

TIKTOK E A PEDAGOGIA DO UM MINUTO: DA DANCINHA À DICAS DE GRAMÁTICA DA LÍNGUA PORTUGUESA

Robério Pereira Barreto

[jpgbarreto@gmail.com/](mailto:jpgbarreto@gmail.com) rpbbarreto@uneb.br
<http://lattes.cnpq.br/1366165411362175>

RESUMO

Na pandemia de covid-19, a escola migrou para as plataformas digitais de ensino e as práticas pedagógicas foram mediadas pelas telas — smartphones, tablets e notebooks — e, em paralelo, mas não menos importantes, as redes sociais, lócus, de integração conteúdo escolar e conteúdo dinâmico da rede ganhando destaques como importantes no processo de ensino e aprendizagem. Com relevo para os perfis do TikTok criados para, em um minuto, “ensinar” gramática das línguas materna e estrangeira. O objetivo deste trabalho é refletir sobre práticas de Tiktokers com a gramática da língua, a qual “ensina” português em vídeos de um minuto acompanhados de dancinhas sob trilha sonora da *trend* da rede, com base nessas questões elaboro a ideia da Pedagogia do, um minuto. Para isso, criei um perfil no TikTok através do qual acompanhei os perfis de Tiktokers que usando dessa pedagogia mostra dicas de uso da gramática da língua portuguesa. Entretanto, desafios foram impostos aos professores que, de certa maneira, tiveram suas aulas comparadas às dos Tiktokers. Um desses desafios foi perceber que, aulas, no formato remoto, precisavam de inovação e uso dos protocolos multimodais das redes, isto é, atividades de ensino de linguagem pediam discursos e escritas digitais; todos submersos na ecologia do digital deveriam se apropriar desses protocolos. Restou aos professores entrar na “onda” dos influenciadores — ensino de língua com dancinha com trilha sonora da *trend* do momento, etc.

Palavras-chave: TikTok; pedagogia do, um minuto; gramática da língua.

Introdução

Neste texto-ensaio, reflito teoricamente a partir de uma revisão de literatura sobre produção e compartilhamentos de conteúdos sobre ensino de línguas materna e

estrangeira em aplicativos de redes sociais, especialmente no TikTok, onde dicas de gramática e vocabulário de línguas são compartilhados em até um minuto.

Com isso, provooco a comunidade de professores da educação básica e de pesquisadores de redes sociais sobre a necessidade de se analisar profundamente as contribuições que os produtores de conteúdos nas redes sociais — Influencers e Tiktokers — dão à formação e à aprendizagem cidadã de estudantes-adolescentes conectados às suas mensagens via aplicativos de redes sociais, com destaque para o mais viciante deles na internet, TikTok¹.

Dizendo de outro modo: comento atuações dos tiktokers — desde micro a macro influenciadores —, porém evito citá-los tampouco compartilho seus @ para evitar quais aborrecimentos em todas as instâncias jurídicas e autorais. Entretanto, vale destacar que tais profissionais do TikTok produzem seus conteúdos mínimos com o fito de ganham dinheiro tanto por *view* CPM — click por mil — quanto por publicidade/parceria.

É nesse não-lugar ou entremeio que surge a pedagogia do, um minuto. Tais produtores de conteúdo envolve num pacote curto, embalado por trecho viral do hit tendência do momento, acompanhado de dancinhas coreografadas especialmente para aquele vídeo, conteúdos importantes à formação leitora e crítica de criança e adolescente em até sessenta segundos conforme protocolo do aplicativo.

Diante dessa questão, pergunto: como considerar o TikTok ferramenta pedagógica promotora de interação professor-conteúdo-aprendiz em um minuto? Ademais, quais as implicações educacionais, culturais e pedagógicas tais “práticas de ensino” resultam na formação intelectual e (meta) cognitiva desse público em fase de aprendizagem sistemática?

1 Aplicativo é resultante de fusão tecnológica, administrativa e financeira do **Douyin** e anteriormente *Musical.ly*. Na pandemia de covid-19, a escola migrou para as plataformas digitais de ensino e as práticas pedagógicas foram mediadas pelas telas — smartphones, tablets e notebooks — eChina, cujo objetivo criar e compartilhar vídeos curtos. De propriedade da companhia de tecnologia chinesa ByteDance, o aplicativo de mídia foi lançado como Douyin na China em setembro de 2016, e introduzido no mercado internacional como musical.ly um ano depois, porém em novembro de 2017 o TikTok comprou o Musical.ly. É uma plataforma de vídeos curtos líder na Ásia, nos Estados Unidos e em outras partes do mundo. O aplicativo ganhou popularidade e se tornou o aplicativo mais baixado nos Estados Unidos em outubro de 2018.

