



Universidade de Brasília - UnB
Instituto de Letras – IL
Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas – LIP
Programa de Pós-Graduação em Linguística – PPGL

O Eu e o Outro Online
Discurso, Poder e Identidade nas Redes Sociais

Ana Paula Melo Sylvestre – 11/0070003

Brasília, maio de 2013.



Universidade de Brasília - UnB
Instituto de Letras – IL
Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas – LIP
Programa de Pós-Graduação em Linguística – PPGL

O Eu e o Outro Online

Discurso, Poder e Identidade nas Redes Sociais

Ana Paula Melo Sylvestre – 11/0070003

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística, Departamento de Linguística, Português e Língua Clássicas, Instituto de Letras, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Linguística, área de concentração Linguagem e Sociedade.

Orientadora: *Professora Doutora Maria Luiza Monteiro Sales Coroa.*

Brasília, maio de 2013.

Ana Paula Melo Sylvestre

O Eu e o Outro *Online*:

Discurso, Poder e Identidade nas Redes Sociais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística, Departamento de Linguística, Português e Língua Clássicas, Instituto de Letras, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Linguística, área de concentração Linguagem e Sociedade, defendida e aprovada em 29 de maio de 2013, pela Banca Examinadora constituída pelos professores e professoras:

MARIA LUIZA MONTEIRO SALES COROA

Doutora, Universidade de Brasília (UnB) – Orientadora

ANTÔNIO CARLOS XAVIER

Doutor, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) – Membro Efetivo

DIONEY MOREIRA GOMES

Doutor, Universidade de Brasília (UnB) – Membro Efetivo

ANA ADELINA LÔPO RAMOS

Doutora, Universidade de Brasília (UnB) – Membro Suplente

*Ao grande amor da minha vida.
Pela grande coincidência de aparecer justo na minha vida.*

"Foi o tempo que dedicaste à tua rosa que a fez tão importante"

Antoine de Saint-Exupéry

Meu sincero agradecimento...

Acima de tudo a Deus, criador dos céus e da terra. Pelo dom da vida, e especialmente por tudo aquilo que recebi, que nunca mereci, e que jamais serei capaz de agradecer.

Ao amor da minha vida, Josué Terceiro, pelas revisões, pela inspiração, pela cumplicidade, e pelo colo aconchegante que nunca me deixou desistir.

À minha família, pelo amor incondicional e pelo incentivo e torcida em todo o tempo.

Aos amigos queridos, pelos momentos de descontração, que afastam o estresse e revigoram a alma; por se tornarem verdadeiros irmãos nos momentos difíceis.

À minha querida orientadora, Professora Maria Luiza Monteiro Sales Coroa, por me receber como sua orientanda 'caçula', pela paciência, pela confiança e especialmente pela direção e condução nesse imenso mundo acadêmico que eu desconhecia.

Aos Membros da Banca Examinadora, por aceitarem o convite de participar deste momento único na minha trajetória.

À Universidade de Brasília, por me receber desde 2006 e não me deixar ir embora, por me permitir realizar tantos sonhos, e por me dar a certeza de que a ciência não nos apresenta respostas, mas sim perguntas e mais perguntas.

Aos usuários das Redes Sociais, pelo retrato do 'hoje' que proporcionaram, pelo muito que contribuíram com a pesquisa com sua prática discursiva cotidiana.

Ao leitor, a todos aqueles que venham a se deparar com esta pesquisa, pelas críticas, pelas citações, ou pela mera leitura passageira; por tornar este processo tão imprevisível, pela forma como vão reinventar aquilo que tive o grande prazer de apenas iniciar aqui...

Resumo

As Redes Sociais virtuais desenvolvem um papel importante na sociedade atual. A cada dia, um número maior de pessoas se utiliza desses espaços discursivos para agir e interagir socialmente. Assim, o objetivo central desta pesquisa é investigar como as relações discursivas evidenciam a construção de identidades nas Redes Sociais, em especial no *Twitter* e no *Facebook*, e como relações assimétricas de poder são mantidas ou modificadas nas práticas sociais nesses espaços. Configurações discursivas próprias dos gêneros textuais digitais são constituídas e remodeladas por meio do uso, e assimiladas pelos usuários de maneira cotidiana e natural. Para além das diferentes formas de linguagem utilizadas nos espaços digitais, estatutos sociais são inaugurados nas Redes Sociais, e assim, a sociedade percebe novos papéis sociais surgirem e outros serem reinventados. A facilidade com que se pode ter acesso ao discurso por meio das Redes Sociais traz importantes questões a serem investigadas: Seriam as Redes Sociais espaços que asseguram uma forma de democratização do discurso? Relações assimétricas de poder são perceptíveis nesses espaços? As Redes Sociais podem ser recurso de manutenção do poder hegemônico? Podem ainda ser espaço para mudança social? Alguns dados coletados, oriundos de pesquisa qualitativa, em Análise do Discurso Crítica nesses espaços, revelam que relações sociais complexas se configuram nas interações sociais digitais evidenciando assimetrias de poder, construções identitárias, formas de manipulação ideológica e papéis sociais diversos. Trata-se de pesquisa de base qualitativa, que utiliza como principais condutores teóricos as obras de Fairclough (2001 e 2003), Resende & Ramalho (2009 e 2011), no âmbito da Análise do Discurso Crítica; Van Dijk (2010), no que diz respeito às concepções de poder, ideologia e hegemonia; Marcuschi (2008 e 2010) e Marcuschi & Xavier (2010), quanto aos gêneros e às características hipertextuais dos gêneros digitais, e vários outros autores recentes que abordam esse novo universo social *online*. As conclusões obtidas com bases nos dados apontam para a existência de discursos de manipulação e manutenção hegemônica coexistindo com reações de mudança social e denúncias às formas de manipulação, no âmbito das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*, e atuando ativamente na constituição da identidade social.

Palavras-chave: redes sociais, poder, discurso, identidade, *Facebook*, *Twitter*, *internet*.

Abstract

Virtual Social Networks develop an important role in today's society. Every day, more and more people are using these discursive spaces to act and interact socially. The main objective of this research is to investigate how the discursive relations show the construction of identities on Social Networks, especially on Twitter and Facebook, and how asymmetrical power relations are maintained or modified in social practices in these spaces. Specific discursive configurations of digital textual genres are formed and reshaped through use, and assimilated by users every day in a natural way. In addition to the different forms of language used in digital spaces, bylaws are inaugurated on Social Networks, and so society perceives new social roles emerge and others be reinvented. The easiness with which one can have access to speech through Social Networks brings important issues to be investigated: Are Social Networks spaces which provide a form of democratization of discourse? Asymmetrical power relations are noticeable in these spaces? Social Networks can be maintenance feature of hegemonic power? They may still be room for social change? Some data collected from qualitative research in Critical Discourse Analysis of these spaces, show that complex social relations are configured in social interactions digital evidencing asymmetries of power, identity constructions, forms of ideological manipulation and various social roles. Qualitative research, it uses as principal conductor, theoretical works of Fairclough (2001 and 2003), Resende & Ramalho (2009 and 2011) within the Critical Discourse Analysis; Van Dijk (2010), in regard of conceptions of power, ideology and hegemony; Marcuschi (2008 and 2010) and Marcuschi & Xavier (2010), about the genres and characteristics of hypertext digital genres, and many other recent authors that have investigated this new online social universe. The conclusions from the data bases indicate the existence of speeches handling and maintaining hegemonic coexisting with reactions and denunciations of social change to forms of manipulation in the context of social networks Facebook and Twitter, and working actively in the formation of social identity.

Keywords: *social networks, power, discourse, identity, Facebook, Twitter, internet.*

Sumário

Introdução	9
O Eu e o Outro Online – Discurso, Poder e Identidade nas Redes Sociais	9
Capítulo 1	15
1. Sobre Teoria e Método - Análise do Discurso Crítica	15
1.1 Metodologia Científica e Reflexividade	15
1.2 Análise do Discurso Crítica como Teoria	19
1.3 Análise do Discurso Crítica como Método	24
1.4 Método de Análise dos Dados Gerados	26
Capítulo 2	29
2. Conceituações fundamentais – Discurso, Poder e Identidade	29
2.1 Discurso e Sociedade	29
2.1.1 <i>Eventos Discursivos</i>	33
2.2 Poder e Hegemonia	34
2.3 Identidade e Alteridade	49
Capítulo 3	54
3. Redes Sociais Twitter e Facebook – Um olhar sobre Suportes e Gêneros	54
3.1 Gêneros Textuais.....	54
3.2 Gêneros digitais, Tecnologia e Redes Sociais.....	60
3.2.1 <i>Tecnologia e Sociedade</i>	62
3.2.2 <i>Hibridismo entre Escrita e Oralidade nos Gêneros Digitais</i>	68
3.2.3 <i>Gêneros Digitais e Hipertexto</i>	71
3.2.4 <i>Transitoriedade nos Gêneros Digitais</i>	75
Capítulo 4	78
4. Discurso, Poder e Identidade nas Redes Sociais	78
4.1 Redes Sociais	78
4.2 Facebook e Twitter.....	81
4.3 Redes Sociais e Democratização do Discurso	84
Capítulo 5	90
5. Eventos Discursivos – Dados e Reflexões	90
5.1 Categoria 1 - Relações Políticas.....	91
5.1.1 <i>Evento 1: Eleições para Presidente 2010 – Dilma Rousseff e Twitter</i>	92

5.1.2 Evento 2: Ex-presidente Lula - Câncer e Polêmica nas Redes Sociais	100
5.2 Categoria 2 - Relações Comerciais	116
5.2.1 Evento 3: Redes Sociais, Plataformas Comerciais	119
5.2.2 Evento 4: PROCON x Redes Sociais	125
5.3 Categoria 3 - Relações Midiáticas.....	131
5.3.1 Evento 5: Jornalista Willian Bonner – Identidade nas Redes Sociais.....	132
5.3.2 Evento 6: Greve e Política na Mídia	140
Considerações Finais	146
Referências Bibliográficas	150
Anexo	155

Introdução

O Eu e o Outro Online – Discurso, Poder e Identidade nas Redes Sociais

O objetivo central desta pesquisa é propor uma reflexão acerca de como relações discursivas evidenciam a construção de identidades nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*, e sobre como relações assimétricas de poder são mantidas ou modificadas nas práticas sociais nesses espaços.

A opção por colocar em foco uma questão relacionada às Redes Sociais nasce em um contexto histórico-social em que esses espaços discursivos tomam importância crescente, agregando um número considerável de usuários regulares.

A utilização cada vez mais recorrente de suportes e mídias digitais, como a *internet*, e de novos meios de comunicação, expressão e interação, nos leva à reflexão acerca dos recursos que se apresentam para o estabelecimento de interações sociais, quando nos utilizamos de espaços digitais, e acerca do modo como as relações interpessoais de poder se transferem, ou não, para esses espaços.

Marcuschi (2002, p. 19) afirma que estamos presenciando uma explosão de formas de comunicação e interação com o advento da *internet*. Cabe investigar, então, como essas novas formas de interação reproduzem ou reinventam as relações e identidades sociais, e, conseqüentemente, as relações de poder.

O próprio termo Rede Social faz jus à complexidade das relações discursivas que se dão em forma de rede, ou - ainda mais ilustrativo - de teia, seguindo e entrelaçando várias e distintas direções. Essas relações digitais em rede materializam realidades sociais e possibilitam evidenciar as múltiplas interações que perpassam a sociedade em crescimento exponencial e de complexidade notável. As Redes Sociais constituem um número cada vez maior de espaços onde a interação social ocorre em um mundo virtual *online*, e inauguram estatutos sociais e discursivos específicos para esse fim, seja pela readaptação de estruturas linguísticas preexistentes, seja pela criação original de comportamentos e estatutos discursivos.

Cabe salientar, neste ponto, que optamos por direcionar nossa atenção para as práticas sociais no âmbito das plataformas *Twitter* e *Facebook*, por entender serem estas as mais representativas na atualidade, no que diz respeito à quantidade de pessoas engajadas na sua utilização de forma regular. Embora pudéssemos ter selecionado apenas uma entre as duas Redes Sociais, para limitar mais o *corpus*, o diálogo entre essas plataformas específicas, cujas finalidades são distintas, revela-se produtivo e pertinente para uma análise mais ampla da conjuntura dos eventos que constituem o corpus final analisado. Assim, parece-nos pertinente trabalhar no limiar do diálogo estabelecido entre ambas.

O direcionamento teórico deste trabalho tem origem em uma concepção de linguagem como ‘parte integrante e irredutível do social’ (Fairclough, 2003). A linguagem constitui a sociedade e é por ela constituída em uma relação dialógica, complexa e indissociável (Fairclough, 2001). Assim, as interações e relações socialmente mediadas pelo discurso têm o potencial de construir identidades sociais, que, em consequência, influenciarão as interações sociais. Todo esse complexo processo está alicerçado em relações e interações sociais, e em estruturas hegemônicas de poder. Importa, então, investigar como essas relações de poder, imbricadas em construções identitárias, se estruturam no âmbito das Redes Sociais.

As reflexões acerca da linguagem e do discurso, nos espaços digitais, tornam-se cada vez mais relevantes ao percebermos o crescimento exponencial das interações dialógicas mediadas por suportes e gêneros digitais. Novos suportes, como telefones celulares e *tablets*, passam a fazer parte da vida cotidiana, e possibilitam que esse tipo de interação social digital ocorra em situações e locais os mais variados, e consequentemente com uma recorrência cada vez maior.

Lembremos que foi a evolução da sociedade, e dessas novas tecnologias que passam a fazer parte dela e a modificá-la, que conduziu à criação das Redes Sociais. Investigar como se procede à formação das identidades sociais nesses espaços é essencial para que seja possível perceber as características das novas relações e interações sociais, e consequentemente identificar mudanças em curso na sociedade.

Para dar início à pesquisa, partimos do pressuposto de que as Redes Sociais não possibilitam uma *democratização* plena do discurso, nos termos de Fairclough (2001, p. 248), que entende “por ‘democratização’ do discurso a **retirada** de

desigualdades e assimetrias dos direitos, das obrigações e do prestígio discursivo e linguístico dos grupos de pessoas”, mas constituem identidades sociais, que, em alguns eventos discursivos, asseguram a manutenção hegemônica das relações assimétricas de poder, e, em outros, deixam lacunas para práticas discursivas de mudança social. Elencamos cinco questões de pesquisa para conduzir as análises e a geração de dados no decorrer da pesquisa, a saber:

1. Como as relações discursivas evidenciam a construção de identidades nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*?
2. Como as Redes Sociais inauguram uma forma de democratização do discurso?
3. Que relações assimétricas de poder são perceptíveis nesses espaços discursivos?
4. Como as Redes Sociais propiciam a manutenção do poder hegemônico?
5. Como as Redes Sociais propiciam questionamentos ao poder hegemônico?

Para atingir o objetivo central proposto, e responder às questões de pesquisa levantadas, realizamos uma ampla revisão teórica e metodológica sobre os conceitos fundamentais para subsidiar a análise de dados gerados e a descrição das práticas sociais evidenciadas.

Tendo a Análise do Discurso Crítica – **ADC** como fio condutor, buscamos estabelecer conexões e diálogos possíveis com teorias afetas aos estudos da linguagem nos espaços tecnológicos, e aos estudos de gêneros textuais e discursivos. Nesse processo, conduzimos as práticas e reflexões de pesquisa direcionadas pelos seguintes objetivos específicos:

1. Analisar marcas de construções identitárias nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*;
2. Analisar como essas identidades participam das relações de poder na comunicação *on-line*;
3. Identificar evidências de manutenção hegemônica de relações assimétricas de poder nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*;

4. Descrever evidências de manutenção hegemônica de relações assimétricas de poder nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*;
5. Identificar marcas de tentativa de mudança (social) das relações de poder nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*;
6. Descrever marcas de tentativa de mudança (social) das relações de poder nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*;

O **Capítulo 1** inicia o trabalho com uma breve delimitação teórico-metodológica, que posiciona a pesquisa na vertente específica da Análise do Discurso Crítica, e explicita os diálogos e interfaces realizados, no decorrer das análises, com referenciais teóricos outros. A prática interdisciplinar é recorrente nos estudos em análise do discurso e muito enriquece as reflexões, por isso esses diálogos são possíveis e esperados no âmbito dos estudos em ADC, tendo em vista tratar-se de “campo de investigação do discurso em práticas contextualizadas”, que “é heterogêneo, instável e aberto” (RESENDE & RAMALHO, 2011, p. 18). Ainda no primeiro capítulo, apresentamos breves considerações quanto à metodologia de geração de dados, bem como quanto às preocupações éticas observadas no percurso da análise.

