DIEB, 2011, p. 103](#)). Para fins de aprendizagem, o ato de postar se torna uma atividade agregadora ao processo criativo, além de ajudar a desenvolver o poder de argumentação.

Os pesquisadores Ana Maria Simões Netto Costa e André Luis Andrejew Ferreira, que assinaram o artigo “Novas possibilidades metodológicas para o ensino-aprendizagem mediados pelas redes sociais Twitter e Facebook”, publicado em 2012, na Revista de Ensino de Ciências e Matemática, da Universidade Cruzeiro do Sul, evidenciaram que a mídia social pode possibilitar diferentes oportunidades para a criação de um ambiente de aprendizagem colaborativo na disciplina de matemática para os alunos do ensino médio.

Segundo os autores, o ambiente informal do *Twitter* se organiza como um novo espaço de integração, comunicação, compartilhamento e colaboração entre professores e alunos. “Tendem a tornarem-se ambientes de aprendizagem efetivos, eficazes e envolventes por fazerem parte do cotidiano discente” ([COSTA; FERREIRA, 2012, p. 144](#)). Desta forma, a ferramenta se tornou eficiente, visto que interfere positivamente no processo de desenvolvimento dos alunos e possibilita, aos professores, acompanhar de perto a construção da aprendizagem.

O manuscrito afirma que as mídias sociais, a exemplo do *Twitter*, “[...] ajudam não somente a melhorar e ampliar as possibilidades de aprendizagem dos alunos como também oferecem ao educador outras maneiras de se relacionar e interagir com os mesmos” ([COSTA; FERREIRA, 2012, p. 144](#)). A ferramenta foi entendida pelos professores e alunos do estudo como uma ampliação do espaço da sala de aula, um ambiente que oportuniza a autonomia de seus usuários, agora responsáveis e autores de sua própria aprendizagem.

No artigo “Análise do Twitter como ferramenta de apoio à aprendizagem”, de autoria de Guilherme Torres, Luciana Zaina e Tiago de Almeida, publicado em 2013, na Revista Brasileira de Computação Aplicada, explora-se a eficácia do uso do *Twitter* como recurso de apoio às aulas presenciais. Para tal finalidade, foram coletadas as mensagens postadas por dois docentes da educação superior e, em seguida, comparadas com os *tweets* postados por

52 alunos inscritos nas disciplinas “Desenvolvimento para Web”, “Engenharia de Software” e “Empreendedorismo” e seguidores desses docentes na mídia social.

O estudo evidenciou que a ferramenta proporcionou engajamento entre os alunos, principalmente quando os professores estimulavam a curiosidade dos seus seguidores pela forma como as *hashtags* eram dispostas nas postagens. “Em resumo, [...] os alunos tinham interesse aumentado quando liam mensagens que continham os temas considerados relevantes e que, na maioria das vezes, buscaram por novas informações a respeito do tema [...]” (TORRES; ZAINA; ALMEIDA, 2013, p. 93).

Assim sendo, a pesquisa evidenciou que a *hashtag* é um recurso que estimula o interesse do aluno para se aprofundar na temática proposta pelo seu professor. Quando publicadas corretamente, as *hashtags* transformam-se em agregadores de blocos de conteúdo (*hiperlinks*) que levam o usuário para uma página com outras publicações relacionadas ao mesmo tema dentro do *Twitter* ou para uma outra rede, mídia ou plataforma digital.

Em “Linguagem, aprendizagem e tecnologias da informação: uma leitura no âmago do sociointeracionismo segundo Vygotsky”, dos pesquisadores Noeli Reck Maggi e Rebeca Martínez Américo, publicado em 2013, na Revista Nonada: Letras em Revista, da Laureate International Universities, foi realizado um estudo teórico e empírico sobre a aplicabilidade do *Twitter* enquanto instrumento mediador de aprendizagem de aulas de E/LE – Espanhol Língua Estrangeira para alunos da educação superior.

O estudo evidenciou que “[...] ao longo dos meses do desenvolvimento da pesquisa, construiu-se não apenas um lugar de postagens com dicas gramaticais e ampliação de vocabulário, mas também um canal de comunicação e discussão construído em conjunto entre professor e alunos” (MAGGI; AMÉRICO, 2013, p. 12).

