

O outro no Twitter: considerações sobre a interlocução virtual¹

Juliana de Mello Chagas Lima²

Renato Essenfelder Abrahão Filho³

Universidade Estadual de Maringá (UEM)

Universidade de São Paulo (USP)

Resumo

Como se constrói a subjetividade dos usuários do popular serviço de microblog Twitter, considerando a dificuldade de materializar a figura dos interlocutores dos discursos veiculados nesse ambiente virtual? Discutindo pressupostos da Filosofia da Linguagem (expressos por Bakhtin), articulados com conceitos da Análise do Discurso, da Semiótica, da Linguística e da Sociologia, este trabalho procura apontar caminhos para futuras investigações no campo da construção de identidades e de papéis sociais por usuários do website. Os autores buscam revalidar noções de Bakhtin da primeira metade do século XX e demonstrar a sua atualidade para a análise de sistemas interativos articulados sobre ferramentas tecnológicas modernas, mas que não fogem ao princípio básico do dialogismo da linguagem

Palavras-chave

Twitter; Redes Sociais; Comunidades Virtuais; Análise do Discurso; Linguística

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Redes sociais, identidade e sociabilidade”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Jornalista (UFPR) e especialista em Marketing (FGV). Aluna especial do mestrado em Letras da UEM. Já atuou como redatora e revisora em diversas agências de comunicação do Paraná. É professora de Comunicação (Unifamma) e Marketing (Faculdade America do Sul), em Maringá. E-mail: juchagaslima@gmail.com

³ Jornalista da Folha de S.Paulo, formado pela UFPR, mestre em Língua Portuguesa (PUC-SP) e doutorando em Ciências da Comunicação (USP). É professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, em São Paulo. E-mail: renatofilho@usp.br

*RT @Bakhtin: Toda enunciação, mesmo na forma imobilizada da escrita, é uma resposta a alguma coisa e é constituída como tal. Não passa de um elo da cadeia dos atos de fala.*⁴

“Todos os campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem”, pontua o filósofo da linguagem Mikhail Bakhtin em *Estética da Criação Verbal* (2003). A ideia não só segue contemporânea e instigante como ganha valor à medida que a escalada vertiginosa das tecnologias da informação e comunicação a partir da segunda metade do século XX levam a linguagem – verbal e não verbal, escrita, falada ou representada por imagens – a pontos cada vez mais distantes geograficamente, com velocidade cada vez maior.

Se em 1865 a notícia da morte de Abraham Lincoln levou 13 dias para cruzar o Atlântico e chegar à Inglaterra – duração de uma viagem de navio à época – hoje estamos progressivamente imersos na cultura do *tempo real*: a televisão transmite imagens com atraso de milésimos de segundos de corridas de Fórmula 1 em lugares tão distantes como Dubai e São Paulo, e a quebra de um banco nos Estados Unidos pode derrubar imediata e simultaneamente todas as grandes Bolsas de Valores do planeta, liquefazendo, em segundos, fortunas.

Nas últimas décadas, em especial, a necessidade da presença física humana em dimensões como o trabalho e a vida social foi relativizada. A interação social se dá também pelo meio digital, crescentemente, proporcionando novos usos para a linguagem – modulada por gírias verbais e visuais (como *emoticons*), imagens estáticas ou em movimento, sons.

Mudam os usos, mas não as características fundamentais da linguagem enquanto elemento chave, fundador, do pensamento humano, marcada pela noção do dialogismo, preconizada por Bakhtin (2003), segundo a qual “O enunciado está repleto dos ecos e lembranças de outros enunciados, aos quais está vinculado no interior de uma esfera comum da comunicação verbal. (...) como uma resposta a enunciados anteriores” (2003, p. 316).

⁴ A forma heterodoxa de citação adotada nesta epígrafe faz referência à forma de citação de frases empregada por usuários do Twitter: inserir o símbolo @ antes do nome de um usuário. Concomitantemente, esta citação do filósofo russo tem menos de 140 caracteres, correspondendo, assim, ao formato de mensagens publicadas no *web site*. A frase foi retirada de Bakhtin, 2003, p. 272.