Sabemos todos que o TikTok nasce de uma ecologia comunicativa global, considerando que seu ambiente interativo é tomado por crianças e adolescentes conectados por horas manuseiam as telas de seus *smarthphones* produzindo e editando vídeos com conteúdo diversos — dancinhas, memes, dicas curtas de como aprender assuntos e temas que vão desde política a como fazer memes — e, mais do que tudo, compartilham no seu perfil do aplicativo, do qual, a inteligência artificial do algoritmo inteligente se apropria e distribui para a comunidade de maneira direcionada.

A aprendizagem na sociedade atual é mediada pelas plataformas de aprendizagem e redes sociais digitais, não restam dúvidas, as quais se tornaram um “novo” e amplo espaço de interação e de produção de conhecimento multifacetado — científico, econômico, artístico e educacional — em rede, sobretudo, a partir de 2020, quando foi declarada mundialmente, a pandemia do SARS-COV-19.

Essa nova dinâmica mundial no processo de ensino e aprendizagem é, na verdade, o resultado das mudanças no contexto social, interativo e comunicacional que as tecnologias digitais promoveram a partir da presença do algoritmo inteligente; agente de transformação na ecologia de produção e compartilhamento de conhecimentos mediada por um suporte culturalmente aceito — a internet — que, transculturalmente conecta mundos e culturas diferentes.

O TikTok se apropria, digamos, da estrutura e da ecologia cognitiva já existente e atinge uma massa crítica de populações mundial, cujo senso de pertencimento transborda as fronteiras da idade e do gênero, — embora os especialistas em algoritmo ainda divirjam sobre a sofisticação do algoritmo — é consenso entre todos que o aplicativo se baseia firmemente na economia da atenção — importa dizer se o interesse do usuário não for capturado logo de cara, não tem como chegar a lugar algum e ele se conecta a outro vídeo ou sai da plataforma. Dessa maneira, os recursos empregados pelos desenvolvedores do TikTok para manter a adesão da audiência e o engajamento dos seus usuários são a duração do vídeo e algoritmo divulgador.

Diversos trabalhos científicos mostram que a plasticidade e a concentração dos adolescentes e jovens nascidos na era da escrita e do discurso digital é maleável, o nível e período de concentração dessa geração tem diminuído de acordo a velocidade das

tecnologias que a cerca. “TikTok é bem programado para chamar nossa atenção apenas pelo tempo necessário, antes de nos oferecer o próximo vídeo que vai nos fazer continuar logados no aplicativo” (WALKER-STOKEL, 2022, p. 89).

Nesse contínuo, o algoritmo do TikTok funciona como um filtro, o qual direciona os vídeos para uma determinada audiência *#ParaVocê* e, em seguida, avalia a recepção desses usuários para então decidir se vale a recomendação para toda a comunidade de TikTokers. O resultado prático do trabalho do algoritmo já perceptível por todos nós; ao pesquisar ou assistir a um vídeo sobre dicas de gramática da língua portuguesa, o TikTok direcionou quase impondo “terapia coletiva” de vídeos de vários TikTors brasileiros e até estrangeiros, ensinado dicas rápidas de como usar a gramática da língua portuguesa.

Além disso, triangulou outras visualizações que fiz acerca de língua e linguagens em espanhol e inglês e, desde então, dispara no meu *feed* a *hashtag* *#ParaVocê* “professores” praticantes da pedagogia do, um minuto. Interessante notar que há nesses vídeos falantes de língua espanhola, “ensinado” inglês e o inverso também é verdadeiro para português, etc.

O uso das mídias, sejam elas analógica — ensino à distância na segunda metade do século XX através do rádio e da televisão e endereçamento postal do Instituto Universal Brasileiro —, ou digital — plataformas de ensino de línguas e cursos diversos — compõem a sociedade da informação, embora por aqui, isso tenha ocorrido de maneira mais lenta e desestruturada do que nos países da América e da Europa.