Os alunos participantes desta pesquisa destacaram que as informações dispostas pelos professores no *Twitter* “[...] foram consideradas esclarecedoras as informações, especialmente nas atividades em que havia figuras ilustrativas que exemplificavam e facilitavam o entendimento de algum vocabulário ou conteúdo gramatical específico”, (MAGGI; AMÉRICO, 2013, p. 12), dado que, segundo eles, a multimodalidade da mídia social permite o desenvolvimento de um cérebro mais ativo, capaz de assimilar a mesma informação em diferentes meios e formatos.

Camila Lima Santana e Santana e Edvaldo Souza Couto, que assinaram o artigo “Estratégias de visibilidade e ações docentes no Twitter”, publicado em 2017, na Revista Educação, da Universidade Federal de Santa Maria, inquiriram as estratégias de visibilidade e as ações docentes utilizadas por professores brasileiros no *Twitter*, realizado através de observação encoberta e análise de *tweets* de um grupo que possui conta ativa na mídia social.

O estudo concluiu que os professores vêm utilizando a ferramenta como um novo espaço de publicização de suas atividades profissionais. “Isto significa, dentre outras coisas, que a forma por excelência pela qual cada sujeito se constrói na cibercultura é essa, vinculada ao compartilhamento e a publicização de suas práticas” ([SANTANA; COUTO, 2017, p. 447](#)).

Portanto, a pesquisa descreve que os professores, assim como os seus alunos, utilizam o *Twitter* para aproximar aqueles que possuem um mesmo interesse em comum, “Na máxima do nosso tempo é: não basta vivenciar, é preciso compartilhar cada desejo e experiência” ([SANTANA; COUTO, 2017, p. 447](#)). Em suas considerações, o texto aponta a mídia social como um recurso estratégico para que “Um professor mais visível, que possui muitos seguidores, é mais citado, recomendado e essa visibilidade faz com que ele seja [...]” ([SANTANA; COUTO, 2017, p. 447](#)).

Discussão dos resultados

Os artigos mapeados demonstraram que o *Twitter* se tornou uma ferramenta que pode ser estrategicamente integrada ao processo de ensino-aprendizagem. Os manuscritos apontam diferentes direções para uso da mídia social na educação. Uma delas está na personalização do *Twitter* para estreitar os laços entre os professores e os alunos, como indicado nos estudos de [Hertzog \(2010\)](#), [Araujo \(2010\)](#), [Araújo, Costa e Dieb \(2011\)](#), [Costa e Ferreira \(2012\)](#), [Torres, Zaina e Almeida \(2013\)](#), [Maggi e Américo \(2013\)](#), [Santana e Couto \(2017\)](#).

Os professores conquistaram um novo espaço para colaboração, capaz de verificar elementos fundamentais do processo de construção da aprendizagem que muitas vezes se tornam de difícil sondagem na sala de aula presencial. Segundo [Araujo \(2010\)](#), o *Twitter* permite verificar o desenvolvimento e a produção textual dos alunos, assim como o

aprimoramento da escrita, reflexão crítica a respeito de uma determinada temática, apresentação e disseminação de uma ideia e discussão entre os seus seguidores.

Dessa forma, entende-se que a referida mídia social oferece um leque de possibilidades para a promoção de discussões e no desenvolvimento de habilidades e competências de leitura e de escrita com os alunos. [Hertzog \(2010\)](#) afirma que a ferramenta atua não somente como uma fonte de informação, mas também como recurso para dinamizar e captar a atenção dos alunos de forma criativa durante as tarefas escolares.

Entre as possibilidades educacionais, [Costa e Ferreira \(2012\)](#) indicam que os professores podem convidar os seus alunos para observarem as suas postagens e comentarem as informações dispostas em seus perfis no *Twitter*. Dessa maneira, pode-se postar metas diárias de aprendizagem; seguir especialistas; promover *links* atrativos; relacionar os assuntos debatidos em sala de aula com os fatos do cotidiano dos alunos; e identificar fontes de informações criativas e interessantes do universo nerd/geek e da cultura pop.