Neste trabalho, aplicamos essas e outras noções de Bakhtin, aliadas a questionamentos de pensadores da Análise do Discurso, da Sociologia e da Lingüística Textual, para buscar compreender melhor o fenômeno da constituição do sujeito no microblog Twitter – em que mensagens de até 140 caracteres são distribuídas amplamente, para uma audiência incontrolável. Segundo o princípio dialógico da linguagem, convém perguntar a quem são escritas as mensagens, ou seja, que enunciatário (ou co-enunciador, segundo acepção de Maingueneau, 2004, que valoriza o papel ativo do leitor/ouvinte/espectador na produção e decifração de discursos) o enunciador tem em mente ao compor uma mensagem de trânsito indistinto.

O Twitter, site que se tornou popular entre usuários jovens adultos do mundo todo – a idade média de seus usuários é de 26 anos, e o seu número de pessoas cadastradas já está na casa das dezenas de milhões⁵ – foi concebido no início da década de 90, por um programador de sistemas americano chamado Jack Dorsey. A princípio, a função do programa era o rastreamento de motoristas de táxi que, pelo envio de mensagens curtas, mantinham uma central informada sobre a sua situação ou localização. O uso “social” do serviço, aberto indistintamente, só foi implantado em 2006, quando a tecnologia foi adaptada para a internet.

Frequentemente descrito como um serviço de “microblog”, o Twitter tem pouco a ver com a real dinâmica dos blogs⁶. Cada texto publicado no Twitter deve ter no máximo 140 caracteres, medidos com espaços – nos quais podem ser incluídos links para fotos ou vídeos e outras páginas da internet – e é uma resposta à proposição primeira do serviço, que remontava ainda ao sistema de rastreamento de taxistas: “O que você está fazendo?”.

Em 2009, a empresa procurou se reposicionar como um radar de tendências, aproveitando sua base de dados de milhões de usuários. A questão principal do site passou, então, a ser “Veja o que as pessoas estão falando sobre...”, convidando usuários a explorar o caráter de medidor de mercado, opiniões e tendências do serviço.

⁵ Dados publicados pela revista Época, nº 565, em 16 de março de 2009.

⁶ “Um weblog ou um blog é um registro publicado na internet relativo a algum assunto organizado cronologicamente – como um histórico ou diário.” CIPRIANI, 2006.

Ao contrário de um blog, nos quais os textos (posts) publicados têm extensões variadas e permitem comentários logo na sequência do texto, no Twitter a dinâmica de interação é bastante peculiar.

Ao se cadastrar no serviço, cada usuário – enunciador – recebe um espaço virtual (uma “página”) próprio, no qual publica seus textos e visualiza textos publicados por outros enunciadores, previamente selecionados por ele – no jargão do sistema, uma pessoa “segue” e tem “seguidores” de outras. Da mesma forma, cada texto publicado por um enunciador qualquer é recebido e apresentado na homepage dos interlocutores que escolheram “seguir-lo”.

Assim, todos os participantes do Twitter são, potencial e simultaneamente, enunciadores e co-enunciadores. Além disso, o formato do serviço permite que haja resposta, citação ou referência a um outro emissor. Exatamente por esse motivo, o Twitter já foi descrito por alguns de seus usuários como “um confessionário em praça pública”, ou mesmo “uma forma de liberdade de expressão, em que você fala, quem quer ouvir escuta e compartilha. Quem não quer não ouve e não censura” e, de forma sarcástica, como um “pátio de hospício: cada um falando ‘sozinho’, e eventualmente alguém responde”.⁷

Comentários como esses e a dinâmica peculiar do sistema de citações e tréplicas nos levam a um questionamento sobre a maneira pela qual se configura o outro, o interlocutor, num sistema de comunicação virtual que alia regras rígidas de forma (que, como sabemos através dos estudos de Análise do Discurso de variadas correntes, condiciona e é condicionada pelo conteúdo) aliadas ao completo descontrole da circulação dos discursos.

2. A interação verbal no Twitter

⁷ As definições apresentadas foram publicadas no documentário e livro eletrônico Tudo o que Você Precisa Aprender Sobre o Twitter (você já aprendeu em uma mesa de bar), de autoria do historiador e autor de blogs Juliano Spyer, 2009. Essas definições foram coletadas pelo autor entre mensagens publicadas por usuários serviço.