Na sequência, dedicamos o **Capítulo 2** à delimitação de conceitos fundamentais para a análise dos dados. Tais conceitos balizam as reflexões e resultados suscitados no decorrer do trabalho, para que se possa completar o quadro conceitual no qual se inscreve a pesquisa. Dentre estes, destaca-se a relevância das seguintes noções: Discurso, Poder, Ideologia, Hegemonia e Identidade. Estas noções circunstanciam a pesquisa e lançam luz aos dados gerados, dando subsídios para as reflexões acerca das construções identitárias, bem como das práticas sociais de manutenção hegemônica e mudança social que permeiam as Redes Sociais nos eventos investigados.

Já o **Capítulo 3** estabelece interface com a Teoria de Gêneros. Nesse momento do trabalho, nos dedicamos a delinear o contexto de produção dos textos, visando circunstanciar aspectos da importância do suporte e do gênero no âmbito das práticas sociais, especialmente aquelas que se dão nos espaços das Redes Sociais. Assim, iniciamos apresentando brevemente a questão do gênero textual, e direcionamos o foco para os gêneros textuais digitais, no que diz respeito às características e estruturas próprias a esses gêneros que ocupam espaços virtuais de interação.

O **Capítulo 4** se dedica à breve apresentação das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*, bem como ao seu crescente alcance social em termos de usuários. Busca ainda apresentar o conceito de democratização discursiva, aplicando-o às práticas sociais mediadas pelas Redes Sociais.

Finalmente, no **Capítulo 5**, prosseguimos para a apresentação e análise dos dados gerados, mediante observação dos modos gerais de operação da ideologia (THOMPSON, 1995, p. 81) manifestos, bem como de estratégias de questionamento do poder hegemônico e de busca de mudança social. Para tanto, foram selecionados seis eventos discursivos, de repercussão nas Redes Sociais. Conforme são apresentados os dados, as análises discursivas relevantes para a percepção de manutenção hegemônica e manipulação discursiva são destacadas, e igualmente as categorias que revelam mudança social.

Para além da análise de dados, finalizamos o trabalho com as considerações sobre conclusões obtidas, e procedemos a uma retomada dos conceitos de Poder e Hegemonia para refletir acerca das possibilidades de utilização das plataformas de Redes Sociais de forma mais crítica, mediante o conhecimento de seu potencial discursivo para a busca de mudança social.

Cabe ressaltar, por fim, que a presente pesquisa não esgota a temática, e nem poderia fazê-lo, tendo em vista o caráter dinâmico da sociedade e do discurso, e especialmente das práticas sociais nos espaços digitais. Nesse sentido, ainda que conscientes desta limitação, esperamos trazer contribuições relevantes aos estudos em Análise do Discurso Crítica, e especialmente aos estudos da linguagem no contexto das novas plataformas de comunicação digital, da Internet e das Redes Sociais especificamente. Trabalhos de grande pertinência e importância vêm sendo realizados para compreender práticas sociais cada vez mais recorrentes, tais como as aqui evidenciadas (em plataformas virtuais), motivo pelo qual esperamos poder somar forças a esses estudos e fornecer subsídios a reflexões que venham a gerar práticas virtuais críticas e, por consequência, mudanças e questionamentos sociais relevantes nesse novo contexto globalizado no qual nos inserimos.

Tendo em vista a rapidez com que as práticas sociais digitais são modificadas, é possível que em pouco tempo algumas das constatações aqui evidenciadas venham a ser transformadas, tornadas obsoletas, ou até eliminadas e lançadas no esquecimento.

No entanto, ainda assim, esperamos que, enquanto análise sincrônica de um processo discursivo em curso, o retrato histórico das relações de poder no momento atual, que aqui buscamos realizar, permaneça como legado para as práticas sociais digitais que estão por vir.

Capítulo 1

1. Sobre Teoria e Método - Análise do Discurso Crítica

Neste primeiro capítulo faremos uma breve explanação quanto à metodologia utilizada na geração e análise de dados, buscando refletir acerca de algumas importantes questões no âmbito da metodologia científica, especialmente no que tange às ciências sociais.

Em seguida, buscaremos delinear o escopo da teoria na qual se baseia a pesquisa, pontuando algumas concepções fundamentais da Análise do Discurso Crítica, bem como circunstanciando seu caráter metodológico enquanto ciência interdisciplinar.

Por fim, apresentado o aparato teórico essencial para a compreensão do trabalho, buscaremos descrever o método utilizado na análise de dados, bem como as preocupações éticas observadas durante a pesquisa e a geração de dados.

1.1 Metodologia Científica e Reflexividade

Inicialmente, cabe pontuar que a presente pesquisa tem metodologia de base qualitativa, do ponto de vista da abordagem do problema. No que diz respeito à pesquisa dessa natureza, Denzin & Lincoln ressaltam que consiste em “um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo” (DENZIN & LINCOLN, 2006, p. 17).

O conceito de pesquisa qualitativa, de uma forma geral, é bastante amplo, se opondo especialmente ao de pesquisa quantitativa, por não lidar com dados meramente numéricos e/ou estatísticos. Em sentido contrário, a pesquisa de base qualitativa busca dados de essência significativa. Nas palavras de Gibbs (2009, p. 17),

Os dados qualitativos são essencialmente significativos, mas mais do que isso, mostram grande diversidade. Eles não incluem contagens e medidas, mas sim praticamente qualquer forma de comunicação humana – escrita, auditiva ou visual; por comportamento, simbolismos ou artefatos culturais.

Tendo em vista que os dados a serem analisados na presente pesquisa são predominantemente extraídos de práticas sociais cotidianas, manifestas nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook* e, ainda, que se pretende proceder a uma análise crítica, a metodologia de base qualitativa atende plenamente aos objetivos deste trabalho, uma vez que “a maior força da pesquisa qualitativa é sua capacidade para analisar o que de fato acontece em ambientes que ocorrem naturalmente” (SILVERMAN, 2009, p. 312).

Nesse sentido, é pertinente ressaltar o caráter inerentemente interpretativo da pesquisa qualitativa, para evidenciar que os dados não apresentam respostas prontas, mas que é preciso analisá-los, diante do parâmetro teórico estabelecido, para então chegar às interpretações pertinentes. De acordo com Denzin & Lincoln (2006, p. 34), pesquisas qualitativas são “guiadas por um conjunto de crenças e de sentimentos em relação ao mundo e ao modo como este deveria ser compreendido e estudado”.

Um importante conceito metodológico a ser considerado no âmbito da pesquisa em ciências sociais, e especificamente no âmbito do referencial teórico da Análise do Discurso Crítica, diz respeito à reflexividade. Recorremos a Gibbs para uma definição bastante esclarecedora do que vem a ser a reflexividade, e quais suas implicações para a pesquisa científica:

Dito de forma simples, a reflexividade é o reconhecimento de que o produto da pesquisa reflete inevitavelmente parte das origens e da formação, do meio e das preferências do pesquisador. O modelo científico afirma que a boa pesquisa é objetiva, precisa e não tendenciosa, mas aqueles que enfatizam a reflexividade da pesquisa sugerem que nenhum pesquisador pode garantir essa objetividade. O pesquisador qualitativo, como todos os outros pesquisadores, não pode afirmar que é um observador objetivo, competente, politicamente neutro. (GIBBS, 2009, p. 119)

Assim, importa ressaltar que a geração de dados, bem como o foco do objeto de análise parte necessariamente de um olhar do pesquisador. Pensar em termos de um distanciamento pleno, ou de uma suposta neutralidade e objetividade científica, é meramente omitir motivações e direcionamentos políticos, sociais e ideológicos inerentes àquele que seleciona e analisa os dados gerados.

Para negar a reflexividade, em benefício de um discurso da objetividade, seria preciso entender a ciência como capaz de interpretar o mundo real, tal qual ele é, isento

de mediação simbólica. No entanto, entendemos que tal compreensão não é possível, uma vez que qualquer interpretação passa pelas representações que o indivíduo tem de como o mundo é, ou deve ser. Gibbs (2009, p. 23) afirma que “nossas análises são, por natureza, interpretações, e, portanto, construções do mundo”. Diz ainda que “tudo o que dizemos e vivenciamos se dá por meio de nossas construções e ideias. Mesmo a própria ideia da realidade é uma construção humana” (GIBBS, 2009, p. 22). Assim, só podemos estudar o mundo passando pelo filtro de nossas experiências.

Ora, se não há como fazer qualquer afirmação quanto à realidade sem passar pelas construções de mundo do pesquisador, então a reflexividade se faz evidente. Nesse mesmo sentido, Silverman (2009, p. 313) pontua que “(...) nenhuma posição neutra ou isenta de valor é possível na ciência social (ou, na verdade, em qualquer parte)”.

Resende & Ramalho (2011, p. 22), ao se remeterem à visão de mundo trazida pelo Realismo Crítico da Análise do Discurso Crítica, destacam o papel do filtro que o conhecimento empírico tem no acesso ao conhecimento de mundo, por estabelecer que não se pode compreender o real de maneira alguma, mas apenas uma representação que se faz do que venha a ser o real.

A visão de mundo realista crítica da ADC supera a crença em estudos sociais ‘objetivos’. Para a ADC, como o mundo social é aberto e estratificado, só se pode ter acesso ao nível mais profundo, ‘o potencial’, passando pelo filtro de nosso conhecimento empírico (e crenças, valores, atitudes, ideologias) sobre ele, o nível mais imediato. (RESENDE & RAMALHO, 2011, p. 22)

É possível que se possa levantar questionamentos quanto ao cientificismo das pesquisas que deliberadamente se posicionam politicamente. Sobre o assunto, van Dijk apresenta uma importante contribuição, ao afirmar que o não comprometimento político é em si um posicionamento por parte do cientista:

Já houve bastante debate sobre se pesquisas de estudiosos social e politicamente comprometidos são de fato ‘científicas’. Acusações de um ‘viés’ contra a pesquisa crítica são ocorrências comuns e, elas mesmas, necessitam de uma análise crítica – até porque o não comprometimento político é também uma escolha política. (VAN DIJK, 2010, p. 16)

Essas reflexões estão presentes na base da teoria da Análise do Discurso Crítica, justamente por seu caráter inerentemente crítico. O pesquisador em ADC se posiciona quanto à sua própria prática enquanto indivíduo, ao optar por selecionar determinada temática como objeto de investigação, em detrimento de todas as outras não escolhidas. Fairclough (2003) defende que não há análises textuais objetivas e imparciais, mas que as análises são inevitavelmente seletivas, pois “em toda análise, escolhemos responder a determinadas questões sobre eventos sociais e textos, e não a outras questões possíveis”.

Com base no caráter eminentemente crítico da ADC, van Dijk (2010, p.15) conclui que “(...) estudiosos dos Estudos Críticos do Discurso não são ‘neutros’, mas se comprometem com um engajamento em favor dos grupos dominados na sociedade. Eles assumem uma posição e fazem isso de modo explícito”. O autor afirma ainda que “para os analistas críticos do discurso, é fundamental a consciência explícita do seu papel na sociedade”. (VAN DIJK, 2010, p. 114)

As reflexões acerca da sociedade, da linguagem e do discurso passam necessariamente por quem somos enquanto pesquisadores, e enquanto indivíduos. Toda a formação do pesquisador fatalmente irá direcionar seu olhar para temáticas que considere mais relevantes, para marcas de linguagem que lhe chamem atenção, para defesas sociais que considere mais justas e dignas de apoio.

É justamente na afirmação dessa realidade que reside a possibilidade de buscar por uma pesquisa com bases científicas. Afinal, é preciso haver um condutor teórico para que a reflexividade não ultrapasse os limites da cientificidade. Dessa forma, por descartar a possibilidade de pesquisas objetivas, que acessariam diretamente a realidade, a cientificidade das pesquisas em análise de discurso reside no processo de investigação, uma vez que o material empírico é explicado tendo em vista um arcabouço teórico particular.

Revela-se então a relevância de se estabelecer um arcabouço teórico que satisfaça os objetivos da pesquisa e que seja coerente com as concepções do pesquisador acerca da sociedade. Dito isto, passemos a um detalhamento acerca da teoria da Análise do Discurso e suas contribuições para as análises que faremos.

1.2 Análise do Discurso Crítica como Teoria

Apenas para fins de organização da pesquisa, faremos uma distinção da Análise do Discurso Crítica enquanto teoria primeiramente, para depois focar nos pontos pertinentes da ADC enquanto método de análise textual.

A ADC apresenta subsídios importantes para a condução de reflexões acerca das práticas sociais nos espaços digitais de forma bastante coerente e crítica; assim se adequa aos objetivos desta pesquisa. Isso porque a Análise do Discurso se propõe ao estabelecimento de reflexões que não consideram a linguagem de forma isolada da sociedade, meramente instrumental, mas sim como elemento integrante e constitutivo do próprio fazer social. Fairclough (2003) entende que a linguagem é parte integrante e irreduzível do social.

De forma mais ampla, a ADC considera a linguagem como uma forma de atuar na realidade, compreende a linguagem de acordo com sua funcionalidade nas práticas sociais, enquanto forma de agir no mundo e de se relacionar, representando e identificando a si, aos outros e aos diversos aspectos do mundo.

Essa concepção implica que o discurso age efetivamente no social, diferindo, portanto, de uma concepção clássica de língua como instrumento, ou meramente como estrutura. Fairclough (2001, p. 66) ressalta essa distinção ao afirmar que,

Isso implica que o discurso tem uma relação ativa com a realidade, que a linguagem significa a realidade no sentido da construção de significados para ela, em vez de o discurso ter uma relação passiva com a realidade, com a linguagem meramente se referindo aos objetos, os quais são tidos como dados na realidade.

Uma importante característica da ADC, que a torna notadamente funcional para a pesquisa científica no âmbito da linguagem e da sociedade, é o seu caráter interdisciplinar. A ADC concebe como prática inerente aos seus pressupostos teóricos o diálogo com teorias sociais diversificadas, e assim estabelece uma multiplicidade de caminhos a serem percorridos e de reflexões possíveis.

Resende & Ramalho (2011, p. 18) ressaltam características importantes dessa abordagem teórica ao afirmarem que a “ADC, como campo de investigação do discurso em práticas contextualizadas, é heterogênea, instável e aberta”. Evidenciam-se então as

múltiplas possibilidades proporcionadas pela teoria em termos de diferentes e variadas análises possíveis e pertinentes ao estudo da linguagem como prática social.

O termo ‘aberta’ pode parecer um pouco amplo, mas tem o objetivo de apontar para o caráter interdisciplinar da ADC, que busca interagir com diversas ciências humanas, o que possibilita o diálogo e a operacionalização de diversas disciplinas. Este fator interdisciplinar da ADC é essencial ao tipo de análise a que a teoria se propõe. Assim, é natural ao pesquisador recorrer a interfaces com outras disciplinas como filosofia, e especialmente, sociologia, para construção de referenciais teóricos, bem como a outras abordagens linguísticas. Cabe ressaltar, assim, a importância da articulação entre o linguístico e o social para a pesquisa em ADC, uma vez que as análises discursivas precisam articular análises linguísticas do texto e explicações de caráter social. Resende & Ramalho retomam, sobre o assunto, as palavras de Andrade (2008), que afirma que:

‘um elemento importante das análises que se realizam em ADC é que requerem que o/a investigador/a tenha presentes não apenas elementos de análise linguística, mas também de corte sociológico (...). A ADC constitui-se, dessa maneira, teoria e método abertos à interdisciplinaridade’ (Andrade et al., 2008, p. 124)”. (RESENDE, RAMALHO, 2011, p. 19)

Por essas razões, é natural às pesquisas no âmbito da Análise do Discurso Crítica estabelecer interfaces teóricas com outras disciplinas afetas ao objeto de estudo. Retomaremos a essa questão ao focarmos na ADC enquanto método.

A Análise do Discurso Crítica é uma teoria voltada para o estudo da linguagem enquanto prática social, e pode ser definida, em um sentido amplo, como um conjunto de abordagens científicas interdisciplinares que são direcionadas para análises críticas da linguagem como prática social.

Cabe ressaltar, nessa perspectiva, que a análise da linguagem enquanto prática social se contrapõe especialmente a abordagens estruturalistas que, de maneira geral, concebem a linguagem como mera ferramenta, estrutura. Esse tipo de teoria de análise linguística estruturalista, em geral, não se ocupa de questões sociais suscitadas no discurso e pelo discurso, focando-se apenas nos aspectos estruturais da língua.

É a dialética, que reside na relação da linguagem com a sociedade, que motiva um estudo mais profundo do que realmente se passa na prática cotidiana: a linguagem

não é mera ferramenta do social, ela constitui a sociedade e é por ela constituída. Cabe, nesse momento, retomar as palavras de Chouliaraki & Fairclough (1999, p. vii), ao afirmarem que,

a Análise do Discurso Crítica se inicia de uma percepção do discurso (linguagem, mas também outras formas de semioses, tal como imagens visuais) como elemento de práticas sociais, que constituem outros elementos e também são moldados por estes. Questões sociais são, então, em parte, questões de discurso.¹

Na interface entre o linguístico e o social, constrói-se o discurso. E o texto materializa discursos por meio de sistemas simbólicos; neste caso, o sistema linguístico. Dessa forma, trata-se de estudar o que a língua é, e não o que deveria ser; o que se pode fazer por meio da linguagem, e não a mera linguagem por si só.