Na verdade, o uso das tecnologias digitais de informação e comunicação — TIDCs — como ferramentas para práticas de ensino e aprendizagem *on-line* possibilitou a criação de uma pedagogia da síntese, isto, são profissionais de várias áreas do conhecimento, mesmo não tendo formação pedagógica — graduação em licenciaturas — ofertaram de maneira gratuita ou paga, “dicas rápidas” no protocolo do algoritmo da rede e, com isso, se criou e ampliou ainda mais o nível de ansiedade dos estudantes que, conectados em busca de resoluções rápidas para suas demandas em rede, têm cada vez menor seu tempo de concentração diante de questões de aprendizagem que requerem raciocínio elaborado.

Embora a plasticidade cognitiva das gerações conectadas corroborem para a ideia de que os adolescentes tendem a pensar de maneira mais veloz e randomizada, o ensino

e aprendizagem se baseiam em competências neurais cujas práticas críticas e suas capacidades de análise, argumentação e, conseqüentemente, comunicação do aprendizado requer tempo maior de exposição ao conteúdo ensinado.

Diante disso, parafraseio Paulo Freire: mesmo que os “influenciadores e tiktokers pratiquem a pedagogia do, um minuto, não se aprende, tampouco se torna um *especialista* em língua nacional ou estrangeira assistindo uma vídeo de quinze a sessenta segundos, numa tarde de terça-feira.

Todavia, se olharmos por outro ângulo, aquele onde a realidade demonstra serem necessárias reorganizações pedagógicas na forma de se trabalhar com ensino de línguas na escola básica, viremos que os estudantes que dela participam estão imersos na cultura, escrita e discurso digitais e, realizam leituras, escritas e interações por meio de práticas de aprendizagens *on-line* diferenciadas das até então realizadas na escola. (BARRETO, 2013, p. 07).

Nesse contexto, A BNCC aponta para real necessidade da escola se apropriar das tecnologias digitais de informação e comunicação — TDICs — porque os estudantes se relacionam com textos “cada vez mais multissemióticos e multimidiáticos”, portanto, “novas formas de produzir, de configurar, de disponibilizar, de replicar de interagir” (BRASIL, 2017, p. 70).

Talvez mais importante do que as minúcias nas reformulações das práticas de ensino usando os aplicativos de redes sociais, é considerar o TitTok como algo grandioso, uma vez que um número considerado de estudantes tem se aprendizado complementado por pesquisa em sites, aplicativos e/ou plataforma de ensino conectados por dispositivos móveis.

Em outras palavras, é preciso considerar os @ — influenciadores e produtores de conteúdo do Tiktok como parceiros à distância — considerando que o serviço educacional por eles prestado atinge particularmente a audiência num horário que a escola não consegue atender. Isso ocorre certamente devida a acentuada diferença de preparo dos professores para atuarem com esse público que, na prática, já está habituado a realizar leituras e escritas digitais dentro e fora da sala de aula, fazendo uso constante da rede de

computadores, por variados dispositivos móveis que os acompanham desde cedo (BARRETO, 2013, p. 07).

A geração “TikToker” aprendeu saltar de uma tela a outra num clique para se conectar a assuntos ou temas desejados, fazendo do produtor de conteúdo um *especialista* em dicas rápidas para não perder a atenção do usuário. Por outro lado, há especialistas que consideram essa prática problemática, uma vez que “a troca rápida entre aplicativos diferentes tende a tornar a interação do ser humano com o computador menos produtiva em termos de qualidade e quantidade do que produz” (NEWPORT, 2019, p. 229).

Para outros, essa prática beira o extremismo. Os smartphones são ferramentas indispensáveis à aprendizagem, visto que ele conecta os usuários a múltiplas plataformas e aplicativos de redes sociais, onde conteúdos são produzidos diariamente.

De acordo com Berger (2020), uma das maneiras de se manter no “jogo” é se fazer notável. “Falar de coisas notáveis proporciona moeda social [...] O desejo de aprovação social é uma motivação humana fundamental” (BERGER, 2020, p. 44). Cabe, portanto, à escola a tarefa de informar estudantes quais fontes — perfis — valem a pena seguir.

