



Processos de estilização nas redes sociais: análise de tweets e memes

Anna C. Bentes, Inês Etulain*

Resumo

Essa apresentação tem como objetivo geral analisar o trabalho estilístico que se observa em tweets postados nas diferentes redes sociais. Para tanto discutimos, em um primeiro momento, as relações entre processos de estilização, formação de registros e construção de identidades sociais. Além disso, consideramos que os tweets que fazem parte de nosso corpus se encaixam na esfera híbrida entre a publicidade e o entretenimento (LUHMANN, 2005). Em nossas análises, conseguimos postular três identidades sociais projetadas que mobilizam diferentes recursos linguísticos, textuais-discursivos e/ou multissemióticos para essa caracterização identitária que parece estar na base da produção dos tweets analisados, produção esta que ocorre na fronteira entre os campos da publicidade e do entretenimento.

Palavras-chave:

estilização, tweets, identidade social.

Introdução

Nosso interesse em pesquisar certos aspectos das práticas de linguagem performatizadas no interior de plataformas digitais tais como o Twitter e o Facebook está relacionado a nossas vivências e proximidades com as chamadas redes sociais.

Temos observado que as postagens nesses espaços se caracterizam por mostrar um certo tipo de trabalho sobre a linguagem que necessariamente apresenta determinadas intencionalidades. Nossa tarefa, então, seria a de tentar explicar aspectos desse trabalho sobre a linguagem que são, a nosso ver, de natureza estilística e que se constituem na relação com a elaboração de registros discursivos típicos de certas práticas de linguagem no interior das redes sociais. Além disso, pretendemos analisar as intencionalidades que permeiam esse trabalho de elaboração de estilos linguísticos e registros discursivos nessas plataformas.

Resultados e Discussão

Coletamos um *corpus* de seis perfis do *Twitter* (@vinidoque; @milhonara; @rbellemdesigner; @fodasemeuamigo; @wwwmlna; @oMeiaUm), cuja repercussão de postagens acontece de maneira diferente para cada um, atingindo públicos-alvos diferentes. Conseguimos identificar em diferentes postagens, diferentes formas de estilização da linguagem a partir de recursos semióticos, semânticos ou textuais-discursivos que são mobilizados pelos autores com determinadas intencionalidades. O que identificamos a partir dessa análise foram diferentes identidades sociais projetadas em cada *tweet* que se formam a partir de determinadas ações semióticas, semânticas ou textuais-discursivas.

Identificamos três identidades sociais projetadas nos *tweets* que analisamos, sendo cada uma delas independente dos recursos mobilizados pelos autores. A primeira, chamamos de “esclarecida”, que identificamos a partir de uma construção que coloca o autor do *tweet* em uma posição de esclarecimento, trazendo alguma posição crítica por meio do humor, independentemente de qual posição estamos falando. Além disso, identificamos a identidade chamada “moralista”, que é

muito semelhante à “esclarecida”, mas, além de trazer um posicionamento político por meio do humor, também coloca em jogo um contraste entre o autor, que, a partir de seu posicionamento, impõe uma função a um terceiro indivíduo que é caracterizado como “burro”, ou ignorante no tema do *tweet*. Por fim, a última identidade que postulamos é a “descolada”, que se caracteriza por não necessariamente apresentar um posicionamento político, mas sim construir um humor mais lúdico com a ideia de que o interlocutor se identifique com o que está sendo dito.

Além disso, conseguimos observar alguns recursos específicos que são manipulados para produzir identidades específicas, dentre eles, retextualização, quebra de expectativa e manipulação de recursos semióticos ou da escrita (como emojis ou o tamanho das letras). Diferentes recursos são identificáveis em todos os perfis analisados por nós, e os diferentes recursos são utilizados com diferentes intencionalidades para que se projetem identidades específicas.

Conclusões

A partir de nossa análise, podemos identificar com clareza que a mobilização de recursos semânticos, semióticos ou textual-discursivos são relevantes para que se projete no *tweet* uma identidade social específica. Mesmo assim, pode-se perceber também que determinada ação discursiva não repercute necessariamente em uma identidade social singular, mas há possibilidade de uma mesma ação resultar em uma projeção identitária diferente quando manipulada em um contexto diferente, e o contrário também. O autor do *tweet* nesse caso não é simplesmente passivo nessa produção, pelo contrário: ele é capaz de compreender o processo estilístico o suficiente para saber utilizá-lo para causar um efeito de sentido específico que lhe é desejado, mesmo que ele não tenha consciência do processo de estilização em si.

LUHMANN, Niklas. (2005) *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, Brasil, n. 3, p. 83-93.