Embora as estruturas linguísticas se prestem a fornecer pistas e direcionamentos quanto às práticas sociais que são acionadas, elas não se bastam em si mesmas. Seria possível formular um rol de características específicas das Redes Sociais que são compartilhadas com outros gêneros digitais. No entanto, essa listagem meramente formal, estrutural, não alcançaria a profundidade da percepção do que se pode atingir por meio da linguagem no âmbito das Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*.

A ADC tem como um dos principais diferenciais fornecer subsídios científicos para estudos qualitativos que têm no texto o seu principal material de pesquisa. Como se pode perceber, o foco no texto é essencial para que se constitua a análise, e se torna o maior diferencial da corrente da Análise do Discurso Crítica, em contraponto com outras correntes de análise do discurso.

Embora a ADC tenha esse viés interdisciplinar, não se pode perder o foco linguístico da análise, para não se deixar atrair por reflexões de cunho sociológico. No caminho inverso, em ADC é natural que se parta do texto, como materialização das práticas sociais, para as reflexões acerca das implicações sociais e discursivas de determinado texto. Não se pode perder de vista a relação que se estabelece entre o discurso, por meio da linguagem, e as práticas sociais.

¹ Tradução livre de: “*Critical Discourse Analysis starts from the perception of discourse (language but also other forms of semiosis, such as visual images) as an element of social practices, which constitutes other elements as well as being shaped by them. Social questions are therefore in part questions about discourse*”.

O texto, no âmbito dos estudos da ADC, é assim entendido como a materialização do discurso. É justamente por meio do texto que poderemos localizar as evidências discursivas que pretendemos investigar nas Redes Sociais. Por meio de signos linguísticos, o texto torna muitos dos recursos de dominação ideológica visíveis, e propicia sua identificação. Existem gêneros, estilos, e estruturas textuais variadas que são acionadas quando se pretende obter determinados resultados de maneira não evidente. Resende & Ramalho (2011, p. 22) apresentam algumas importantes considerações a esse respeito:

Como evento discursivo ligado a práticas sociais, o texto traz em si traços da ação individual e social que lhe deu origem e de que fez parte; da interação possibilitada também por ele; das relações sociais, mais ou menos assimétricas, entre as pessoas envolvidas na interação; de suas crenças, valores, histórias; do contexto sócio-histórico específico num mundo material particular, com mais ou menos recursos.

Para além da utilização do texto como matéria prima de análise, importa destacar que a Análise do Discurso Crítica tem como compromisso prioritário identificar questões de natureza social onde seja possível evidenciar relações de poder assimétricas, e por diversas vezes desigualdades sociais e manipulações discursivas acabam por ser reveladas. É justamente nesse ponto que reside a ‘criticidade’ da teoria: no seu engajamento com a tradição da ciência social crítica, e, sobretudo, no suporte científico que oferece para a análise crítica de desigualdades sociais relacionadas à distribuição assimétrica do poder.

A esse respeito, van Dijk, que opta por utilizar a forma “Análise Crítica do Discurso” ao invés de “Análise do Discurso Crítica”, afirma que,

A Análise Crítica do Discurso (ACD) é um tipo de investigação analítica discursiva que estuda principalmente o modo como o abuso de poder, a dominação e a desigualdade são representados, reproduzidos e combatidos por textos orais e escritos no contexto social e político. (VAN DIJK, 2010, p. 113)

A preocupação com a crítica se materializa nos estudos do texto, por meio da identificação de categorias linguísticas que trazem à tona processos sociais relevantes. Mais uma vez podemos perceber uma relação dialógica no âmbito da disciplina. Não há

como trabalhar apenas criticamente, pautados meramente nas análises sociais, nem tampouco ater o olhar apenas aos processos linguísticos, em detrimento de suas repercussões sociais.

A preocupação crítica da ADC remete às formas de manipulação na utilização do discurso como recurso para subjugar o outro em benefício de um grupo social específico, e de fazê-lo de maneira não evidente, de forma que geralmente os grupos subjugados sequer têm conhecimento de sua situação, lidando com ela como se fosse imutável, perpétua. Veremos esta temática de maneira mais aprofundada ao tratarmos de *Poder, Hegemonia e Identidade* posteriormente.

Assim, a Análise do Discurso constitui a base teórica para o objeto da pesquisa em questão, no que diz respeito à distribuição do poder nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*. Resende & Ramalho (2011, p. 26) afirmam que “para a ADC, são objetos de preocupação, portanto, aquelas representações particulares que podem contribuir para a distribuição desigual de poder, ou seja, para projetos específicos de dominação”.

Pelo seu histórico e compromisso social, a crítica é inerente aos estudos em ADC. Em ADC, a análise linguística e a crítica social estão sempre relacionadas, uma vez que a análise linguística dá subsídios à crítica social, e a crítica social, por sua vez, justifica a análise linguística.

São justamente as questões sociais, no que diz respeito a desigualdades sociais e a formas de dominação, que interessam à Análise do Discurso Crítica. Trata-se de investigar como tais relações perpassam o discurso e por ele são perpassados. Van Dijk (2010, p. 15), acerca do assunto, diz:

(...) os Estudos Críticos do Discurso estão especificamente interessados no estudo (crítico) de questões e problemas sociais, da desigualdade social, da dominação e de fenômenos relacionados, em geral, e no papel do discurso, do uso linguístico ou da comunicação em tais fenômenos, em particular.

Assim, de forma breve, percebemos que o arcabouço teórico da ADC propõe uma reflexão sobre a análise e sua contribuição para questões de emancipação social como parte essencial da pesquisa, tendo em vista seu posicionamento crítico.

Passemos à continuação da apresentação da Análise Crítica do Discurso, agora focando em suas propostas enquanto método de pesquisa e de análise de dados.

1.3 Análise do Discurso Crítica como Método

Neste ponto, cabe destacar que, embora Fairclough tenha proposto uma interface entre a Análise do Discurso Crítica e a gramática da Linguística Sistêmico Funcional, a ADC, enquanto método de pesquisa, não restringe a análise à manutenção rígida desse mesmo percurso analítico. Cabe também ressaltar que tal diálogo traz contribuições valiosas à pesquisa em ADC na atualidade, mas que, no entanto, não se constitui como forma imperativa de método de análise. Retomemos as palavras de Fairclough (2001, p. 275) quanto à possibilidade de abordagens distintas no âmbito da ADC, ao dizer que “(...) não há procedimento fixo para se fazer análise de discurso; as pessoas abordam-na de diferentes maneiras, de acordo com a natureza específica do projeto e conforme suas respectivas visões do discurso”.

É justamente na liberdade de diálogos que se pode estabelecer por meio da Análise do Discurso Crítica que reside seu principal potencial para a realização de pesquisas e investigações das mais variadas naturezas. Dessa forma, neste trabalho, buscaremos estabelecer interfaces distintas, tendo em vista terem se mostrado mais operacionais para as reflexões e análises desta pesquisa. Nesse viés, van Dijk (2010, p. 11) afirma que “não existe ‘uma’ análise do discurso como um método, como também não há ‘uma’ análise social nem ‘uma’ análise cognitiva”.

O autor prossegue, negando qualquer rigidez que se pretenda aferir à teoria; desconstrói o conceito da ADC enquanto método, ao dizer que “(...) também a análise do discurso em si não é um método; antes, constitui um domínio de práticas acadêmicas, uma prática transdisciplinar distribuída por todas as ciências humanas e sociais.” (VAN DIJK, 2010, p. 11).

Apesar disso, podemos considerar algumas importantes diretrizes da teoria que se constituem em passos a ser observados e, por consequência, balizam um método a ser observado na pesquisa conduzida pela ADC. Dentre estas, podemos destacar três fundamentais, e mais relevantes para esta pesquisa, que dialogam diretamente com os pressupostos já vistos na seção sobre a ADC como teoria: a transdisciplinariedade, a criticidade e base na análise textual.

No que diz respeito à transdisciplinariedade, retomemos as palavras de Resende & Ramalho (2009, p. 14):

A ADC é, por princípio, uma abordagem transdisciplinar. Isso significa que não somente aplica outras teorias como também, por meio do rompimento de fronteiras epistemológicas, operacionaliza e transforma tais teorias em favor da abordagem sociodiscursiva.

Tomamos, sem maiores discussões, aqui a transdisciplinariedade como resultado de procedimentos interdisciplinares. Portanto, trata-se de um percurso esperado para os estudos em Análise do Discurso. Certamente é preciso uma reflexão aprofundada sobre o arcabouço das teorias com as quais se pretenda estabelecer diálogo, visando assim evitar incongruências e inconsistências teóricas.

Na sequência, abordemos a próxima diretriz, que diz respeito à criticidade, importante pilar da teoria. A ADC se pretende relevante à sociedade, e busca justamente identificar mecanismos de dominação, e em seguida possíveis formas de superar tais mecanismos.

Fairclough (2003, p. 15), por sua vez, afirma que a ADC é “motivada pelo objetivo de prover base científica para um questionamento crítico da vida social em termos políticos e morais, ou seja, em termos de justiça social e de poder”.

Ainda no que diz respeito à criticidade no âmbito da Análise do Discurso Crítica, podemos lembrar as palavras de van Dijk (2010, p. 14), ao defender que os Estudos Críticos do Discurso, “preferem enfocar aquelas propriedades do discurso que são mais tipicamente associadas com a expressão, a confirmação, a reprodução ou o confronto do poder social do(s) falante(s) ou escritor(es) enquanto membros de grupos dominantes”.

Para além do mero foco em questões socialmente relevantes, a criticidade à qual nos referimos alcança as possibilidades de mudança social. O pesquisador em ADC busca identificar trajetórias possíveis para reverter situações de desigualdade social, de manipulação e abuso de poder. Tal observação é pertinente à reflexão acerca da ADC enquanto método de pesquisa e de análise, pois conduz o analista ao percurso metodológico mais adequado ao atingimento desse propósito. Conforme van Dijk (2010, p. 13), “os métodos dos Estudos Críticos do Discurso são escolhidos de modo que a pesquisa possa contribuir para a apoderação social de grupos dominados, especialmente no domínio do discurso e da comunicação”.

Por fim, cabe destacar a última diretriz que se refere à concepção do texto como materialização da prática discursiva, se inserindo, por conseguinte, na prática

social. Assim, o texto na ADC é a matéria prima para análise, pois evidencia traços e pistas das práticas, viabilizando uma análise efetivamente linguística, embora pautada no social.

De uma forma sucinta, van Dijk (2003, p.13) define os métodos utilizados pelo que chama de ‘Estudos Críticos do Discurso’, ao enfatizar que estes “concentram-se de forma específica nas complexas relações entre a estrutura social e a estrutura discursiva, bem como no modo como as estruturas discursivas podem variar ou ser influenciadas pela estrutura social”.

Assim, entendemos que a teoria da Análise do Discurso nos proporciona os recursos metodológicos e teóricos para analisar as relações e interações que transcorrem nas Redes Sociais, de uma perspectiva do social, do discursivo, sem, no entanto, estabelecer previamente quais interfaces e diálogos teóricos devem ser selecionados de forma imperativa.

Tal abertura nos remete à necessidade de delimitar quais percursos teóricos adotaremos para guiar às reflexões acerca dos dados gerados na pesquisa. Nas palavras de van Dijk (2010, p. 115), “uma vez que não constitui uma diretriz específica de investigação, a Análise Crítica do Discurso não possui um enquadre teórico único” (VAN DIJK, 2010, p. 115). Cabe então ao analista circunstanciar o enquadre teórico a ser acionado para a pesquisa, conforme fazemos na próxima seção.

1.4 Método de Análise dos Dados Gerados

Dando prosseguimento à delimitação teórico-metodológica, apresentaremos de maneira mais detida nesta seção, no âmbito da pesquisa, quais diálogos e focos de análise buscaremos estabelecer.

Primeiramente, cabe mencionar que tomamos a trilha metodológica prevista por Chouliaraki & Fairclough (1999, p. 60) como condutora, conforme é apresentado no quadro a seguir, adaptado da obra mencionada, sem, no entanto, nos prendermos necessariamente à estrutura e ordem sequencial estabelecida.

1	Identificação do problema
2	Identificação dos obstáculos para que o problema possa ser superado (a) <i>Análise da conjuntura</i> (b) <i>Análise da prática em seu momento discursivo</i> (i) <i>Práticas relevantes</i> (ii) <i>Relação do discurso com outros momentos</i> - <i>Discurso como parte da atividade</i> - <i>Discurso e reflexividade</i> (c) <i>Análise do Discurso</i> (i) <i>Análise estrutural</i> (ii) <i>Análise interacional</i> - <i>Análise interdiscursiva</i> - <i>Análise linguística e semiótica</i>
3	Função do problema na prática
4	Possíveis modos de ultrapassar os obstáculos
5	Reflexão sobre a análise

Em termos de estruturação metodológica deste trabalho, buscamos, inicialmente, definir conceitos pertinentes à análise dos dados, quais sejam: discurso, poder, ideologia, hegemonia e identidade. Para tanto, estabelecemos diálogos de base sociológica, bem como, destacamos pressupostos da própria ADC.

Estabelecemos ainda, uma interface entre a teoria de gêneros textuais e a Análise do Discurso Crítica. No âmbito da teoria de gêneros, entendemos que as práticas sociais evidenciadas nos dados somente alcançam a repercussão descrita e se configuram enquanto eventos nos termos aqui apresentados, por se realizarem em gêneros textuais específicos. Dessa forma, o diálogo entre a ADC e a teoria de gêneros textuais se revela produtivo e operacional a esta análise.

Finalmente, quanto à análise de dados, foram selecionados **seis** eventos no total, sendo estes de **três** categorias distintas: *relações políticas, econômicas e midiáticas*. Tais categorias foram elencadas tendo em vista sua representatividade simbólica na sociedade, uma vez que compreendem relações sociais que mobilizam quase a totalidade dos falantes.

Em cada uma das categorias, dois eventos serão destacados; um exemplo em que foi possível identificar textualmente marcas de manutenção de poder hegemônico, e outro em que evidências de tentativa de mudança social puderam ser identificadas textualmente; totalizando então os seis eventos mencionados. Os dados destacados serão analisados à luz das categorias mencionadas, buscando responder às questões de pesquisa e atender aos objetivos específicos elencados na introdução.

Para conduzir as reflexões, utilizamos como categorias de análise os modos gerais de operação da ideologia sistematizados por Thompson (1995, p. 81-9), a saber: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação. Isso porque o autor fornece suporte teórico para analisar linguisticamente as marcas de ideologia e construções discursivas.

Embora vários teóricos tenham feito questionamentos à concepção de Thompson, optamos pela utilização dos modos gerais de operação da ideologia por ele definidos, por entender que são bastante produtivos e compatíveis com uma análise mais ampla dos textos relacionados a eventos específicos, tal como a análise que buscamos pôr em prática. Dedicaremos uma seção à conceituação de tais modos de operação no Capítulo 2.

Algumas considerações ainda se fazem pertinentes quanto aos dados a serem analisados, no que diz respeito às preocupações éticas. O projeto de pesquisa do qual resulta este trabalho foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília, que, com base nas Resoluções 196/96, do CNS/MS, que regulamenta a ética da pesquisa em seres humanos, aprovou as condições nas quais foram observados os preceitos éticos na pesquisa (conferir Anexo D).

Assim, embora, pela natureza dos dados, não tenha sido possível obter o consentimento expresso de todos os informantes, o consentimento mediante aceitação dos termos de uso e políticas de privacidade das plataformas *Twitter* e *Facebook*, juntamente com a desidentificação dos usuários, assegurando-lhes o anonimato (exceto pessoas notadamente públicas), foi considerado procedimento adequado às normas éticas de pesquisa pelo referido Comitê de Ética.

Nesse sentido, cabe explicitar que todos os textos veiculados nas Redes Sociais analisados nesta pesquisa foram oriundos de perfis abertos à leitura pública, estando todos abertos a acesso indiscriminado de qualquer usuário da *internet*, inclusive aqueles casos em que não é possível identificar um único autor para determinado texto. Com vistas a assegurar o anonimato dos autores destes textos serão utilizadas tarjas para omitir a identificação de fotos e nomes de usuários, ressalvados apenas os casos de nomeação de usuários tidos notadamente como pessoas públicas. Passemos adiante para o detalhamento dos conceitos que nortearam teoricamente a pesquisa.

Capítulo 2

2. Conceituações fundamentais – Discurso, Poder e Identidade

Neste segundo capítulo, daremos continuidade ao percurso teórico, buscando apresentar as conceituações fundamentais para a análise que faremos dos dados gerados no âmbito das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*.