2. A moeda social do TikTok: escassez e exclusividade

Há séculos o filósofo Francis Bacon (1561 – 1626), defendia que todo conhecimento deve vir essencialmente da experiência sensorial. Portanto, “conhecimento é poder” Bacon (1561 – 1626). Nesta senda, é visível que, para além da dancinha com fundo musical, o TikTok permite que seus criadores de conteúdos mostrem à sua audiência o quão “conhecedores” eles são sobre o tema compartilhado, criando assim,

Escassez e exclusividade impulsionam a boca por fazer as pessoas se sentirem privilegiadas. Saber determinada informação ou estar conectado com pessoas que sabem [...] ter conhecimento privilegiado é moeda social. [...] fazer com que as pessoas sintam-se privilegiadas pode beneficiar todos os tipos de produtos e ideias (BERGER, 2020, p.p. 59 – 60).

As produções de conteúdo relacionados ao ensino de línguas no TikTok, lidam de algum modo com o interesse subliminar daqueles que, por alguma motivação pessoal ou profissional, buscam de maneira imediata a resolução de uma demanda de aprendizagem.

Dai surge outra questão: como os Tiktokers geram escassez para o ensino de línguas? Para descobrir e compreender possível resposta, acessamos vários @ do Tiktok que também estão vinculados a Instagram.

Conforme ia vendo os conteúdos sendo explicados de maneira rápida, acompanhados de dancinhas cuja coreografia beira a desordem da coordenação motora, quando relacionada à música de fundo; vi que as informações veem de maneira sintetizada.

Os Tiktokers: **@erivaldo**, **@gramaticacomjulia**, **@tecnicaparaconcursos**, **@AnaCarolinaSiqueira** entre outros oferecem, através da pedagogia do, um minuto, dicas de língua portuguesa a milhões de seguidores, os quais, no que lhe concerne, validam tais atuações linguísticas através de curtidas e comentários.

A escola de alguma maneira tenha ensinado tais conteúdos nas aulas de língua portuguesa desde as séries iniciais, se chega à escola falando português; estes “produtos linguísticos” envolvidos num pacote multissemiótico — dancinha e música *trend* —, com caráter de escassez e exclusividade, atrai milhares de seguidores.

Dessa forma, Bergeg (2020) afirma: “quando conversamos com os outros, não estamos apenas passando informação, também estamos dizendo algo sobre nós mesmos” (BERGER, 2020, p. 69). O digital reinventa os modos como os sujeitos criaram vínculos com os seus iguais dentro e fora da comunidade escolar. Assim, os TikTokers da língua portuguesa, especialmente de gramática descontextualizada, se fazem “autoridades” gramatigueiras para seus seguidores.

Os Tiktokers numa metáfora no sentido real de professores, deslocando conexões virtuais mediadas por redes de aprendizagens, oferecem dicas de língua e estabelecem maneiras “divertidas” à prática e uso das regras de gramática.

A relação tecnologia e ensino só é possível se considerarmos os sentidos da metáfora do digital no processo educacional, deslocando o sentido de uma necessidade de adequação do digital ao educacional ou do educacional ao digital, para a historicização dos sentidos e dos sujeitos, construção da história dos sentidos na qual há deslocamento tanto do digital quanto do processo educacional, enquanto trabalham no entremédio dos dois discursos. DIAS, 2018, p. 137)

Para entender essa relação das tecnologias digitais e ensino é fundamental que se tenha em consideração a variabilidade de linguagens, ou seja, os aplicativos de redes sociais oferece aos estudantes visão sociossemiótica da comunicação. No TikTok tanto para quem produz conteúdos quanto para que os consomem, há exigências de habilidades de leitura e interação que somente aqueles com *background* de múltiplas linguagens e semioses se apropriam das interfaces colaborativas presentes nos multimodalidades da rede.

A próxima geração de ambientes de aprendizagem interativos adiciona imagens visuais e sons e vídeos, além de animação, tornando muito prático quando a velocidade e a capacidade de armazenamento para acomodar estes significados densos de informação tipológica. (LEMKE, 2010, p. 472).

O mais frequente nos Tiktors de língua portuguesa é a apropriação de lições isoladas de gramática, nas quais se notam uma “erudição fabricada”, ou seja, os influencers desse redes sociais gravam vídeos curtos — *shorts vídeos* — e os compartilham de forma despedaçada para que audiência visualize e, às vezes, comente e, com isso, faz com que o conteúdo seja lembrado como útil em algum momento.