Em um cenário de metodologias ativas de aprendizagem, torna-se também necessário colocar os alunos no centro da aprendizagem e fazer com que eles sejam um agente ativo no processo de construção da sua própria aprendizagem. Neste intuito, os alunos são convidados a produzir o seu próprio conteúdo a partir da publicação de *tweets*, como mencionam [Maggi e Américo \(2013\)](#).

Cabe, então, ao professor mediar a interação dos alunos com a mídia social, solicitando a criação e a promoção de *hashtags* criativas; a análise de um *tweet* que viralizou na *web* e explorar o alcance de um *tweet* e os seus impactos na sociedade. [Torres, Zaina e Almeida \(2013\)](#) sugerem que os alunos utilizem o *Twitter* para sintetizar ideias ou discussões iniciadas em sala de aula; conduzir entrevistas e observar os conceitos de retórica - credibilidade, emocional e lógica - nos *tweets*.

Vale lembrar que a integração do *Twitter* na educação requer que os professores tenham domínio dos recursos da ferramenta ([SANTANA; COUTO, 2017](#)). Dito isso, apresentam-se outras possibilidades educacionais com a mídia social, como a criação de “nuvens de palavras” (lista de *tags*) a partir de fluxos de *tweets* selecionados para avaliar e medir audiência e linguagem; a criação de um mapa conceitual para avaliar os fatores sociológicos e geográficos de um *tweet* ou *hashtag* e sua distribuição; a criação de perfis

ficcionais de personagens literários, escritores e personalidades históricas para discutir um assunto de acordo com o seu ponto de vista.

Conforme [Araújo, Costa e Dieb, \(2011\)](#), o *Twitter* também pode se transformar em um miniblog, principalmente para os alunos que possuem dificuldades com a escrita, tornando-os administradores/moderadores de discussões. Outra sugestão é a criação de contas satíricas e engraçadas, que ataquem as ideias desenvolvidas em sala de aula para fomentar a discussão entre os alunos e, por fim, a construção de um mapa da mídia social para analisar tendências geográficas, como a posição de uma temática nos *trending topics*, uso de *hashtag*, entre outros.

Considerações finais e recomendações

Diante de uma nova cultura digital, emergente da Sociedade da Informação, em que as pessoas usam seus dispositivos digitais para compartilhar informações e interagir entre si, criou-se uma mídia social que permite o entrelaçamento entre o conhecimento e o entretenimento, a fim de desenvolver uma inteligência coletiva, em larga escala, que permite a troca de experiências, a maturidade do pensamento crítico, as relações de flexibilidade na transmissão de opiniões e a compreensão mútua.

Este estudo verificou o potencial da mídia social *Twitter* no processo formativo de professores e alunos. A partir do questionamento: “Que experiências educativas se encontram disponíveis na *internet* a respeito do *Twitter* na Educação?”, verificou-se que o *Twitter* pode se constituir em uma ferramenta pedagógica, por apresentar vantagens para uma aprendizagem significativa quando bem explorada pelo professor em contexto educativo, conforme supracitado.

Apesar de possuir características funcionais para a educação, faz-se importante elencar algumas vantagens e desvantagens da utilização do *Twitter* na educação. Entre os fatores favoráveis estão: trata-se de uma ferramenta grátis; fácil de usar e postar os conteúdos; possui um mecanismo de busca mais eficiente de todas as mídias sociais.

A mídia social destaca-se, também, por abrir portas para que professor e aluno possam interagir de forma criativa; permite o *upload* de conteúdo multimídia (imagens, áudios, vídeos

e links); detém de maior relevância no uso das *hashtags* do que em mídias sociais (o que facilita a busca por conteúdo de interesse do aluno ou professor).

Por outro lado, entre as desvantagens estão: para ter acesso à plataforma é necessário ter uma conexão com internet; limitação de 280 caracteres (o que também é uma vantagem a depender do potencial criativo dos professores e alunos); baixo controle e possibilidade de escrever *tweets* de forma anônima (possibilitando o surgimento de casos de preconceito, xenofobia, bullying); viralização de *tweets* em questão de segundos (apresenta-se como uma desvantagem quando a publicação tem conteúdo falso ou ofensivo); as mensagens privadas são limitadas e pouco usadas; possui um alcance mais restrito que o do Facebook; e poucas opções de personalização/otimização de perfil.