Tendo em vista que o arcabouço teórico-metodológico da Análise do Discurso Crítica, conforme vimos, focaliza a constituição social da linguagem, e uma vez que nossa pesquisa se direciona a uma análise de processos de construção de identidades e de negociação de relações (assimétricas) de poder nos espaços digitais, partiremos dos conceitos centrais, perpassando conceitos acessórios ao nosso propósito, mas que estabelecem diálogos relevantes para o trabalho.

2.1 Discurso e Sociedade

Iniciaremos nossa trilha conceitual, lançando um olhar atento para o discurso. Fairclough (2001, p. 90), ao utilizar o termo *discurso*, propõe “considerar o uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual, ou reflexo de variáveis situacionais”.

Assim, falar em discurso enquanto prática social pressupõe uma concepção de linguagem para além da mera estrutura. Fairclough (2001, p. 91) descreve o discurso como “um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação”. O discurso é parte indissociável dos processos sociais porque é justamente por meio dele que se pode agir socialmente.

O discurso enquanto prática discursiva aponta para a realidade de que a língua é parte do sistema social, e não meramente fruto dele. Retomamos neste ponto as palavras de Bagno (2004, p.10), que afirma ser essencial “(...) perceber que todas as

línguas mudam, que toda língua é um grande corpo em movimento, em formação e transformação, nunca definitivamente pronto”.

O grande desafio dessa concepção discursiva aqui adotada é justamente refletir acerca deste corpo em movimento. E mais, acerca de como estruturas discursivas constituem identidades, papéis sociais, (assimetrias de) poder, e especialmente desigualdades e injustiças sociais.

No âmbito desta pesquisa, nos interessa, sobretudo, abordar o discurso enquanto construção de identidades sociais e suas implicações na manutenção e/ ou questionamento das assimetrias de poder estabelecidas na sociedade.

Nesse sentido, cabe recuperar palavras de Fairclough (2001), que defende o discurso enquanto constituinte da identidade social ao posicionar as pessoas como sujeitos sociais, definindo e constituindo seus diversos papéis sociais:

Os discursos não apenas refletem ou representam entidades e relações sociais, eles as constroem ou as 'constituem'; diferentes discursos constituem entidades-chave (...) de diferentes modos e posicionam as pessoas de diversas maneiras como sujeitos sociais (...), e são esses efeitos sociais do discurso que são focalizados na análise de discurso. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 22)

O discurso contribui, em primeiro lugar, para a construção do que variavelmente é referido como 'identidades sociais' e 'posições de sujeito' para os 'sujeitos' sociais e os tipos de 'eu' (ver Henriques et al., 1984; Weedon, 1987) (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91)

Importa pontuar, neste momento, que entender o discurso enquanto constituindo e sendo constituído pelo social, em uma relação dialógica, compreende uma mudança reflexiva em contraponto a uma concepção em que a linguagem é tida como meramente moldada pela realidade, quando não simples estrutura imóvel. Acerca dessa percepção, quanto à posição da linguagem em relação à sociedade e à sua constituição, Terry Locke ressalta o que se pode considerar uma inversão ideológica, ao afirmar: “A realidade como precedendo a linguagem e moldando-a se tornou a linguagem enquanto precedendo e moldando a realidade.” (LOCKE, 2004, p. 11).²

² Tradução livre: *Reality as preceding language and shaping it has become language preceding and shaping reality.*

O ponto central a respeito do discurso, diferentemente do exposto por Locke, é que não há um papel passivo da linguagem em relação à sociedade, mas também não há o inverso. A relação que se estabelece entre sociedade e discurso é dialógica e indissociável. Não há então linearidade em que se possa afirmar que o discurso precede a realidade, ou mesmo o inverso.

Assim, as identidades constitutivas e os papéis sociais desempenhados por cada indivíduo são mediados pelo discurso e a ele constituem. As pessoas não utilizam a linguagem simplesmente por utilizá-la, elas fazem coisas, agem socialmente, se impõem e se submetem. As pessoas se utilizam do discurso constantemente, e justamente por fazê-lo transformam ou asseguram a manutenção da sociedade tal qual a conhecemos.

Por isso, Fairclough (2001, p. 91) ressalta que o discurso é componente importante na constituição da estrutura social, ao afirmar que:

O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhes são subjacentes.

A Análise do Discurso Crítica estabelece uma distinção entre o ‘discurso’, enquanto “substantivo mais abstrato” que “significa o momento irreduzível da prática social associado à linguagem”, e os diversos *discursos* que perpassam as práticas sociais “como substantivo mais concreto”, que “significa um modo particular de representar nossa experiência no mundo” (RESENDE, RAMALHO, 2011, p. 17). Nesse mesmo sentido, van Dijk (2010, p. 135) afirma que,

‘Discurso’ é aqui entendido para significar somente um evento comunicativo específico, em geral, e uma forma oral ou escrita de interação verbal ou uso da língua, em particular. Às vezes, ‘discurso’ é usado em um sentido mais genérico para denotar um tipo discurso, uma coleção de discursos ou uma classe de gêneros do discurso, como por exemplo, quando falamos em ‘discurso médico’, em ‘discurso político’, ou, de fato, em ‘discurso racista’.

No que tange à constituição de identidades por meio do discurso, Resende & Ramalho (2011, p.15) compreendem o discurso “como uma parte irreduzível das maneiras como agimos e interagimos, representamos e identificamos a nós mesmos, aos outros e a aspectos do mundo por meio da linguagem”.

É por meio do discurso que se estabelece aquilo que é pertencente ao *eu*, e consequentemente é inerentemente mais direcionado à aceitação e à legitimidade, e o que pertence ao *outro*, o que mais facilmente se pode condenar, afastar, e questionar como ilegítimo.

Para além da constituição de identidades, o discurso atua na constituição da estrutura social que dialogicamente dá forma ao discurso. Os comportamentos e estatutos sociais são igualmente estabelecidos por meio do discurso. Podemos assim, mais uma vez, perceber a natureza dialógica do social e do discurso. Nas palavras de Fairclough (2001, p. 91):

O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhes são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado.

Para os objetivos deste trabalho, focalizaremos o discurso enquanto prática social, e especialmente a sua ação na constituição de identidades e relações sociais, culminando nas assimetrias de poder. Meurer (2005) resume de forma bastante didática a releitura de Foucault feita por Fairclough, pontuando o que chama de ‘poder criativo do discurso’, enquanto constituinte de formas de conhecimento e crenças, relações sociais e identidades.

Fairclough adota de Foucault (1972) a noção de que o discurso tem efeitos constitutivos porque, por meio dele, os indivíduos constroem ou criam realidades sociais. Note-se, todavia, que ao enfatizar a relação dialética entre linguagem e sociedade, Fairclough rejeita a possibilidade de que todas as realidades resultem de práticas discursivas. Tendo em mente essa ressalva, ele privilegia três aspectos do poder criativo do discurso: a constituição de a) formas de conhecimento e crenças, b) relações sociais e c) identidades.
(MEURER in MEURER.BONINI. MOTTA-ROTH, 2005, p. 89)

No que diz respeito às práticas sociais, Chouliaraki & Fairclough (1999, p.21) dizem que, ao mencionarem o conceito, se referem “a maneiras recorrentes, situadas temporal e espacialmente, pelas quais as pessoas aplicam recursos (materiais ou

simbólicos) para agir no mundo”, e ainda que “as práticas sociais são constituídas através da vida social”³.

O discurso propicia ao indivíduo a possibilidade de se identificar, construindo sua identidade, estabelecendo representações acerca do mundo em que vive, da sociedade e dos outros. E é justamente nas práticas do dia-a-dia que o discurso é utilizado para estabelecer os limiares da identidade. Resende & Ramalho (2011, p. 43) destacam que “nas práticas sociais cotidianas, utilizamos o discurso de três principais maneiras simultâneas e dialéticas: para agir e interagir, para representar aspectos do mundo e para identificar a nós mesmos/as e a outros/as”.

As práticas sociais se situam em um contínuo, tendo em um extremo as estruturas sociais que são inerentemente mais fixas, mais estáveis, e no outro extremo, as ações individuais, mais flexíveis e sujeitas a mudanças. Nas palavras de Resende & Ramalho (2011, p. 14), “o conceito de prática social refere-se a uma entidade intermediária, que se situa entre as estruturas sociais mais fixas e as ações individuais mais flexíveis”.

Considerando que, como visto, as práticas sociais constituem-se em formas por meio das quais as pessoas agem e interagem na sociedade, estas são estatutos sociais de comportamentos, posicionamentos e vivência de papéis sociais, estabelecidos de maneira compartilhada. As práticas sociais articulam ação e interação e, assim, “são um foco coerente para uma abordagem como a ADC, porque permitem (...) manter o foco simultaneamente nas potencialidades das estruturas e na individualidade dos eventos”. (RESENDE & RAMALHO, 2011, p.39)

2.1.1 Eventos Discursivos

No âmbito do discurso enquanto modo de ação, e forma em que as pessoas agem sobre o mundo, é pertinente destacar o conceito de *eventos discursivos*, que diz respeito a momentos específicos e situações mais restritas, em que as práticas sociais

³ Tradução livre de: “*By practices we mean habitualised ways, tied to particular times and places, in which people apply resources (material or symbolic) to act together in the world. Practices are constituted throughout social life*”.

transcorrem; são, de acordo com Chouliaraki & Fairclough (1999, p. 22), “acontecimentos imediatos individuais e ocasiões da vida social⁴”

Os mais variados eventos são momentos para as práticas sociais. Um evento pode movimentar práticas sociais distintas, e produzir múltiplos discursos, por vezes antagônicos e contraditórios, materializados no texto, o que nos proporciona importante material de pesquisa e investigação.

Os eventos discursivos importam a esta pesquisa, especialmente, tendo em vista o recorte dos dados a serem investigados, uma vez que foi selecionado um número de eventos sociais específicos para estabelecimento de um contraponto sobre a natureza das práticas sociais e dos discursos que permeiam esses eventos no âmbito das Redes Sociais.

Assim, tendo sido apresentada breve explanação sobre o conceito de discurso enquanto prática social no âmbito do escopo teórico da Análise do Discurso Crítica, passaremos à importante conceituação de *poder*, já que não há como falar de discurso como prática social sem falar de poder. É relevante retomar as palavras de Foucault, que defende o próprio discurso como importante forma de poder, ao afirmar que “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”. (FOUCAULT, 2012, p. 10)

2.2 Poder e Hegemonia

O conceito de poder perpassa de forma evidente todo este trabalho de pesquisa, uma vez que um dos principais objetos de análise é justamente a identificação de como se materializam as relações (de assimetria) de poder nas Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*.

Para tanto, é preciso primeiramente localizar a abrangência do poder na sociedade enquanto prática discursiva, e refletir acerca das implicações do exercício do poder. Nesse sentido, van Dijk (2010, p. 27) faz uma consideração de grande pertinência para este trabalho, ao pontuar que “é um mal-entendido comum dizer que o

⁴ Tradução livre de: “*Events are the individual, immediate happenings and occasions of social life*”.

poder é inerentemente ‘ruim’ e que a análise de discurso e poder é, por definição, uma análise ‘crítica’”. Essa constatação enseja a necessidade de estabelecer de forma clara e contundente, que, embora naturalmente o foco das pesquisas em ADC resida na análise do poder como forma de dominação, nem todo o poder é inerentemente negativo. Van Dijk prossegue em sua argumentação, dizendo que “o poder, óbvia e trivialmente, pode ser usado para muitos propósitos neutros ou positivos, como quando pais e professores educam crianças, a mídia nos informa, os políticos nos governam, (...)”.

O autor estabelece uma listagem exemplificativa de formas de exercício de poder que são legítimas e, *a priori*, benéficas para a sociedade. Dessa forma, nem toda forma de poder representa algo a ser combatido e questionado. Conforme destaca van Dijk, “a sociedade não funcionaria se não houvesse ordem, controle, relações de peso e contrapeso, sem as muitas relações legítimas de poder”.

Para os objetivos desta pesquisa, buscamos analisar prioritariamente o poder enquanto prática social ilegítima por meio da dominação e, especialmente, da manipulação discursiva. Antes, no entanto, é importante posicionar o poder no âmbito das práticas sociais e dos papéis sociais desempenhados pelas pessoas.

O poder se revela na percepção de que há agentes diferenciados no discurso, há papéis sociais diversos, e relações sociais que se pautam por assimetrias, seja para assegurar a manutenção do poder daqueles que o detêm, seja para romper com tais estruturas sociais através da mudança social.

De uma forma geral, podemos estabelecer que o poder está diretamente relacionado aos papéis sociais exercidos pelo indivíduo, e, em consequência, aos recursos que tal papel social aciona. A maior parte de nossas relações, desde o nascimento, são perpassadas pelas diferenças de poder. Nas palavras de van Dijk (2010, p. 88): “o poder é baseado em um acesso privilegiado a recursos sociais valorizados, como riqueza, empregos, status ou mesmo um acesso preferencial ao discurso e à comunicação públicos”.

Locke (2004, p. 1-2) se reporta a Fairclough e afirma, acerca da Análise do Discurso, que a teoria não vê o poder como algo imposto ou os sujeitos de maneira individual, mas sim como a atuação de uns de forma a subjugar outros, como decorrência de seu status, ou de seu papel social:

Fairclough (...) vê o poder na sociedade não meramente como imposto ou como sujeitos individuais, mas como um efeito inevitável do modo como configurações ou estruturas discursivas particulares privilegiam o status e as posições de algumas pessoas em detrimento de outras.⁵

Quando se fala em poder é recorrente pensar em autoridades instituídas, empossadas em cargos específicos, que exercem poder evidente sobre seus subordinados, ou mesmo em grandes poderosos políticos responsáveis por decisões que influenciam grandes multidões, ou ainda no poder como exercido por meio da força, ou coerção. Mas o poder, em sua amplitude, tem um alcance muito mais amplo e cotidiano. O mesmo indivíduo pode exercer uma forma de poder em relação a outro em determinada situação e se ver subjugado pelo mesmo outro em uma situação diferente, independente de força ou poder bélico.

Fica claro então que as relações de poder não estão vinculadas exclusivamente ao sujeito e seu papel social, mas especificamente ao contexto específico em que a relação se materializa e às condições em que isso ocorre. Isso porque os mesmos indivíduos, em relação um com o outro, podem exercer papéis sociais diferentes.

O poder na sociedade atual, tendo em vista sua configuração, que focaliza a informação e, especialmente, o domínio dessa informação, frequentemente reside em questões subjetivas, em especial por intermédio das chamadas ‘elites simbólicas’, conforme aponta van Dijk:

O modo de produção da articulação é controlado pelo que se pode chamar de ‘elites simbólicas’, tais como jornalistas, escritores, artistas, diretores, acadêmicos, e outros grupos que exercem o poder com base no ‘capital simbólico’ (Bordieu, 1977, 1984; Bordieu e Passeron, 1977) (van DIJK, 2010, p. 45)

Ou seja, van Dijk (2010, p. 46) defende que “ao lado das elites política, militar e econômica, as elites simbólicas desempenham um papel essencial ao dar sustentação ao aparato ideológico que permite o exercício e a manutenção do poder em nossas modernas sociedades da informação e da comunicação”. E é justamente a esse poder de

⁵ Tradução Livre: “(...) views Power in Society not so much as imposed or individual subjects as an inevitable effect of a way particular discursive configurations or arrangements privilege the status and positions of some people over others”.

ordem simbólica que buscaremos nos remeter ao analisar eventos das Redes Sociais *Facebook e Twitter*.

Para distinguir entre o poder enquanto estrutura necessária ao sistema social, e aquele poder ilegítimo que resulta em benefício de um (uns) em detrimento de outro(s), van Dijk se utiliza do termo ‘abuso de poder’, ou, no caso do poder que implica desigualdade, ‘dominação’, “uma noção que implica a dimensão negativa de ‘abuso’ e também a dimensão da injustiça e de desigualdade, isto é, todas as formas ilegítimas de ação e de situações” (van DIJK, 2010, p. 28).

Como regra geral, podemos falar do uso ilegítimo do poder discursivo, isto é, da dominação, se esse discurso ou suas possíveis consequências sistematicamente violam os direitos humanos ou civis das pessoas. Mais especificamente, esse é o caso se tal discurso promove formas de desigualdade social, como quando ele favorece os interesses dos grupos dominantes em detrimento dos interesses dos grupos não dominantes, precisamente porque estes não têm o mesmo acesso ao discurso público. (van DIJK, 2010, p. 32)

Justamente por seu caráter de injustiça, esse tipo de manifestação do poder tende a ser alvo de maiores reflexões e denúncias com vistas à mudança social, e, conseqüentemente, é objeto da maior parte das análises e das pesquisas em ADC.