Por décadas o papel do leitor nos estudos da linguagem foi restrito ao de um receptor passivo, cuja única função seria a de decifrar o conteúdo estável de um enunciado cujo sentido só poderia ser atribuído pelo enunciador-criador (a pessoa que fala ou escreve). Segundo tal corrente, bastaria conhecimento lingüístico e gramatical para chegar à verdade do enunciado (cf. Maingueneau, 2004, p. 19-21). Atualmente, as pesquisas lingüísticas demonstram que os enunciados não podem mais ser tomados fora de seus contextos de uso, pois não possuem sentido fixo:

A pessoa que interpreta o enunciado reconstrói seu sentido a partir de indicações presentes no enunciado produzido, mas nada garante que o que ela reconstrói coincida com as representações do enunciador. Compreender um enunciado não é somente referir-se a uma gramática e a um dicionário, é mobilizar saberes muito diversos. (...) Certamente isso não quer dizer que as unidades lexicais de uma seqüência verbal não signifiquem nada, nem que suas relações deixem de orientar de maneira decisiva a interpretação. O que se quer dizer é que, fora de contexto, não podemos falar realmente do sentido de um enunciado, mas, na melhor das hipóteses, de coerções para que um sentido seja atribuído à seqüência verbal proferida em uma situação particular. (2004, p. 20)

Cortina (2000) e Bertrand (2003) ressaltam também o caráter ativo da leitura, ação do sujeito leitor. Para o primeiro, “a leitura também pressupõe a ação de um sujeito sobre o texto lido, na medida em que ele construirá seu texto interpretativo a partir do confronto de seu conhecimento, dimensão cognitiva, sobre o fazer do outro.” (Cortina, 2000, p. 4). Bertrand completa reiterando que “o leitor, ao ler, atualiza o texto e seu sentido, de acordo ou não com suas expectativas ou previsões advindas de sua competência lingüística e cultural”. (2003, p. 413).

Convém reforçar que a ação do leitor sobre o texto não se dá somente no momento da leitura, mas sim desde a etapa de geração da obra (daí a possibilidade de estudar, a partir dos enunciados do Twitter – ou quaisquer outros – as marcas da subjetividade tanto do autor como do leitor pretendido e construído pela obra). Na metáfora de Bakhtin, a palavra é uma ponte que se apóia nos extremos da conversação. Que depende, portanto, da colaboração de ambos para não ruir

Essas noções bebem, aliás, diretamente na fonte do filósofo russo: antes dos estudos do círculo de Bakhtin, ao outro estava relegado somente o papel de ouvinte, agente que apenas tenta decifrar, passivamente, o que o falante diz. Em Vossler (apud BAKHTIN, 2003), por exemplo, a linguagem aparece como uma função expressiva: a expressão do mundo

individual do falante, como parte da necessidade do ser humano de se expressar. A função comunicativa da linguagem aparecia, portanto, bastante subestimada.

Contestando ainda ideias de Saussure, que representou esquematicamente os parceiros de uma comunicação como falante e ouvinte (mero receptor do discurso), Bakhtin afirma que essa noção, apesar de corresponder a momentos pontuais da realidade, transforma-se em “ficção científica” quando passa ao cenário real da comunicação discursiva.

“(…) o ouvinte, ao perceber e compreender o significado (linguístico) do discurso, ocupa simultaneamente em relação a ele uma ativa posição responsiva: concorda ou discorda dele (total ou parcialmente), completa-o, aplica-o, prepara para usá-lo, etc.; essa posição responsiva do ouvinte se forma ao longo de todo o processo de audição e compreensão desde o seu início, às vezes literalmente a partir da primeira palavra do falante. Toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativamente responsiva (embora o grau desse ativismo seja bastante diverso); toda compreensão é prenhe de resposta, e nessa ou naquela forma a gera obrigatoriamente: o ouvinte se torna falante.” (BAKHTIN, 2003, p. 271)

Assim, considera-se na atualidade que a compreensão passiva é na prática inexistente: ela somente acontece “como um momento abstrato da compreensão ativamente responsiva real e plena” (BAKHTIN, 2003, p. 271). O real participante de uma comunicação discursiva não é passivo, mas participa dessa ação comunicativa de modo ativo.

A resposta em voz alta, no entanto, nem sempre se dá de imediato: pode se realizar como uma ação ou mesmo permanecer como uma forma de compreensão responsiva silenciosa, uma compreensão responsiva de *efeito retardado*. Em algum momento posterior, aquilo que foi ouvido e ativamente entendido aparece, tanto como uma forma de resposta, nos discursos subsequentes ou no comportamento do ouvinte. (BAKHTIN, 2003, p. 272)

Considerando o Twitter como nosso objeto de análise, é possível verificar essas possibilidades de forma clara: um usuário publica um texto e ele pode ser respondido por outro usuário, tanto “em voz alta”, ou seja, publicando uma resposta ou citação à mensagem original, como por meio da incorporação da informação citada em seu próprio discurso, consciente ou inconscientemente, em uma aplicação prática do princípio dialógico da linguagem, produzindo ecos de outros discursos.