Outros fatores desfavoráveis ao uso do Twitter estão diretamente ligados à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709/2018[1], no que tange questões como vulnerabilidade e compartilhamento de dados dos usuários; apropriação ilegal dos conteúdos (isso porque a mídia social não possui uma política antiplágio); seus sistemas de segurança têm pouca confiabilidade.

Apresentou-se, neste estudo, apenas alguns resultados contidos em artigos publicados em revistas científicas brasileiras. Espera-se, então, a realização de novas investigações acerca das contribuições do *Twitter* no processo de aprendizagem formal e informal, dentro da escola e também em contextos não-escolares. Indica-se, ainda, que pesquisas futuras analisem o potencial pedagógico das *hashtags* na indexação dos conteúdos no *Twitter* e a linguagem hipertextual permitida pela ferramenta, visto que esses dois tópicos (que são características da mídia social e podem colaborar para a aprendizagem) não foram encontrados nos artigos mapeados.

Referências

ARAUJO, José. **Aprendizagem Informal na Web 2.0**: O Caso Twitter. Revista Educaonline, v. 4, p. 1-20, 2010.

ARAÚJO, Júlio.; COSTA, Sayonara.; DIEB, Messias. **O Twitter e o ensino de língua inglesa em 140 caracteres**. Educação & Tecnologia, [S.l.], v. 16, n. 3, out. 2011. ISSN 2317-7756. Disponível em: <https://periodicos.cefetmg.br/index.php/revista-et/article/view/400>. Acesso em: 19 mar. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2012.

COSTA, Ana.; FERREIRA, André. **Novas possibilidades metodológicas para o ensino-aprendizagem mediados pelas redes sociais Twitter e Facebook.** REnCiMa, v. 3, p. 136-147, 2012.

GARTON, Laura; HAYTHORNTHWAITE, Caroline; WELLMAN, Barry. **Studying Online Social Networks.** Journal of Computer Mediated Communication, 2017.

HERTZOG, Ellen. **O Twitter como ferramenta de ensino e aprendizagem de Matemática.** Revista da Graduação: Rio Grande do Sul, 2010.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência - o futuro do pensamento na era da informática.** Editora 34: Rio de Janeiro, 2013.

MAGGI, Noeli.; AMERICO, Rebeca. **Linguagem, aprendizagem e tecnologias da informação: uma leitura no âmbito do sociointarecionismo segundo Vigotsky.** Nonada: Letras em Revista, v. 2, p. 1, 2013.

MATTELART, Armand. **História das Teorias da Comunicação.** São Paulo: Edições Loyola, 2013.

MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. **Dá um like, se inscreve no canal e compartilha o vídeo: a atuação de professores como booktubers no YouTube.** Humanidades & Inovação, v. 7, p. 276-285, 2020.

MUSSO, Pierre. A Filosofia da Rede. In: PARENTE, A. (Org). **Tramas da Rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

PEREIRA, Alexandre.; COELHO, Fernando.; MONTEIRO, Jean. O Twitter no webjornalismo: os impactos da cibercultura e da mobilidade digital na narrativa jornalística. In: **Anais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Intercom Nordeste: São Luís, 2019.** 1-9 p.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

SANTANA, Camila.; COUTO, Edvaldo. **Estratégias de visibilidade e ações docentes no Twitter.** Educação (UFSM), v. 42, p. 435-450, 2017.

STATISTA. **Twitter - Estatísticas e fatos.** 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/737/twitter/>. Acesso em: 16 mar. 2021.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: Cases, Conceitos, Dicas e Ferramentas.** São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2011.

TORRES, Guilherme.; ZAINA, Luciana.; ALMEIDA, Tiago. **Uma análise do Twitter como ferramenta de apoio à aprendizagem.** Revista Brasileira de Computação Aplicada, 2013. 85-95 p.

TWITTER. **Site oficial Twitter.** Disponível em: <https://twitter.com/>. Acesso em: 14 mar. 2021.