Os Estudos Críticos do Discurso não estão meramente interessados em qualquer tipo de poder, mas especificamente se concentram no abuso de poder, isto é, nas formas de dominação que resultam em desigualdade e injustiça sociais (van DIJK, 2010, p. 10).

Este abuso de poder, ao qual se refere van Dijk (2010, p. 29), “significa a violação de normas e valores fundamentais no interesse daqueles que têm o poder contra os interesses dos outros”. E é importante frisar que esse tipo de violação, em geral, não ocorre de maneira explícita, mas sim revestida de um discurso que busca legitimar esse tipo de dominação.

Cabe aqui mencionar novamente Fairclough, ao afirmar que o “discurso é um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros”. A parte final da citação ecoa diretamente nos estudos sobre poder. Afinal, é por meio do discurso que as pessoas não somente agem sobre o

mundo, mas também sobre outras pessoas. O poder está relacionado à influência no comportamento e ação alheios.

É pertinente refletirmos, então, sobre a inconstância da distribuição do poder, uma vez que este não é estático, imutável, permanente. Ao contrário, é justamente algo que está sempre vivenciando questionamentos e mudanças. Para a ADC o poder é algo temporário, que vivencia um equilíbrio instável, por isso, as relações assimétricas de poder são passíveis de mudanças.

Tal constatação é relevante, tendo em vista duas questões: primeiramente, porque aponta para a possibilidade de questionar as estruturas sociais tal como postas, e, conseqüentemente, a possibilidade de mudança social; em segundo lugar, aponta para a existência de estratégias por parte dos detentores do poder para se manterem em tal posição, o que resulta na necessidade de um olhar mais atento para suas práticas sociais a fim de identificar a utilização de tais recursos.

Dessa forma, as relações sociais que buscamos focalizar, em geral, direcionam-se para dois extremos distintos, apenas didaticamente separados, a manutenção hegemônica e a mudança social. Ou seja, a atuação na sociedade pode assegurar a manutenção do *status quo* ou buscar uma quebra com as bases da sociedade vigente e, conseqüentemente, uma mudança social.

É justamente nesse ponto que cabe introduzirmos o conceito de *hegemonia*, ou poder hegemônico. Fairclough (2001, p. 122) recorre ao conceito de Gramsci sobre o assunto e afirma que:

Hegemonia é o poder sobre a sociedade como um todo de uma das classes economicamente definidas como fundamentais em aliança com outras forças sociais, mas nunca atingido senão parcial e temporariamente, como um ‘equilíbrio instável’.

Ainda nesse sentido, o autor afirma que a “hegemonia é um foco de constante luta sobre pontos de maior instabilidade entre classes e blocos para construir, manter ou romper alianças e relações de dominação / subordinação, que assume formas econômicas, políticas e ideológicas” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 122).

Resende & Ramalho (2011 p. 13) chamam atenção para o uso da linguagem como elemento fundamental no âmbito da hegemonia, ao afirmarem que “a linguagem

se mostra um recurso capaz de ser usado tanto para estabelecer e sustentar relações de dominação quanto, ao contrário, para contestar e superar tais problemas”.

É evidenciada, então, a instabilidade que reside nas relações de poder. Cabe mencionar que as hegemonias são produzidas, reproduzidas, contestadas e transformadas no discurso, e é justamente essa instabilidade da hegemonia que leva ao conceito de lutas hegemônicas.

Ainda no que diz respeito ao poder, Van Dijk (2010, p. 17) define o poder social em termos de controle de um grupo sobre outros grupos e seus membros. Tendo em vista que o poder social busca sua manutenção hegemônica por meio do consenso, Fairclough (2001, p. 75) explica que o poder “não funciona negativamente pela dominação forçada dos que lhe são sujeitos”, mas que “ele os incorpora e é produtivo no sentido de que os molda e reinstrumentaliza, para ajustá-los a suas necessidades”. O indivíduo pode, então, ser persuadido a praticar ações em benefício dos detentores de poder, ludibriado de que o faz em nome de seus próprios interesses, o que caracteriza abuso de poder.

O poder discursivo costuma ser direta ou indiretamente persuasivo e, portanto, exhibe justificativas, argumentos, promessas, exemplos e outros instrumentos retóricos que aumentam a probabilidade de os receptores formarem as representações mentais desejadas. Uma estratégia crucial quando se trata de disfarçar o poder é convencer as pessoas sem poder de que elas praticaram as ações desejadas em nome de seus interesses (van DIJK, 2010, p. 84).

Fairclough (2001, p. 75) pontua, de maneira bastante apropriada, que, para que esse tipo de prática persuasiva se faça eficaz, é necessário que os mecanismos de dominação não sejam evidentes:

O poder é implícito nas práticas sociais cotidianas, que são distribuídas universalmente em cada nível de todos os domínios da vida social e são constantemente empregados; além disso, o poder é 'tolerável somente na condição de que mascare uma grande parte de si mesmo. Seu sucesso é proporcional à sua habilidade para esconder seus próprios mecanismos'.

A esse respeito, van Dijk (2010, p. 123), afirma que “uma característica típica da manipulação é comunicar crenças implicitamente, isto é, sem realmente afirmá-las e,

portanto, com pouca chance de serem questionadas”. Tal afirmação é coerente com o modo de operação da ideologia da reificação (THOMPSON, 1995), já mencionado. Fica claro então, que o principal objetivo em se manter os mecanismos de dominação ocultos é assegurar que haja o mínimo de questionamento possível quanto às práticas de dominação em curso, e assim buscar a manutenção do poder tal qual estabelecido. Mey (2001, p. 115) destaca que manter esses mecanismos ocultos, possibilita assumir uma identidade que resulta na manutenção do poder, ao afirmar que “a transferência de poder de uma violência direta para uma violência indireta e oculta torna possível reter um ‘vínculo duradouro’ com seus subordinados sem ter que revelar-se como um monstro, um tirano desumano ou um opressor”.

Nessa linha de argumentação, o papel essencial dos Estudos Críticos do Discurso (ECD) é justamente tornar visíveis tais mecanismos, buscando, assim, neutralizar sua atuação nas práticas sociais e reivindicar a possibilidade de mudança social. Conforme assinalado por van Dijk, a “principal meta social e prática dos ECD é desenvolver estratégias discursivas de dissensão e resistência” (van DIJK, 2010, p. 35). Ou seja, tendo em vista que o poder pode ser reivindicado, tomado, recorreremos às palavras de Mey sobre o assunto, que posiciona o conceito de poder no espectro da ADC, fazendo referência a Fairclough, justamente nesses termos.

A análise do discurso é, portanto, para Fairclough, a análise ‘do poder a ser tomado’, e, nesse sentido, ele se coloca firmemente num caminho societalmente relevante: o poder que existe, e existe para ser tomado, não reside nas construções gramaticais, ou na conversação como tal, como também não é algo que surge em conversa, ou no ‘discurso’, no sentido de ‘conversação’ (...): o poder está firmemente enraizado nas estruturas de nossa sociedade, e para discernir esse poder (o que é uma pré-condição para ‘tomá-lo’) precisamos analisar tais estruturas (MEY, 2001, p. 174).

Uma vez que o poder vivencia a instabilidade, conforme mencionamos anteriormente, e tendo em vista que “os receptores podem não possuir o conhecimento e as crenças necessárias para questionar o discurso ou a informação a que estão expostos” (Wodak apud van DIJK, 2010, p. 122), é preciso identificar estruturas discursivas de dominação, bem como espaços para mudança social.

É justamente esse o propósito desta pesquisa: buscar no âmbito das Redes Sociais, elementos discursivos de manutenção de poder, e também espaços e

alternativas de questionamento do poder hegemônico. Essa dominação à qual nos referimos “raramente é absoluta; é frequentemente gradual e pode encontrar maior ou menos resistência ou contrapoder por parte dos grupos dominados” (van DIJK, 2010, p. 88). Isso porque os grupos sujeitos à dominação e ao abuso de poder “podem, em menor ou maior grau, aceitar, consentir, acatar, legitimar ou resistir a esse poder e até mesmo achá-lo ‘natural’” (van DIJK, 2010, p. 118).

É possível que se questione se o mero desvelamento dos mecanismos de dominação e manutenção do poder constituído é suficiente para tornar a pesquisa crítica socialmente relevante. Meurer (2005, p. 92), porém, pontua que “ter conhecimento sobre o envolvimento da linguagem nas questões de poder pode cooperar para mudanças no exercício de formas de poder”.

De fato, evidenciar desigualdades pode conduzir à mudança social, pode possibilitar que um indivíduo ou um grupo de indivíduos, que está submetido a alguma forma de manipulação, venha a buscar alterar esse quadro, uma vez consciente de sua realidade enquanto dominado. Resende & Ramalho (2011, p. 25) se remetem a Fairclough (1989) e afirmam que,

(...) se alguém se torna consciente de que um determinado aspecto do senso comum sustenta desigualdades de poder em detrimento de si próprio, aquele aspecto deixa de ser senso comum e pode perder a potencialidade de sustentar desigualdades de poder, isto é, de funcionar ideologicamente.

Também com base nas palavras de Fairclough, Meurer (2005, p. 94) endossa tal ponto de vista, afirmando que “uma vez que alguém se torne consciente do valor ideológico de determinado discurso, pode resistir a ele, e o aspecto ideológico pode conseqüentemente perder ou diminuir seu efeito”, e considera, ainda, que “a compreensão do papel da linguagem como prática social pode cooperar para a emancipação de grupos menos privilegiados”.

Ainda no que diz respeito à análise dos mecanismos de dominação, enquanto potencial para mudança social, Mey (2001, p. 174) afirma que “somente analisando, e desse modo neutralizando, o poder dominante na sociedade, podemos entendê-la, e assim neutralizar seus problemas”.

Nesse sentido, podemos depreender que a Análise do Discurso Crítica se presta a evidenciar as desigualdades que decorrem de formas de manipulação social. Locke (2004, p. 2) ressalta isso, ao afirmar que “a Análise do Discurso Crítica deve ser entendida como uma intervenção política com sua própria agenda de transformação social”.⁶

É pertinente nesse momento estabelecer uma breve diferenciação entre evidenciar o mecanismo de dominação discursiva e ‘empoderar’ o indivíduo, reivindicando direitos em seu lugar, e eliminando, em seu nome assimetrias de poder. Entendemos que considerar o pesquisador como capaz de dar voz aos sujeitos dominados pelas elites simbólicas vai além do papel de investigação e exposição que lhe cabe. Isso porque não há como reivindicar a mudança social pelo outro, ou por ‘outros’. E o pesquisador - embora possa, por vezes, afirmar que sim - não se encontra em situação de igualdade em relação aos grupos dominados que investiga. Nas palavras de Spivak,

Dois sentidos do termo ‘representação’ são agrupados: a representação como ‘falar por’, como ocorre na política, e representação como ‘representação’, como aparece na arte ou na filosofia. Como a teoria é também apenas uma ‘ação’, o teórico não representa (fala por) o grupo oprimido. (SPIVAK, 2010, p.31)

Spivak (2010, p. 33) pontua, ainda, acerca da impossibilidade de o pesquisador falar pelo grupo oprimido como forma de empoderá-lo, o que considera como “a banalidade das listas produzidas pelos intelectuais de esquerda nas quais nomeia subalternos politicamente perspicazes e capazes de autoconhecimento”. Spivak entende que tais intelectuais, ao representarem os grupos oprimidos, “representam a si mesmos como sendo transparentes”.

Assim, entendemos que tornar o sujeito consciente da manipulação discursiva à qual está sujeito pode conduzir à mudança social, a depender das práticas a serem posteriormente adotadas por este após tal conscientização. Spivak (2010, p. 61) apresenta valiosa contribuição ao afirmar que “é o deslize entre tornar o mecanismo visível e tornar o indivíduo vocal, evitando em ambos os casos, ‘qualquer forma de

⁶ Tradução livre de: “CDA has to be seen as a political intervention with its own socially transformative agenda”.

análise [do sujeito], quer seja psicológica, psicanalítica ou linguística’, que é consistentemente problemática”.

Ainda nesse sentido, cabe brevemente ressaltar a importância de uma educação propriamente linguística que venha a evidenciar a consciência crítica do discurso. Na educação em língua materna praticada no Brasil, ainda percebemos uma preocupação demasiada com a forma, a estrutura gramatical da língua, em termos de ensino de nomenclaturas teóricas, e uma falta de zelo quanto à criticidade discursiva, tão relevante para que os indivíduos se tornem conscientes de sua atuação em relação aos outros, e especialmente o inverso.

De certa forma, uma atuação passiva em relação à criticidade no ambiente escolar é uma forma de assegurar a manutenção do poder hegemônico, uma vez que “todo sistema de educação é uma maneira política de manter ou de modificar a apropriação dos discursos, com os saberes e os poderes que eles trazem consigo”. (FOUCAULT, 2012, p. 41)

Vejamos o que diz Fairclough (2001, p. 120) a esse respeito:

Mesmo quando nossa prática pode ser interpretada como de resistência, contribuindo para a mudança ideológica, não estamos necessariamente conscientes dos detalhes de sua significação ideológica. Essa é uma razão para se defender uma modalidade de educação linguística que enfatize a consciência crítica dos processos ideológicos no discurso, para que as pessoas possam tornar-se mais conscientes de sua própria prática e mais críticas dos discursos investidos ideologicamente a que são submetidas.

Retomando a questão do poder hegemônico que pode produzir formas de dominação por intermédio de estratégias de manipulação, vejamos o que diz van Dijk (2010, p. 239) quanto à manipulação no contexto de uma sociedade democrática: “(...) a manipulação é ilegítima em uma sociedade democrática porque (re)produz ou pode (re)produzir desigualdade: ela serve aos interesses dos grupos poderosos e seus falantes, e fere os interesses dos grupos e falantes menos poderosos”.

O autor afirma ainda (Van Dijk, 2010, p. 255) que, “dada a situação social específica, pode haver muitas estratégias distintas que são preferidas na manipulação, ou seja ‘protótipos manipuladores’; e tipos específicos de falácias podem ser usados para persuadir as pessoas a acreditar em algo ou fazer algo”.

Ainda neste viés, Resende & Ramalho (2011, p. 24) afirmam que “quando o abuso de poder é instaurado e mantido por meio de significados discursivos, está em jogo a ideologia”; e van Dijk (2010, p. 85) diz que “o poder pressupõe conhecimento, crenças e ideologias a fim de sustentar-se e reproduzir-se”.

Dessa forma, cabe refletir também acerca da *ideologia*, bem como acerca de algumas das estratégias utilizadas no contexto de dominação e manipulação por intermédio do discurso.

Ideologia, no âmbito da Análise Crítica do Discurso, assume uma significação com uma carga essencialmente negativa, tendo em vista justamente sua atuação em benefício da manutenção do poder das elites dominantes. Resende & Ramalho (2011, p. 25) apresentam tal conceituação, se remetendo especialmente à perspectiva crítica de Thompson (2002), nos seguintes termos:

Na ADC ‘ideologia’ é um conceito inerentemente negativo. É um instrumento semiótico de lutas de poder, ou seja, uma das formas de se assegurar temporariamente a hegemonia pela disseminação de uma representação particular de mundo como se fosse a única possível e legítima.

As autoras (2009, p. 46) reafirmam a importância da ideologia na sustentação das relações de poder, entendendo que “uma vez que o poder depende da conquista do consenso e não apenas de recursos para o uso da força, a ideologia tem importância na sustentação de relações de poder”. Ainda nesse sentido, van Dijk (2010, p. 48) afirma que “todas as ideologias (incluindo as científicas) englobam uma (re)construção da realidade social dependente de interesses”.

Fairclough (2001, p. 117) entende as ideologias como “significações/construções da realidade (...) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas”. O autor destaca que as ideologias “contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação”. Faz referência, ainda, à posição de Thompson (1984, 1990) e afirma que “determinados usos da linguagem e de outras ‘formas simbólicas’ são ideológicos”, ou seja, “servem, em circunstâncias específicas, para estabelecer ou manter relações de dominação”.

Tendo em vista tal conceituação, percebemos que, ao representar o mundo

de forma particular, como sendo a única forma possível, a ideologia propicia a difusão de uma falsa premissa de que a realidade não pode ser alterada, de que as coisas são como são irremediavelmente. Assim, “o poder dessas ideologias”, por ser “capaz de moldar o consenso, fornece as condições que tornam desnecessária qualquer ‘conspiração’ desses grupos de poder” (VAN DIJK, 2010, p. 51). Uma vez que, se para os grupos dominados não há possibilidade de mudança, não há reação ao abuso de poder, e conseqüentemente, não há ameaça às elites dominantes. Van Dijk (2010, p. 48). afirma que:

Os grupos ou classes dominantes tendem a esconder sua ideologia (e, portanto, seus interesses) e terão por meta fazer que esta seja, em geral aceita como um sistema de valores, normas e objetivos “geral” ou “natural”. Nesse caso, a reprodução ideológica incorpora a natureza da formação de consenso, e o poder derivado dela toma uma forma hegemônica.