Para publicar uma resposta imediata a um texto no Twitter o usuário faz uma sinalização de resposta incluindo um símbolo @ e o nome do usuário antes de sua mensagem original. Essa sinalização serve tanto para que o locutor saiba que alguém está se dirigindo a

ele quanto para que outros usuários acompanhem esse diálogo, entendendo a nova publicação como uma resposta explícita a outro enunciado, como neste exemplo:

A usuária-locutora Maria123 publica em sua página o seguinte texto:

Maria123: Participar do Dia Mundial Sem Carro é um exemplo de cidadania. Caminhar para o trabalho é uma boa opção.

O usuário JoséSilva, que “segue” a usuária Maria123 e recebeu esse texto em sua página, publica mensagem em resposta, sinalizando o diálogo:

JoséSilva: @Maria123, se for caminhar, não se esqueça de levar o guarda-chuva!

É possível também citar ou fazer referência a alguém – o que se chama, no jargão do serviço, “*re-tweet*” ou, no termo abreviado, “retuitar”. A sinalização, nesse caso, é feita com a inclusão da sigla RT (*re-tweet*) e, novamente, o símbolo de @ e o nome do usuário citado. Nesse modelo de resposta, é possível emitir opinião, negar, aprovar ou mesmo apenas divulgar uma idéia a uma maior quantidade de usuários. Assim, novamente como exemplo, teríamos outro usuário, Claudio79, que também “segue” Maria123, mas que discorda da sua atitude em relação ao Dia Mundial sem Carro, emitindo sua opinião:

Claudio79: Besteira! RT @Maria123: Participar do Dia Mundial Sem Carro é um exemplo de cidadania. Caminhar para o trabalho é uma boa opção.

Já Jorge, que gostou da idéia de Maria123, escreve:

Jorge: Também vou! RT @Maria123: Participar do Dia Mundial Sem Carro é um exemplo de cidadania. Caminhar para o trabalho é uma boa opção.

A dinâmica do Twitter permite essa interação com rapidez. E é claro que outros assuntos, como notícias e manifestações políticas, se fazem presentes a todo momento na rede, onde as ideias atingem milhares de pessoas em segundos.

Ainda sobre a interação pelo Twitter, podemos destacar outra característica dessa dinâmica, que é o fato de, por serem enunciadores e co-enunciadores simultaneamente de uma miríade de discursos, os usuários adquirirem consciência da publicidade de seus textos, e dessa forma, estarem prontos para receber respostas ou comentários sobre eles, de todas as direções. Analisando essa dinâmica do ponto de vista bakhtiniano, a equação se mostra da seguinte forma, simplificada: quem diz ou escreve algo espera uma resposta ou uma reação ao que foi dito – seja uma concordância, um objeção ou a tomada de atitude por parte do “respondente”. Nada mais eficaz do que a velocidade do Twitter para permitir essa forma de interação de inúmeras maneiras.

A clara possibilidade de respostas, citações e incorporações de palavras alheias às próprias palavras oferecida pelo Twitter nos remete ao já citado conceito de dialogismo, fundamental na teoria de Bakhtin. Esse conceito considera a enunciação monológica uma abstração – o enunciado é, sempre, uma resposta a outro enunciado.

“Toda enunciação, mesmo na forma imobilizada da escrita, é uma resposta a alguma coisa e é constituída como tal. Não passa de um elo da cadeia dos atos de fala. Toda inscrição prolonga aquelas que a precederam, trava uma polêmica com elas, conta com as reações ativas da compreensão, antecipa-as. Cada inscrição constitui uma parte inalienável da ciência ou da literatura ou da vida política. Uma inscrição, como toda enunciação monológica, é produzida para ser compreendida, é orientada para uma leitura no contexto da vida científica ou da realidade literária do momento, isto é, no contexto do processo ideológico do qual ela é parte integrante.” (BAKHTIN, 2003, p. 272)

É baseada nesse conceito que GARCEZ (1998) fundamenta sua análise sobre os papéis do outro em um processo de comunicação, ao afirmar que o outro é “o fornecedor de matéria-prima do discurso: qualquer discurso tem na sua origem outras palavras e outras vozes que não apenas a do locutor” (1998, p. 62).