Considerações em um minuto

Nesse contexto de velocidade e encurtamento do conhecimento, considero que a gramática “ensinada” por estes @s, acompanhada de uma dancinha e fundo musical com a *trend* da rede, se constitui numa estratégia para que os seguidores fiquem presos num labirinto sem saída. Porque o “efeito de redução da língua a um universo regrado, chato e sem perspectiva ou sem horizontes. A gramática funciona como metáfora da língua, no lugar desta” (CELADA, 2013, p. 9), para entender a lógica dessa prática de criação e compartilhamento de conteúdo gramaticais da língua portuguesa, necessitamos repensar o que chamamos de aprendizagem de gramática, visto que na sala de aula, os professores reproduzem *ipsis às palavras* o conteúdo do livro didático.

Os Tiktokers se apropriam dos protocolos multimodais do discurso digital — dancinha com a música *trend*, expressões faciais, etc. — da rede social para reproduzem engajadamente pontos específicos da gramática, os quais foram suscitados pela audiência através da caixinha de perguntas disponibilizada no perfil.

A partir de estas colocações, Marie-Anne Paveau (2021) a "descrição e análise do funcionamento das produções linguageiras nativas da internet, particularmente da web 2.0, em seus ambientes de produção, mobilizando igualmente os recursos linguageiros e não linguageiros dos enunciados elaborados" (PAVEAU, 2021, p. 57).

Diante desse contexto, é significativo dizer que o ensino de línguas na escola básica é carregado de eventos policiaescos, isto é, a língua é descontextualizada da realidade, mantendo-se fiel às regras da gramática e não menos importante, à crença do professor de que a regra da gramatical deve ser memorizada a ponto de se saber de cor todos os tempos e modos verbais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRETO, Pereira Robério. **“Weblogs e as práticas internacionais de escrita: webletramentos.”** Salvador, 30 de agosto de 2013.
- BARRETO, Pereira Robério. **De fora para dentro: memes e as práticas multimodalidades na sala de aula de língua portuguesa.** in: Antropologia do visual: visão crítica da realidade sociocultural 2. PURIFICAÇÃO, M. Marcelo; BORGES, J. Angélica de Melo; SOUZA, Felipe Silva Lopes de. (org.) Ponta Grossa - PR, 2022, p. 34-55
- BERGER, Jonah. **Contágio.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.
- BRASIL, Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular.** Brasília: MEC, 2017.
- CELADA, Maria Teresa. **"Aqui há língua" no processo de ressignificar as práticas de ensino (a modo prefácio).** Em *Espanhol como língua estrangeira: reflexões teóricas e propostas didáticas*, por Odair Luiz NADIN e Viviane Cristina Poletto LUGLI, 7-20. Campinas -SP: Mercado Aberto, 2013.
- DIAS, CRISTIANE. **Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo.** Campinas, SP: Pontes Editora, 2018.
- LEMKE, J. L. **“Letramento metamidiático: transformando significados e mídias.”** www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-18132010000200009&script=sciarttext. 07 de julho de 2015. www.scielo.br (acesso em 07 de 2022 de 2007).
- NEWPORT, Cal. **Minimalismo digital: para uma vida profunda em um mundo superficial.** Rio de Janeiro: Alfa Books, 2019.
- PAVEAU, Marie-Anne. **Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas.** campinas: Pontes, 2021.
- WALKER-STOKEL, Cris. **TikTok boom : um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais.** Rio de Janeiro : Intrínseca, 2022.

SOBRE O AUTOR/ A AUTORA:

1 Professor titular da Universidade do Estado da Bahia — UNEB — Campus V — Departamento de Ciências Humanas — Colegiado de Letras — Língua e Literaturas de Língua espanhola. Santo Antônio de Jesus — BA, Bahia, Brasil. Doutor em Educação – UFBA, Mestre em Educação e Contemporaneidade – UNEB – Especialista em Metodologias do Ensino de Línguas Estrangeiras – UNEMAT, Graduado em Letras Português, Inglês, Espanhol e suas respectivas literaturas – UNEMAT. Coordenador do Grupo de Estudos em Letramentos e Linguagens e Mídias em Ambientes digitais — GELLMAD. Endereços eletrônicos: jpgbarreto@gmail.com; rpbarreto@uneb.br