No entanto, Fairclough (2001, p. 121) acrescenta que é possível transcender a ideologia à medida que as pessoas transcendem as sociedades, e pontua também que nem todo discurso é irremediavelmente ideológico:

Mas daí nem todo discurso é irremediavelmente ideológico. As ideologias surgem nas sociedades caracterizadas por relações de dominação com base na classe, no gênero social, no grupo cultural, e assim por diante, e, à medida que os seres humanos são capazes de transcender tais sociedades, são capazes de transcender a ideologia.

Quanto ao estabelecimento do interesse próprio como interesse do todo, da sociedade, Resende & Ramalho (2011, p. 24) se reportam ao que é afirmado por Eagleton (1997) a esse respeito, ressaltando a ideologia enquanto difusão de uma visão de mundo única, em benefício da elite dominante:

Para grupos particulares se manterem temporariamente em posição hegemônica, é necessário estabelecer e sustentar liderança moral, política e intelectual na vida social. Isso pode ser parcialmente assegurado, segundo Eagleton (1997, p. 108), pela ‘difusão de uma visão de mundo particular pela sociedade como um todo, igualando, assim, o próprio interesse de um grupo em aliança com o da sociedade em geral’.

Passemos, então, à observação dos modos gerais de operação da ideologia propostos por Thompson (1995, p. 81-9), que serão de grande operacionalidade para as análises que buscamos estabelecer. São elencados pelo autor cinco modos gerais de operação da ideologia: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação, e respectivas estratégias típicas de construção simbólica, conforme o quadro abaixo, extraído de Thompson (1995, p. 81):

<i>Modos Gerais</i>	<i>Algumas Estratégias Típicas de Construção Simbólica</i>
Legitimação	Racionalização Universalização Narrativização
Dissimulação	Deslocamento Eufemização Tropo (sinédoque, metonímia, metáfora)
Unificação	Estandarização Simbolização de Unidade
Fragmentação	Diferenciação Expurgo do Outro
Reificação	Naturalização Eternalização Nominalização / passivação

Cabe destacar as palavras do autor (Thompson, 1995, p. 81), ao afirmar que “esses cinco modos não são as únicas maneiras de como a ideologia opera”, e ainda que “esses modos podem sobrepor-se e reforçar-se mutuamente e a ideologia pode, em circunstâncias particulares, operar de outras maneiras”. Dessa forma, o autor ressalta que tal categorização não tem o objetivo de ser exaustiva e exclusiva, mas meramente exemplificativa. Dito isto, passemos ao detalhamento desses modos de operação da ideologia.

A legitimação busca apresentar o mundo de uma forma que considere as relações de dominação como justas - algo bastante próprio, por exemplo, do discurso capitalista ocidental que privilegia o mérito, o esforço, o estudo, como formas de ascensão social e, por vezes, não reflete acerca de como as diferenças sociais implicam situações de vida distintas, ou seja, diferentes pontos de partida para o esforço, o estudo e conseqüentemente o mérito. Thompson (1995, p. 82) destaca que a legitimação pode se basear em três estratégias de construção simbólica: a racionalização, a

universalização e a narrativização. Na racionalização “o produtor de uma forma simbólica constrói uma cadeia de raciocínio que procura defender, ou justificar, um conjunto de relações ou instituições sociais, e com isso persuadir uma audiência de que isso é digno de apoio” (Thompson, 1995, p. 82). Já quanto à universalização, Thompson (1995, p. 83) afirma que “acordos institucionais que servem aos interesses de alguns indivíduos são apresentados como servindo aos interesses de todos”. E por fim, no que diz respeito ao modo de operação da legitimação, a estratégia de narrativização compreende a inserção de exigências de legitimação em “histórias que contam o passado e tratam o presente como parte de uma tradição eterna e aceitável” (Thompson, 1995, p. 83).

O segundo modo de operação da ideologia é a dissimulação, que diz respeito ao estabelecimento ou sustentação das assimetrias de poder ilegítimas por meio de sua negação ou ofuscação, e se utiliza de estratégias de construção simbólica como deslocamento, eufemização e tropo. No deslocamento, “um termo costumeiramente usado para se referir a um determinado objeto ou pessoa é usado para se referir a um outro, e, com isso, as conotações positivas ou negativas do termo são transferidas” (Thompson, 1995, p. 83). Já na estratégia da eufemização, “ações, instituições ou relações sociais são descritas ou redescritas de modo a despertar uma valoração positiva” (Thompson, 1995, p. 83), o que visa ofuscar pontos de instabilidade. A última estratégia relativa ao modo de operação da ideologia da dissimulação apresentada por Thompson (1995) é o tropo, que remete a figuras de linguagem como sinédoque, metonímia, metáfora, e refere-se, de maneira geral, justamente ao uso figurativo da linguagem, que pode servir a interesses de apagamento de relações conflituosas.

O terceiro modo de operação da ideologia é a unificação, que busca manter ou estabelecer relações de dominação por meio da construção simbólica de unidade; ou seja, trata-se de buscar uma concepção de interesse único, coletivo, por meio da interligação de “indivíduos numa identidade coletiva, independentemente das diferenças e divisões que possam separá-los” (Thompson, 1995, p. 86). Esse modo de operação aciona duas estratégias de construção simbólica: a padronização e a simbolização. A padronização compreende a adoção de um referencial padrão, partilhado. Já a simbolização se utiliza da construção de símbolos de unidade, de identidade e de identificação coletivas.

Quanto à fragmentação, quarto modo de operação da ideologia, este sustenta as relações de desigualdade por meio da segmentação de pessoas ou de grupos de pessoas que, caso estivessem unidos, poderiam se constituir em um obstáculo à manutenção do poder hegemônico. Cabe nesse momento retomar as palavras de van Dijk (2010, p. 51), ao afirmar que “as elites do poder também possuem acesso a manobras para controlar a dissidência e a resistência”. Quanto às estratégias de construção simbólica deste modo de operação da ideologia, temos a diferenciação e o expurgo do outro. A diferenciação é a estratégia que dá ênfase às “distinções, diferenças e divisões entre pessoas e grupos, apoiando as características que os desunem e os impedem de constituir um desafio efetivo às relações existentes” (THOMPSON, 1995, p. 87). Já a estratégia do expurgo do outro envolve a construção de um inimigo, retratado como ameaçador e, assim, representado simbolicamente, como algo a ser combatido, como o grupo que possa se constituir em um obstáculo aos interesses do grupo detentor do poder.

O último modo de operação da ideologia é a reificação, que busca representar como permanente e imutável uma situação transitória, descontextualizando sua condição meramente sócio histórica. Neste sentido, as estratégias simbólicas no âmbito da reificação são a naturalização, a eternalização, a nominalização e a passivação. Por meio da estratégia da naturalização, criações sociais e históricas são tratadas como um acontecimento natural ou como um resultado inevitável de características que são naturais. Sobre a naturalização, Meurer (2005, p. 91) afirma que

A noção de naturalização é associada à de opacidade. Significa que as ‘realidades’ criadas discursivamente passam a ser percebidas como algo natural, imutável, parte da sua própria natureza. Uma vez que determinada perspectiva se torna naturalizada, torna-se legítima, subliminar e de difícil desconstrução.

No âmbito do modo de operação da ideologia da reificação, na estratégia da eternalização, fenômenos sócio históricos são retratados como permanentes, recorrentes e imutáveis, mediante o esvaziamento de seu caráter histórico. E, por fim, na estratégia da nominalização e da passivação, há a concentração da atenção do ouvinte ou leitor em certos temas, desviando sua atenção de outros e, assim, possibilitando o apagamento de atores e ações.

Estes modos de operação da ideologia serão muito oportunos para refletirmos acerca dos dados gerados no âmbito das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*, e, uma vez

estabelecidos, passamos então à conceituação de identidade como sendo uma construção discursiva, e suas implicações para o estabelecimento de papéis sociais.

2.3 Identidade e Alteridade

Para finalizar este capítulo dedicado às conceituações fundamentais no âmbito da pesquisa, buscaremos focalizar a identidade enquanto construção social. A definição e delimitação do que vem a ser o *eu* e o *outro* tem relevância central em todas as relações discursivas que se estabelecem na sociedade, por que define o que pode ser dito, por quem e como, ou seja, delimita os traços das interações discursivas e das práticas sociais em geral, tanto em termos de conteúdo como de forma. Mey (2001, p. 71) ressalta a interação enquanto parâmetro social por meio de semelhanças e diferenças:

Entretanto, a atividade individual, por si só, não leva à organização societal; (...) O que é preciso é interação: indivíduos agindo com (ou contra) outros, nas 'igualdades' e 'desigualdades' que acabam se tornando os parâmetros primitivos de qualquer sociedade.

Fairclough (2003) afirma, nesse mesmo contexto que “a construção de identidades e de identificações também está ligada aos processos representacionais de classificação, de elaboração de semelhanças e diferenças”.

Nesse sentido, é preciso inicialmente ressaltar que a identidade não é posta *a priori*, mas se constitui social e discursivamente e estabelece os papéis de quem pode ou não falar, se posicionar, (inter)agir, em determinados contextos. É importante pontuar a inconstância das identidades, que, por se tratarem de construções simbólicas, são instáveis e estão sujeitas às relações de poder e a lutas por sua definição.

A identidade não é algo que as pessoas têm, de forma fixa, definitiva, e “vestem” quando necessário. Mas ao contrário, é construída de forma constante baseada na alteridade, na relação que se estabelece com o outro na interação. Galli (2010, p. 53) afirma que “a noção de identidade não pode ser definida como fixa, fechada, sistematizada, mas como algo que envolve o movimento da história, o deslocamento de

posições-sujeito”. A autora (2010, p. 52) também defende que tanto o sujeito quanto os sentidos estão em constante movimento: são sempre os mesmos e sempre outros, possibilitando (nesse mesmo e diferente) a manifestação das identidades.

Nesse âmbito, Ingedore Koch postula o caráter ativo do sujeito, ao afirmar que:

à concepção de língua como lugar de interação corresponde à noção de sujeito como entidade psicossocial, sublinhando-se o caráter ativo dos sujeitos na produção mesma do social e da interação e defendendo a posição de que os sujeitos (re)produzem o social na medida em que participam ativamente da definição da situação na qual se acham engajados, e que são atores na atualização das imagens e representações sem as quais a comunicação não poderia existir (KOCH, 2002, p.15).

Podemos afirmar, então, que as relações sociais se constroem justamente na diferenciação entre o pertencente e o não pertencente, o *nós* em oposição ao *eles*; o *eu* em oposição ao *outro*: as relações de identidade estão aí constituídas. O estabelecimento desses papéis sociais é fundamental para uma constituição de identidade social compartilhada e é um recurso bastante frequente na reafirmação dos diferentes lugares ocupados socialmente, especialmente nas relações de poder, sendo esse processo constituído e constituinte do discurso. Além de ser um modo de representar o mundo e de (inter)agir nele, como vimos, a linguagem como discurso é também, e, sobretudo, um modo de identificar a si mesmo e aos outros.

Foucault (2012) estabelece uma importante relação entre a construção dessa identidade social à qual nos referimos e as relações de poder, ao afirmar que “o sujeito é construído a partir das disciplinas e dos regimes de verdade, processo em que as relações de poder (não apenas no sentido repressivo) estão presentes e predominam na definição de identidades”.

Dessa forma, as relações de poder são determinantes na constituição de identidades e estabelecimento de papéis sociais que beneficiem a elite dominante, por meio da disseminação de discursos, que são dialeticamente materializados em maneiras de agir e interagir, e podem ser inculcados em maneiras de ser, através da construção de identidades.

Goffman (2008) estabelece uma metáfora interessante quanto à representação de diversos papéis sociais, relacionando-a a uma performance teatral. Dessa forma, coloca que o sujeito busca se apresentar de forma compatível com as expectativas

sociais daqueles com quem interage, buscando assim aceitação social, o que de fato ocorre nas práticas sociais vivenciadas cotidianamente. Uma vez que, a depender do papel social desempenhado, há determinadas expectativas sociais acionadas quanto às práticas sociais e discursivas que podem/devem ser evidenciadas.

Assim, quando o indivíduo se apresenta diante dos outros, seu desempenho tenderá a incorporar e exemplificar os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade e até realmente mais do que o comportamento do indivíduo como um todo (GOFFMAN, 2008, p. 41).

O autor esclarece ainda, que o sujeito precisa moldar sua identidade e seus valores para se adequar ao social, ao afirmar que “se um indivíduo tem de dar expressão a padrões ideais na representação, então terá de abandonar ou esconder ações que não sejam compatíveis com eles” (GOFFMAN, 2008, p. 46).

Tal constatação está relacionada ao que mencionamos quanto ao pertencimento pela constituição das identidades no que tange às igualdades e diferenças em relação ao outro. Assim, “o papel que um indivíduo desempenha é talhado de acordo com os papéis desempenhados pelos outros presentes e, ainda, esses outros também constituem a plateia” (GOFFMAN, 2008, p. 9).

Considerar que a atuação e o posicionamento social do indivíduo são moldados de acordo com o outro com quem este interage retoma a questão das assimetrias de poder. Isso porque a afirmação da identidade e da diferença no discurso evidencia conflitos de poder entre grupos que se encontram assimetricamente situados. A conduta de alguém que se relaciona com outros a quem deve submissão em qualquer nível difere da conduta assumida por aqueles sobre quem exerce poder. Goffman (2008, p. 13) afirma que “quando uma pessoa chega à presença de outras, existe, em geral, alguma razão que a leva a atuar de forma a transmitir a elas a impressão que lhe interessa transmitir”. Dessa forma, é a sobreposição de diversos papéis sociais exercidos pelo mesmo indivíduo em contextos interacionais distintos que constitui sua identidade, e que a molda constantemente. Tais papéis sociais são vivenciados, mais uma vez, a depender de sua posição em relação ao outro.

Mantendo a metáfora de Goffman (2008, p.52), é “graças à segregação do auditório que o indivíduo garante que aqueles diante dos quais desempenha um de seus

papéis não serão as mesmas pessoas para as quais representará um outro papel num ambiente diferente”. Estabelecendo uma relação entre tal metáfora com o discurso, vejamos o que afirma Foucault (2012, p. 40-41):

A doutrina liga os indivíduos a certos tipos de enunciação e lhes proíbe, conseqüentemente, todos os outros; mas ela serve, em contrapartida, de certos tipos de enunciação para ligar indivíduos entre si e diferenciá-los, por isso mesmo de todos os outros.

Considerando a construção de identidades como sendo perpassada pelas relações assimétricas de poder, e conseqüentemente, por formas de dominação e manipulação com vistas à manutenção hegemônica, interessa-nos mencionar o questionamento a tais identidades sociais, uma vez que enquanto construídas discursivamente, as identidades também podem ser - e, de fato, frequentemente são - contestadas no discurso.

Resende & Ramalho (2009, p. 77) apontam para a possibilidade de mudança social por meio do questionamento de identidades, afirmando que “é por meio da representação que identidade e diferença ligam-se a sistemas de poder; questionar identidades e diferenças é, então, questionar os sistemas legitimados que lhes servem de suporte na atribuição de sentido”. A busca pela mudança social passa pela identificação das construções identitárias e, quando necessário, pelo questionamento de tais construções, uma vez que são os indivíduos, inseridos nas práticas discursivas e sociais, que corroboram para a manutenção ou para a transformação das estruturas sociais estabelecidas. Afirmam ainda que “em nossa experiência no mundo, interiorizamos discursos que nos servem de suporte para a construção de nossas identidades, e essas construções identitárias podem nos prover ferramentas para ação transformadora” (RESENDE & RAMALHO, 2011, p. 72).

Diante da relevância social e linguística da temática da construção identitária, nos propomos nesta pesquisa a investigar as relações de identidade e de poder entre o “eu” e “outro” que interagem em um espaço de atuação discursiva típico do século XXI: as Redes Sociais. O termo *Online*, emprestado da língua inglesa para “conectado”, caracteriza a referência que pretendemos evidenciar das relações discursivas que permeiam os espaços digitais, e especialmente das identidades marcadas nesse contexto social virtual.

Mas, para darmos continuidade à delimitação de nossa abordagem de análise, é importante entender como funcionam os discursos nesses novos contextos de interação. Para tanto, buscaremos, no próximo capítulo, compreender as implicações dos gêneros textuais enquanto realização das interações sociais digitais no âmbito das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*, que tomamos como foco de nossas análises.

Capítulo 3

3. Redes Sociais Twitter e Facebook – Um olhar sobre Suportes e Gêneros

Dedicamos este terceiro capítulo a compreender como o discurso se realiza em gêneros textuais, tendo em vista sua relevância para nossa investigação. Os gêneros, enquanto constituídos socialmente, estabelecem importantes parâmetros para a prática discursiva, quando se considera o uso da linguagem pela perspectiva do discurso.