A autora apresenta ainda uma segunda proposta em relação ao papel do outro: a de que ele permite a constituição do “eu” como enunciador e a compreensão de sua própria enunciação, a partir da possibilidade de compreensão do outro. Essa constatação deriva dos conceitos de Vygotsky (apud GARCEZ, 1998, p. 55), que postulam que o desenvolvimento do pensamento de um indivíduo tanto é determinado pela linguagem, ou seja, pelos instrumentos linguísticos do pensamento, quanto pela sua experiência sociocultural. Isso significa, por exemplo, que a criança, em seu desenvolvimento, passa por processos de

reconstrução interna de operações externas, a chamada *internalização*. (VYGOTSKY, 1988, p. 63)

Por isso, é possível constatar o papel fundamental do interlocutor nesse processo de reconstrução, de internalização, pois, como explica Baquero (2001, p. 38): “(...) a linguagem aparece orientada centralmente para ‘outro’, mas seu poderoso efeito na formação subjetiva e no desenvolvimento cognitivo está em sua propriedade de poder orientar-se, por sua vez, para o próprio sujeito, para si mesmo”.

Bakhtin, por sua vez, destaca o caráter sociológico da língua, salientando que “o ato de fala não pode de forma alguma ser considerado como individual no sentido estrito do termo; não pode ser explicado a partir das condições psicofisiológicas do sujeito falante. A enunciação é de natureza social” (BAKHTIN, 1992, p. 109).

Assim, considerando o papel ativo do parceiro do falante no processo de comunicação discursiva, o outro se torna parceiro no diálogo, determinando a sua configuração. Por isso, a forma e o estilo da enunciação são determinados pela situação e os participantes mais imediatos dela.

“Ao falar, sempre levo em conta o fundo aperceptível da percepção do meu discurso pelo destinatário: até que ponto ele está a par da situação, dispõe de conhecimentos especiais de um dado campo cultural da comunicação; levo em conta as suas concepções e convicções, os seus preconceitos (do meu ponto de vista), as suas simpatias e antipatias – tudo isso irá determinar a ativa compreensão responsiva do meu enunciado por ele. Essa consideração irá determinar também a escolha do gênero do enunciado e a escolha dos procedimentos composicionais e, por último, dos meios lingüísticos, isto é, o *estilo* do enunciado.” (BAKHTIN, 2003, p. 302)

Determinação do interlocutor no Twitter

A partir da ideia de que é o outro que vai determinar as escolhas discursivas de um texto, é lícito afirmar então que o enunciado tem sempre um autor e um destinatário definidos, é sempre endereçado a alguém, direcionado a um “ouvinte”:

“A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor: variará se se tratar de uma pessoa do mesmo grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços mais ou menos estreitos.” (BAKHTIN, 1992, p. 112)

No caso de nosso objeto de estudo, o Twitter, surge o impasse. Se cada mensagem é pública dentro de um sistema (aparece na homepage de meus “seguidores”, mas também pode ser visualizada através de uma busca por qualquer pessoa “não seguidora”), a quem ela está endereçada? Bakhtin explica que não pode haver interlocutor abstrato, pois não haveria nem compreensão nem linguagem comum com esse interlocutor. Mas, ao mesmo tempo, se um texto pode ser compreendido nesse sistema, é porque está estruturado por uma forma que possibilite sua compreensão. Essa dinâmica é explicada por Bakhtin (2003): quando não há um interlocutor real em uma enunciação, o locutor pode substituí-lo pelo representante médio do grupo social ao qual pertence. Assim, o outro de que estamos falando ao abordar os textos do Twitter faz parte dessa representação:

“Esse destinatário pode ser um participante-interlocutor direto do diálogo cotidiano, pode ser uma coletividade diferenciada de especialistas de algum campo especial da comunicação cultural, pode ser um público mais ou menos diferenciado, um povo, os contemporâneos, os correligionários, os adversários e inimigos, o subordinado, o chefe, um inferior, um superior, uma pessoa íntima, um estranho, etc.; ele também pode ser um *outro* totalmente indefinido, não concretizado (em toda sorte de enunciados monológicos de tipo emocional)”. (BAKHTIN, 2003, p.301)

É possível, portanto, concluir que o locutor, ao escrever um texto, tenha como referência uma figura virtual, que faz parte de um quadro maior do que aquele imediatamente perceptível. Do ponto de vista social, em que diversas relações se constituem por meio do diálogo, Bakhtin apresenta o conceito de um “supradestinatário”:

“Todo enunciado tem sempre um destinatário, cuja compreensão responsiva o autor da obra de discurso procura e antecipa. Ele é o segundo. Contudo, além desse destinatário (segundo), o autor do enunciado propõe, com maior ou menor consciência, um supradestinatário superior (o terceiro) (...) é o elemento constitutivo do enunciado total, que numa análise mais profunda pode ser nele descoberto.” (BAKHTIN, 2003, p. 333).

No caso de uma rede social, é necessário estudar, com amparo da Análise do Discurso, quem seria ou quem seriam os “supradestinatários” nesse contexto, além de considerar de que forma esse sujeito está se constituindo como indivíduo em um ambiente que é um mediador para diferentes níveis de relação.

No Twitter, é possível, para o falante, constituir-se como sujeito perante indivíduos que vão desde aqueles que fazem parte do seu convívio real – como, muitas vezes, uma

pessoa que está presente e a poucos metros dele, ou mesmo no computador ao lado –, até os que estão distantes geograficamente, mas se aproximam valendo-se das facilidades propiciadas pelas tecnologia de comunicação – como um artista de televisão ou ídolos culturais diversos. Na constituição do sujeito entra em cena também a interação nas relações com possíveis empregadores ou clientes – já que as redes sociais têm se tornado, cada vez mais, cenário de manifestação não só do campo pessoal do indivíduo, mas de relações relacionadas ao mundo do trabalho. Como o locutor se comporta ao falar para uma audiência tão diversa? Que características travestem os enunciados quando o indivíduo considera a variedade de interlocutores aos quais fala – de ex-namorados a futuros patrões?

Em primeiro lugar, é importante salientar que a divisão pura e simples entre mundo real e mundo virtual tem sido questionada, a partir de diferentes perspectivas, por diversos filósofos que se ocuparam do tema nos últimos anos. Para Deleuze, “o virtual possui uma plena realidade, enquanto virtual” (cf. 2006). Levy considera que há uma oposição “fácil e enganosa” entre real e virtual:

“No uso corrente, a palavra virtual é empregada com frequência para significar a pura e simples ausência de existência, a “realidade” supondo uma efetuação material, uma presença tangível. O real seria da ordem do tenho, enquanto o virtual seria da ordem do terás, ou da ilusão, o que permite geralmente o uso de uma ironia fácil para evocar as diversas formas de virtualização” . (1996, p. 15)

Assim, não é surpresa que as relações discursivas construídas no “mundo virtual” do Twitter conservem as suas características do “mundo real” – trata-se apenas, afinal, de mais um papel social exercido pelo enunciador, cujos discursos variam não apenas de acordo com a matéria em que se manifestam – os fótons da tela do computador ou o som transmitido pelo telefone, pela voz, expresso na tinta de canetas e quadros. O conjunto desses discursos permite configurar uma ideologia, conforme Baccega:

Na palavra está a manifestação do sistema de valores, da ideologia, constituída e em constituição. (...) Os discursos vão, portanto, materializar as “visões de mundo” das diferentes classes sociais, com seus interesses antagônicos, os quais se manifestam através de um estoque de palavras e de regras combinatórias que constituem a maneira de uma determinada classe social pensar o mundo num determinado momento histórico: são as várias formações

ideológicas correspondentes às várias formações discursivas. (...) O indivíduo/sujeito, embora pertencendo a uma classe social, a um grupo, está rodeado das formações discursivas de toda a sociedade. São essas formações discursivas que “regem” seus comportamentos no cotidiano, suas atividades, procurando moldá-las. Sua reelaboração desses discursos o encaminham no sentido da reprodução/conservação e/ou no sentido da transformação/mudança. (1995, p. 49; 52;55)

Segundo a autora, “as falas emitem, na verdade, predominantemente, discursos de máscara impostos pela sociedade. São as máscaras ditadas pela ideologia. Ao falar, o indivíduo leva em consideração o que se pode ou não se pode dizer (...) é a sociedade das aparências” (1995, p. 40-41).