No âmbito das Redes Sociais, por exemplo, determinadas formas de repercussão das práticas sociais que analisaremos no Capítulo 4, somente alcançam tal proporção e constituem eventos discursivos relevantes de serem estudados, devido ao suporte por meio do qual são veiculados.

Iniciaremos este percurso teórico nos remetendo brevemente às teorias de gêneros, em seguida, passaremos às reflexões quanto aos gêneros em plataformas virtuais, ou os chamados *gêneros digitais*. Na sequência, daremos continuidade ao capítulo, ressaltando algumas importantes características dos gêneros digitais, em especial: as relações entre a fala e escrita, o hipertexto enquanto condutor do percurso discursivo, e a transitoriedade dos eventos e fenômenos nas Redes Sociais⁷.

3.1 Gêneros Textuais

Os estudos sobre gêneros textuais vêm se multiplicando de forma exponencial nos últimos anos. Marcuschi (2008, p. 147) enfatiza que “o estudo dos gêneros não é novo, mas está na moda”. Os gêneros textuais apontam para a língua como prática social e evidenciam o uso textual sistemático, que cria “tipos de enunciados relativamente estáveis” (BAKHTIN, 1997, p. 284).

⁷ Entendemos que as Redes Sociais podem ser compreendidas tanto enquanto plataformas como enquanto suportes que mobilizam diversos gêneros textuais. No entanto, tal discussão não é relevante para os propósitos deste trabalho, especialmente tendo em vista que os aspectos a serem abordados independem da categorização em questão.

Marcuschi ressalta, em sua obra *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*, que o estudo de gêneros tem início nos trabalhos de Aristóteles. Apesar disso, pontua também que, ao longo da história, muitas modificações conceituais foram feitas no que tange aos gêneros textuais. Já mais modernamente, Marcuschi traça as linhas teóricas predominantes a respeito do estudo de gêneros.

Resende & Ramalho (2011, p. 58) buscam estabelecer uma delimitação entre os conceitos de gêneros textuais e gêneros discursivos, com a preocupação de enfatizar que “gêneros não são ‘tipos textuais fixos’, mas, sim, um dos momentos de ordens do discurso”. Nesse viés, defendem que sejam definidos como *gêneros discursivos* e não ‘gêneros textuais’. Para os objetivos desta pesquisa, sem prejuízo à interface interdisciplinar que buscamos fazer entre a teoria de gêneros textuais e a ADC, nos referiremos aos gêneros como textuais, entendendo que estes compreendem materialização e organização das informações linguísticas, de acordo com a finalidade do texto, acionando estruturas específicas ao contexto social, em detrimento de outras.

Tendo em vista as construções conceituais estabelecidas no capítulo anterior, especialmente no que diz respeito às relações de poder, cabe localizar os gêneros enquanto perpassados por tais relações de poder. Resende & Ramalho (2011, p. 51), entendem os “gêneros, como maneiras de (inter)agir e relacionar-se discursivamente”, e destacam que os gêneros “implicam relações com os outros, mas também ação sobre os outros e poder”. Cabe também, nesse sentido, retomar as palavras de Marcuschi, ao afirmar que:

O gênero reflete estruturas de autoridade e relações de poder muito claras. Observe-se o caso da vida acadêmica e veja-se quem pode emitir um parecer, dar uma aula, confeccionar uma prova, fazer uma nomeação, defender uma tese de doutorado e assim por diante. Os gêneros são formas sociais de organização e expressões típicas da vida cultural (MARCUSCHI, In MARCUSCHI & XAVIER, 2010, p. 19).

Dessa forma, compreender em que contexto os gêneros textuais, e especificamente os gêneros textuais **digitais**, articulam o discurso e como as relações de poder são afetados pela veiculação de discursos por meio de determinados gêneros é de fundamental importância para nossa análise. Ainda nesse sentido, Meurer (2005, p. 88)

afirma que “na ACD o discurso é visto como uma forma de prática social que se realiza total ou parcialmente por intermédio de gêneros textuais específicos”.

É através da seleção de determinados gêneros, em determinados contextos que os indivíduos realizam ações sociais. Coroa (2008, p. 25) diz que “gêneros textuais são maneiras de organizar as informações linguísticas de acordo com a finalidade do texto, com o papel dos interlocutores e com as características da situação”. Bazerman (2005, p. 31) afirma, ainda, que os gêneros “são parte do modo como os seres humanos dão forma às atividades sociais”.

Nessa perspectiva, evidencia-se a importância do contexto discursivo para a definição do gênero textual mais adequado a cada situação. O usuário da língua aprende por meio do uso que é preciso adequar textos orais e escritos à situação em que serão utilizados. Isso é feito de forma natural, desde as ações mais simples como ir à padaria comprar pão, até outras mais complexas como participar de uma assembleia ou de uma reunião de negócios. Nesse sentido, Coroa (2008, p. 13) afirma que “como falantes de uma língua, reconhecemos – e usamos – maneiras diferentes de organizar nossa fala cada vez que estamos em situações diferentes”.

A teorização a respeito dos gêneros textuais encontra seu espaço na prática à medida que compreendemos que as interações sociais e linguísticas são mantidas de forma relativamente estável. Podemos pensar no cidadão que vai às compras e precisa dialogar com um atendente para finalizar o pagamento de suas contas. Embora cada pessoa tenha uma forma individual de interagir, que está relacionada ao estilo, existe uma regularidade social que nos permite afirmar que a maioria das pessoas realiza essa interação social de forma relativamente semelhante. Há um objetivo e um contexto próprio a essa relação de compra e venda, que estabelece um limiar de quais práticas sociais e interações discursivas são mais ou menos apropriadas em cada interação sócio-discursiva.

Marcuschi (2008, p.149) afirma a amplitude da dimensão dos gêneros textuais ao dizer que “o trato dos gêneros diz respeito ao trato da língua em seu cotidiano, nas mais diversas formas”. Em outras palavras, há que existir um domínio dos gêneros textuais para que a realização social se dê de forma efetiva. Um estrangeiro que se vê diante de uma cultura diferente da sua pode cometer deslizes sociais, não apenas por desconhecer a língua, o código utilizado, mas também por desconhecer os gêneros

textuais mais adequados a determinada situação, ou o que é esperado dele em termos de práticas e posicionamentos sociais. Para que o indivíduo domine o gênero textual, deve reconhecer as escolhas discursivas que precisam ser feitas, ou que são esperadas, para se adequar às expectativas culturais da comunidade discursiva em que está imerso. Marcuschi (2002, p. 29) afirma que “quando dominamos um gênero textual, não dominamos uma forma linguística e sim uma forma de realizar linguisticamente objetivos específicos em situações sociais particulares”.

Assim, a realização dos gêneros textuais em cada situação discursiva está condicionada e motivada pela cultura e pela história de uma comunidade discursiva. Os gêneros são construídos e modificados coletivamente, e, portanto, estão sujeitos aos fatores culturais, e à distribuição histórico-social dos discursos. Determinadas ações sociais são aceitáveis e desejáveis em determinada cultura (ou época), enquanto em outras podem ser dignas de repúdio.

Por isso, todas as interações sociais humanas são mediadas pelos gêneros textuais, culturalmente constituídos. Marcuschi (2002, p. 35) discorre acerca da relação entre os gêneros textuais e as bases histórico-culturais que os estabelecem, e afirma que “não são fruto de invenções individuais, mas formas socialmente maturadas em práticas comunicativas”. Esse autor (*Ibidem*, p.19) ressalta, também, que “os gêneros textuais são fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social. Fruto de trabalho coletivo, os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia”.

Assim, percebemos que, ao estabelecermos interações sociais, nos apropriamos do discurso mais adequado àquela situação, ou seja, estamos culturalmente condicionados para selecionar o gênero textual que melhor atenda os nossos objetivos. Tratando de textos escritos, podemos refletir que em uma situação de ir às compras não escrevemos um romance a respeito de frutas e legumes; ao invés disso, elaboramos uma lista para nos auxiliar na lembrança dos itens que desejamos comprar. Isso porque, “com o passar de nossas vidas, reconhecemos muito rapidamente quando um texto pertence a um ou outro tipo familiar, geralmente porque reconhecemos algumas características textuais que nos sinalizam que tipo de mensagem pode ser aquela” (BAZERMAN, 2005, p. 30).

A cada vez que utilizamos os gêneros textuais, o fazemos de forma natural e sem profunda reflexão, porque eles fazem parte da nossa vida, e estabelecem regras e padrões culturais com os quais estamos habituados a conviver. Coroa se refere a essa familiaridade que o indivíduo adquire quanto ao entendimento dos comportamentos linguísticos e sociais mais ou menos adequados a cada situação, em termos de competência sociocomunicativa:

Do mesmo modo que desenvolvemos uma competência linguística quando aprendemos o código linguístico, desenvolvemos uma competência sociocomunicativa quando apreendemos comportamentos linguísticos. A identificação dos gêneros está incluída nesta competência sociocomunicativa (COROA, 2008, p. 25).

As relações sociais são delimitadas pelas estruturas sociais e culturais estabelecidas, e os gêneros são o reflexo dessas estruturas, e dialogicamente são também constituídos socialmente. Apesar de manifestarmos nossa individualidade na utilização dos gêneros textuais, é dentro dos limites da *normalidade*⁸ social que interagimos.

É importante ressaltar que, apesar da relativa estabilidade formal dos gêneros à qual nos referimos, não se pode tratá-los com rigidez excessiva. Isso porque “os gêneros são formas sociais de organização e expressões típicas da vida cultural”, e não “categorias taxionômicas para identificar realidades estanques” (Marcuschi, 2010, p. 19). Ainda nesse sentido, Coroa (2008, p. 32) afirma que “gêneros não se definem por aspectos formais ou estruturais da língua: estão ligados à natureza interativa do texto, ou seja, à sua funcionalidade, ao seu uso”.

Os gêneros textuais encontram espaço em todas as relações sociais interdiscursivas. Em termos formais, determinados gêneros são estabelecidos como padrão para determinados objetivos. Nesse sentido, a utilização dos gêneros enquanto modos de estabelecer formas de interação rotineiras nos espaços das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*, nosso espaço de investigação, se alinha à importância da consciência das práticas discursivas e de suas repercussões para uma atuação social mais crítica. Os gêneros textuais, desse modo, fornecem as estruturas disponíveis para o estabelecimento ou a mudança das assimetrias de poder nas práticas discursivas no

⁸ Cabe ressaltar que, em casos de problemas neurológicos ou psicossociais, é possível que o indivíduo não consiga se apropriar dos gêneros adequados à comunicação, o que justamente cria estranhamento por parte da sociedade, e conseqüentemente dificulta - ou inviabiliza - a interação social.

espaço digital que iremos analisar. Isso porque os eventos discursivos que compõem o corpus desta pesquisa somente alcançam materialidade, e, portanto, evidenciam práticas sociais de manutenção do poder hegemônico, ou de reivindicação de mudança social, por se realizarem em determinados gêneros textuais próprios às Redes Sociais, e não em outros quaisquer.

Os gêneros, enquanto maneiras particulares de ação e interação, podem ser utilizados para legitimar ou questionar discursos ideológicos, ou seja, maneiras particulares de representar práticas a partir de determinadas perspectivas. Dessa forma, os gêneros constituem um importante meio para a investigação do uso da linguagem pelas elites simbólicas a favor de seus próprios interesses e estratégias de dominação e manipulação, bem como do uso da linguagem enquanto momento de reivindicação discursiva e mudança social.

Para os objetivos deste trabalho optamos por evidenciar os gêneros textuais com vistas a focalizar especificamente os gêneros textuais digitais, bem como a conjuntura social que os mobiliza. Isso porque os eventos discursivos selecionados para composição do *corpus* de análise somente têm sua repercussão social e alcance, em termos de manutenção ou retirada de assimetrias, devido à sua realização por meio de determinados gêneros textuais digitais, no âmbito das plataformas de Redes Sociais. Ou seja, é justamente a possibilidade de utilização de tais gêneros textuais **digitais por parte** dos usuários informantes, e não de outros quaisquer, que viabiliza as reflexões quanto à possibilidade de reivindicação de mudanças sociais que aqui fazemos.

Assim, tendo apresentado alguns conceitos fundamentais sobre os gêneros de uma forma mais geral, dedicaremos a próxima seção à reflexão sobre os gêneros, como constante construção, modificação e inauguração de novos estatutos sociais. E, na sequência, buscaremos refletir acerca dos gêneros específicos dos espaços digitais, delineando algumas das características desses gêneros, para, por fim, focalizarmos as Redes Sociais e os múltiplos gêneros textuais que as permeiam.

3.2 Gêneros digitais, Tecnologia e Redes Sociais

Iniciaremos esta seção estabelecendo um percurso histórico que conduz à constituição dos gêneros digitais enquanto demanda da sociedade moderna, sobretudo, tendo em vista as novas tecnologias de comunicação e interação.

Primeiramente, é preciso perceber as línguas em sua funcionalidade e, acima de tudo, em sua dinamicidade. No percurso da humanidade, diversos gêneros textuais foram elaborados e aprimorados pelo homem. Isso porque a própria sociedade vivenciou profundas mudanças em suas práticas sociais e discursivas com o passar do tempo. Santos (2005) afirma que “a linguagem se renova, quando se renovam os meios”.

No decorrer da trajetória do homem, a interação se tornou essencial para estabelecer as relações sociais na humanidade e a vivência em sociedade, para constituir as práticas sociais, que dialogicamente também a constituem. Assim, podemos supor que os gêneros textuais surgiram para atender às necessidades de interação do ser humano. Com o passar do tempo, as demandas sociais impuseram que houvesse registros de informações e, assim, gêneros escritos vieram atender a mais uma necessidade sociocultural. Os gêneros se desenvolvem, são criados e modificados sempre imbricados com as evoluções culturais e tecnológicas. Nas palavras de Sampaio e Leite (1999, p. 13), “ao transformar, ao longo do tempo, as formas de produzir e reproduzir os meios de sua própria sobrevivência, o ser humano modificou também suas relações humanas e com a natureza”.

Com base nessa trajetória, ainda que bastante resumida e sucinta, podemos ampliar a reflexão, estabelecendo que os gêneros textuais buscam atender às demandas sociais e acompanham as transformações socioculturais. Dessa forma, tal como as interações sociais não são, de forma alguma, estanques e imutáveis, mas, pelo contrário, dinâmicas e sujeitas a variações constantes, podemos reconhecer com coerência e convicção que os gêneros sofrem alterações ao longo da História. Nas palavras de Marcuschi (2002, p. 19),

[os gêneros] surgem emparelhados a necessidades e atividades sócio-culturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar a quantidade de gêneros textuais hoje existentes em relação a sociedades anteriores.

Em termos mais gerais, é possível que determinados gêneros deixem de ser utilizados, seja por não mais servirem aos propósitos da maioria dos falantes ou às relações sociais, seja por motivos outros de caráter mais arbitrário. Como exemplo, citemos o gênero carta⁹, tão amplamente propagado e ensinado nas escolas. Devido ao surgimento de diversos outros meios de comunicação (em geral, mais ágeis e econômicos), que atendem aos objetivos originariamente atribuídos ao gênero carta, este é pouco usado na sociedade atual. Podemos refletir sobre o fato de que parte dos falantes que hoje frequentam os bancos do ensino fundamental jamais escreveu ou recebeu uma carta, e talvez jamais o faça. Isso porque esses mesmos falantes se utilizam de outros gêneros que atingem os mesmos objetivos, ou objetivos relativamente similares¹⁰.

Os diversos gêneros que são utilizados para o atingimento de objetivos discursivos similares aos quais a carta alcança, em geral, apresentam características decorrentes do gênero que os precedeu (como o e-mail, por exemplo). Isso ocorre porque, frequentemente a mudança nos gêneros decorre da “recombinação” de outros gêneros, conforme ressaltam Resende e Ramalho (2009, p. 62):

Quando se analisa um texto em termos de gênero, o objetivo é examinar como o texto figura na (inter)ação social e como contribui para ela em eventos sociais concretos. Gêneros específicos são definidos pelas práticas sociais a eles relacionadas e pelas maneiras como tais práticas são articuladas, de tal modo que mudanças articulatórias em práticas sociais incluem mudanças nas formas de ação e interação, ou seja, nos gêneros discursivos, e a mudança genérica frequentemente ocorre pela recombinação de gêneros preexistentes.

Tendo ressaltado que os gêneros podem acabar por cair no desuso, passamos à concepção mais importante para esta pesquisa: o surgimento de novos gêneros. Pode parecer irrelevante mencionar o óbvio, mas importa ressaltar que, de acordo com as mudanças sociais, novos gêneros surgem frequentemente e outros são modificados, ou

⁹ Tomemos como base para essa reflexão uma noção restrita de carta, enquanto correspondência destinada a levar certa mensagem a outro, encaminhada por correios.