A ideia de discursos de máscara ecoa a proposição de “face sociais” introduzida por Goffman, que, no campo da sociologia, alertou para o fato de que todas as pessoas (incluindo aí os enunciadores do Twitter) criam representações de si e dos outros, as quais gostariam de ver publicamente aceitas e endossadas. Na vida em sociedade, portanto, todos querem preservar sua *face negativa*, seu território íntimo, potencialmente comprometedor, e valorizar sua *face positiva*, a qualidade de sua própria imagem construída e em tese refletida por seu comportamento e atos de fala. Sobre o fenômeno, diz o pesquisador:

Subjacente a toda interação social parece haver uma dialética fundamental. Quando um indivíduo se apresenta a outros, desejará descobrir os fatos da situação. Se possuir esta informação, poderá saber, e levar em consideração, o que irá acontecer, e dar às pessoas presentes o que lhes é devido, de modo coerente com seu interesse próprio assim esclarecido. (...) Em resumo, como a realidade em que o indivíduo está interessado não é percebida no momento, em seu lugar terá de confiar nas aparências. paradoxalmente, quanto mais o indivíduo se interessa pela realidade inacessível à percepção, tanto mais tem de concentrar a atenção nas aparências. (Goffman, 1974, p. 228)

Nesse contexto, é diante do “supradestinatório” postulado por Bakhtin como elemento constitutivo do enunciado total que o autor de posts no Twitter deverá posicionar a sua *face*. Ou seja, diante de um ente coletivo, o auditório que se estabelece nas relações sociais do indivíduo dentro dessa rede social virtual. Também é possível pensar que o Twitter nos apresenta uma forma alternativa de constituição de sujeito e, como consequência, de suas relações – forma essa que também, possivelmente, esteja ainda em constituição e certamente demanda a realização de novos estudos em profundidade, incluindo estudos específicos de caso.

3. Considerações finais

A novíssima rede social Twitter, que estreou na internet em 2006, tem ganhado espaço rapidamente como mais uma dimensão de sociabilidade – e do exercício de papéis sociais. Esse ambiente, contudo, é marcado por características peculiares: a limitação física das mensagens postadas, que só podem possuir até 140 caracteres, a demanda de acesso à internet, a circulação ampla de discursos por co-enunciadores conhecidos e desconhecidos, com diferentes graus de intimidade. Essas características moldam o tipo de subjetividade presente nos discursos distribuídos pelo serviço.

Pretendemos oferecer subsídios, neste trabalho, para que pesquisadores se lancem à aventura de compreender melhor esses fenômenos considerando aplicações práticas e estudos de caso usando ferramentas da Semiótica e da Análise do Discurso para apontar o perfil de autores modelo e de leitores modelo (conceitos postulados por Eco, 2000, 2001 e 2002) presentes nos enunciados em questão e de que maneira estes se aproximam ou distanciam dos elementos discursivos presentes em blogs, jornais, conversações telefônicas, mediadas por webcams ou *in loco*.

O conceito de publicidade do discurso no Twitter é fundamental para compreendermos melhor o nível de linguagem e as aplicações do sistema, que caminha para se tornar uma das maiores rede sociais do mundo. Que tipo de rede social é essa, e como interagem seus usuários? Como se manifestam as preocupações de manutenção da face em um serviço que integra, numa comunidade, empregadores, namorados, colegas, amigos, parentes, desconhecidos? Não pretendemos nem de longe esgotar, em espaço tão curto, questões tão ricas, mas motivar a realização de novos estudos que contribuam para o avanço do saber nas pesquisas sobre redes sociais virtuais e subjetividades.

Referências

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1992.

BACCEGA, Maria Aparecida. *Palavra e discurso*. São Paulo: Ática, 1995.

BAQUERO, R. *Vygotsky e a aprendizagem escolar*. Porto Alegre: Artmed, 2001.

CIPRIANI, F. *Blog corporativo*. São Paulo: Novatec, 2006.

DELEUZE, Gilles. *Diferença e repetição*. São Paulo: Graal, 2006.

ECO, Umberto. *Os limites da interpretação*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

_____. *Interpretação e superinterpretação*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. *Lector in fabula*. São Paulo: Perspectiva, 2002

GARCEZ, L. H. C. *A escrita e o outro: os modos de participação na construção do texto*. Brasília: UNB, 1998.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Trad. Maria Cecília S. Raposo. Petrópolis: Vozes, 1974.

LEVY, Pierre. *O que é o virtual?* Paulo: Editora 34, 1996.

MAINGUENEAU, Dominique. *Pragmática para o discurso literário*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

_____. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1993

VYGOTSKY, L.S. *A formação social da mente*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1988.