¹⁰ Tal destaque é relevante para não perdermos de vista a singularidade de cada gênero. Afinal, embora determinado indivíduo possa se utilizar de um e-mail para atingir alguns dos objetivos para os quais se recorria à carta, certamente necessidades e objetivos outros foram reinventados para o novo gênero. Não ocorre mera substituição do suporte, mas sim uma modificação das demandas sociais de interação discursiva com reflexos na própria interação.

deixam de ser utilizados. Com base nas conceituações apresentadas acerca dos gêneros textuais, podemos entender que, se a sociedade sofre modificações e se suas relações discursivas são afetadas, então certamente o surgimento de novos gêneros e a transformação de gêneros preexistentes ocorre constantemente. E isso acontece em um nível de complexidade tão profundo quanto ao da sociedade em si. Nas palavras de Ribeiro, “precisa-se, hoje, de um pensamento que compreenda a tecnologia como parte de um momento histórico: a tecnologia é parte desta história e está interligada à formação e à construção do sujeito” (RIBEIRO, O., 2005, p. 85).

Perceber a tecnologia como parte desse momento histórico, e, especialmente, como parte da constituição social, discursiva e de gêneros, é fundamental para compreender o surgimento dos gêneros digitais enquanto prática social realizada por intermédio de ferramentas virtuais, em um contexto de sociedade globalizada com foco na informação.

Marcado o surgimento de novos gêneros como transformação natural das formas de interação comunicativa social, devemos refletir a respeito das mais recentes transformações sociais, culturais e tecnológicas e ainda a respeito das suas implicações sociais e ideológicas. Passemos à reflexão seguinte: o surgimento dos gêneros textuais digitais.

3.2.1 Tecnologia e Sociedade

Desde a origem do homem, as mais diversas tecnologias foram sendo elaboradas para atender necessidades da humanidade. De simples artefatos, como a pedra lascada, até formas de tecnologias mais elaboradas, como as envolvidas na capacidade de manejar o fogo, o ser humano vem sempre desenvolvendo maneiras de aperfeiçoar suas relações com o planeta, com a sociedade e consigo mesmo.

Assim, Marcuschi (2002, p. 20) afirma que “não é difícil constatar que nos últimos dois séculos foram as novas tecnologias, em especial as ligadas à área da comunicação, que propiciaram o surgimento de novos gêneros textuais”. Silverman (2009, p. 165) afirma, também, que “é lugar-comum declarar que a comunicação está sendo cada vez mais mediada pela tecnologia da informação”. E são justamente esses

gêneros que surgem como demanda de tais tecnologias - aos quais, por sua maneira de realização denominamos gêneros digitais - que realizam os eventos e práticas discursivas que buscamos investigar. Silverman retoma as palavras de Markham ao ressaltar o potencial investigativo da internet enquanto objeto de pesquisa, afirmando que,

como um contexto de construção social, a internet é um meio discursivo singular que facilita a capacidade do pesquisador para testemunhar e analisar a estrutura da conversa, a negociação do significado e da identidade, o desenvolvimento de relacionamentos e comunidades, e a construção de estruturas sociais à medida que elas ocorrem em termos discursivos (MARKHAM, 2004 apud SILVERMAN, 2009, p. 165).

Apesar de o desenvolvimento tecnológico perpassar a história da humanidade, é inegável que nos últimos 30 anos a tecnologia digital evoluiu a uma velocidade nunca antes percebida. Quanto à rapidez com que a tecnologia, e em especial a *internet*, evoluiu nos últimos anos, Xavier (2005, p. 30) apresenta um relevante comparativo:

A rede digital tem crescido em uma velocidade espantosa; basta comparar seu crescimento com o de outros veículos de comunicação: o rádio levou 38 anos para atingir uma audiência de 50 milhões de pessoas; a TV aberta, 16 anos; a TV a cabo, 10; a Web apenas 5 anos.

Marcuschi e Xavier (2010, p. 14) retratam a importância que os meios tecnológicos adquirem gradualmente. E chegam a fazer a comparação com outros *artefatos tecnológicos* indispensáveis na vida da sociedade: “O computador será nos próximos anos uma necessidade tão fundamental como a geladeira, o fogão, ou a escova de dentes”. Marcuschi (2002, p. 19) enfatiza ainda a importância da *internet* para a consolidação desses novos gêneros.

Hoje, em plena fase da denominada cultura eletrônica, com o telefone, o gravador, o rádio, a TV e, particularmente o computador pessoal e sua aplicação mais notável, a Internet, presenciamos uma explosão de novos gêneros e novas formas de comunicação, tanto na oralidade como na escrita.

E, de fato, para as gerações mais novas, as tecnologias da informação já ocupam um espaço considerável de sua atuação discursiva e social. Estas têm bastante

familiaridade com a maior parte dos gêneros digitais, transitando de maneira rotineira entre vários deles, como parte de sua prática social cotidiana. Vejamos o que Santos (2005, p. 151) diz a esse respeito:

A comunicação eletrônica está presente na vida de nossos jovens já há bastante tempo. Para essa meninada, nascida no final do século XX, ligar um computador, desenvolver *sites*, conversar na rede, expressar-se através de *blogs*, *fotoblogs*, enviar *e-mails* ou participar de fóruns é algo absolutamente corriqueiro.

Essa evolução tecnológica, que encontra maior receptividade nas gerações mais novas, à medida que é incorporada com naturalidade em suas concepções de mundo, gerou mudanças profundas na comunicação e nas formas por meio das quais nos relacionamos com o outro. Vivemos em um novo mundo. Um mundo em que há poucos anos não era possível uma comunicação sem fio e que hoje oferece com facilidade telefones celulares, inclusive para crianças. A comunicação com pessoas nos lugares mais distantes pode ser estabelecida sem grandes custos, em tempo real. Sampaio e Leite (1999, p. 37) posicionam as tecnologias de informação como fatores de interligação na sociedade contemporânea, afirmando que “as tecnologias da comunicação tornaram-se os principais fatores de interligação no mundo atual, pois através deles as informações são recebidas quase imediata e simultaneamente em diferentes pontos do planeta”.

Nesse contexto, seria ingênuo imaginar que as relações sociais, e conseqüentemente as formas de comunicação, pudessem permanecer as mesmas. Sobre o assunto, Marcuschi (2010, p. 20) afirma que:

se tomarmos o gênero como texto situado histórica e socialmente, culturalmente sensível, recorrente, ‘relativamente estável’ do ponto de vista estilístico e composicional, segundo a visão bakhtiniana (Bakhtin, 1979), servindo como instrumento comunicativo com propósitos específicos (Swales, 1990) e como forma de ação social (Miller, 1984), é fácil perceber que um novo meio tecnológico, na medida em que interfere nessas condições, deve também interferir na natureza do gênero produzido.

A forma de perceber o mundo parece ter sido consideravelmente alterada como fruto dessas transformações. E, simultaneamente, essas transformações alteram o

mundo. Ao invés de uma visão linear, cadenciada, nessa nova sociedade percebe-se uma visão tridimensional, mais dinâmica, verdadeiramente hipertextual (trataremos de forma mais detida sobre o conceito de hipertextualidade a seguir). Sampaio e Leite (1999, p. 34) abordam essa temática, ao afirmar que “as tecnologias da comunicação provocam também mudanças de comportamento em função da linguagem por elas utilizada”.

Percebe-se aqui, mais uma vez, a relação dialógica que a linguagem estabelece com a sociedade. Por fazerem parte indissociável da sociedade, as mudanças que nela ocorrem alcançam diretamente a linguagem. Em contrapartida, as modificações na linguagem e, conseqüentemente, nos gêneros textuais, têm reflexo na sociedade. Desenvolvemos novas tecnologias e a comunicação é alterada. Essas mesmas tecnologias e formas de comunicação alteram a sociedade ‘em função da linguagem por elas utilizada’. Mey se refere a essas relações que buscamos investigar em termos de uma ‘sociedade paralela’¹¹, materializada nas relações por intermédio da *internet*:

Na ‘sociedade de informação’ atual, o caráter todo-poderoso da informação – e a estrutura que ele impõe à sociedade – cria um ‘tecido’ societal interpenetrado por todo tipo de ‘informações. Estamos efetivamente falando de um tipo de ‘sociedade paralela’: o tecido universal fabricado a nossa volta pela moderna tecnologia computacional, conhecida também por ‘rede mundial de computadores’ ou ‘Internet’ (MEY, 2001, p. 56).

O autor (2001, p. 58) pontua também o papel prioritário da informação que, segundo ele, “tornou-se um objetivo por direto, e a única coisa importante parece ser o quanto dela cada indivíduo consegue acessar, fazendo uso de um número mínimo de teclas”. Dessa forma, o próprio acesso à informação acaba por estabelecer assimetrias de poder, já que nem todas as pessoas têm acesso aos meios de comunicação e informação.

Como já ressaltamos, os gêneros textuais vêm atender às demandas da sociedade. Dessa forma, os usuários da língua acabam por criar e por legitimar gêneros criados digitalmente. Segundo nosso referencial teórico, os gêneros são criados coletivamente nas práticas sociais e discursivas, mas pode-se questionar essa afirmação ao falar dos gêneros digitais. Isso porque os suportes digitais desses gêneros são

¹¹ Outros autores optam por denominar tais relações como “comunidades virtuais”, ou ainda, “sociedades virtuais”.

desenvolvidos por empresas privadas. Assim, é possível questionar até que ponto a demanda da utilização desses gêneros é criada pelas empresas de desenvolvimento de tecnologias de comunicação, e não é fruto de uma demanda genuína da sociedade. Mas é justamente a aceitação e o uso que determina até que ponto esses gêneros são de fato resposta a uma demanda social - ainda que fabricada.

Ou seja, embora várias empresas privadas elaborem espaços de interação por meio de variadas plataformas de Redes Sociais, apenas uma pequena parcela é efetivamente utilizada pelos usuários recorrentemente, e assim, por meio das próprias práticas sociais, os gêneros digitais são modificados, reafirmados e até eliminados. A aceitação desses gêneros digitais fica a critério dos usuários da língua e suas reações. De acordo com Marcuschi (2010, p. 37),

Esses gêneros são mediados pela tecnologia computacional que oferece um programa de base (uma ferramenta conceitual) e servem-se da telefonia. São diversificados em seus formatos e possibilidades e dependem do software utilizado para sua produção.

Muitos novos gêneros digitais e suportes vêm tomando espaço como meios de comunicação digital, e muitos deles, inclusive, deixam de ser utilizados gradualmente por parte dos usuários por motivos diversos. Em alguns casos, tornam-se obsoletos, tendo em vista o surgimento de plataformas mais modernas; e em outros, recebem algum tipo de repúdio por parte dos usuários, o que acaba se reproduzindo de maneira exponencial e gerando uma considerável diminuição do uso.

Alguns exemplos de Redes Sociais que podemos citar são: *Mirc, ICQ, Blogs, MSN, Orkut, Facebook, Second Life, Twitter etc.* Alguns desses, como é o caso do *Second Life*, tiveram alguma repercussão quando da sua criação, mas logo em seguida foram esquecidos, pois, de alguma forma, não corresponderam às necessidades e expectativas de comunicação socioculturais. Outros, como *ICQ, Mirc, e Orkut*, chegaram a contabilizar grande número de usuários, mas na atualidade são pouco utilizados.

Dessa forma, é pertinente pontuar novamente que a seleção do *Facebook* e do *Twitter* enquanto plataformas para geração de dados para a presente pesquisa diz respeito à sua abrangência na atualidade; no entanto, há a possibilidade de futuramente tais Redes Sociais não serem mais tão representativas, a depender das mudanças

sociodiscursivas que venham a tomar espaço na nossa sociedade nos próximos anos. Marcuschi (2010, p. 30) pontua também essa preocupação, afirmando que “o grande risco que corremos ao definir e identificar esses gêneros situa-se na própria natureza da tecnologia que os abriga. Seu vertiginoso avanço pode invalidar com grande rapidez as ideias aqui expostas, o que nos obriga a ter muita cautela”.

Além disso, muitos gêneros, que tradicionalmente existiam e eram consumidos apenas no suporte de papel, já vêm sendo desenvolvidos e acessados em suportes digitais, a ponto de em 25 de outubro de 2010, a empresa *Amazon*¹² divulgar que naquele ano vendeu o dobro de livros digitais em relação aos livros impressos. Essa realidade nos leva a perceber que o *mundo digital* toma maior espaço a cada dia. E como estudiosos do discurso, tal percepção é algo que não podemos ignorar. O sucesso desse tipo de material digital se deve, em grande parte, à interação de múltiplas semioses, como afirma Marcuschi (2010, p. 16): “parte do sucesso da nova tecnologia deve-se ao fato de reunir em um só meio várias formas de expressão, tais como texto, som e imagem”.

Por seu turno, a comunicação, as relações sociais, e até mesmo a compreensão textual sofreram modificações perceptíveis com o advento dos gêneros textuais digitais. Araújo destaca essas novas práticas discursivas que se inscrevem nos espaços digitais:

A rede mundial de computadores amplia as possibilidades de ‘novas’ práticas discursivas e, por esta razão, muitos estudiosos têm se interessado em compreender a maneira como a comunicação humana se processa em um ambiente virtual (ARAÚJO, In MARCUSCHI & XAVIER, 2010, p. 110).

Dentre essas práticas sociodiscursivas, podemos destacar algumas características relevantes que constituem os espaços de interação discursiva propiciando especificidades nas práticas digitais, enquanto características composicionais presentes nos gêneros digitais de uma forma geral: o hibridismo entre oralidade e escrita, resultado da “reinvenção” da relação tempo e espaço; o hipertexto, que possibilita ao usuário da língua múltiplas escolhas discursivas; e a transitoriedade dos eventos, que alcançam repercussão relevante nesses espaços.

¹²<http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/noticias/amazon-vende-duas-vezes-mais-livros-digitais-que-impressos-20101025.html>

O hibridismo, ao qual nos referimos, diz respeito às características do texto oral que se apresentam no texto escrito em tempo real, como as abreviações, o uso de recursos para representar expressividade e marcas não-verbais típicas do texto oral. Já o hipertexto compreende o caráter de *rede* do acesso não-linear aos textos e interações discursivas, em que, através de um clique, o usuário pode percorrer trajetórias imprevisíveis em seu contato com o texto. E, por fim, a transitoriedade se refere à rapidez com que eventos e práticas sociais, amplamente divulgados e de grande repercussão, caem no esquecimento, dando lugar a novas repercussões sociais.

É preciso evidenciar que as interações a que se procede nesses espaços fazem parte de uma esfera de comportamentos linguísticos especializados e complexos, com características específicas ainda em formação. Certamente poderíamos elencar um número muito expressivo de características próprias aos gêneros textuais enquanto categoria de práticas sociais e discursivas que perpassam a *internet*. No entanto, buscamos nos deter apenas nessas três mais representativas (hibridismo, hipertexto e transitoriedade), visando apresentar, ainda que de forma breve, a conjuntura discursiva na qual os dados desta pesquisa se inserem. Dessa forma, dedicaremos as próximas seções ao detalhamento das características composicionais mencionadas.

3.2.2. Hibridismo entre Escrita e Oralidade nos Gêneros Digitais

Os gêneros digitais trazem, com suas possibilidades tecnológicas, e igualmente suas demandas e limitações, grandes inovações linguísticas. Vieira destaca algumas importantes mudanças linguísticas decorrentes dos gêneros digitais, dentre elas as relações entre a oralidade e a escrita, que buscaremos abordar brevemente nesta seção:

O uso da tecnologia digital para ler, escrever e divulgar informações transformou radicalmente a natureza da comunicação escrita e o letramento convencional, introduzindo novos gêneros textuais, práticas discursivas e estabelecendo um novo paradigma nas ciências da linguagem. No cerne dessas mudanças, cabe rediscutir as relações oralidade/escrita, elas também redimensionadas com os multimeios e o suporte eletrônico. (VIEIRA, In ARAÚJO. BIASI-RODRIGUES, 2005, p. 19)

Por disponibilizarem a comunicação instantânea, como ocorre na fala, mas através de meios escritos, os gêneros digitais inauguram um hibridismo conceitual.

Elementos característicos da fala se fazem presentes nos gêneros digitais escritos instantâneos. Frade (2005, p. 76) evidencia a complexidade que a relação entre os termos ‘oral’ e ‘escrito’ adquire com as comunicações *online* “(...) tornando mais complexas as relações entre os termos oralidade e escrita, possibilitando a existência de textos híbridos entre essas duas modalidades, como aqueles presentes nas comunicações *online*”. Marcuschi discorre acerca desse hibridismo em termos de desconstrução da dicotomia clássica entre oralidade e escrita:

Esses gêneros que emergiram no último século no contexto das mais diversas mídias criam formas comunicativas próprias, com um certo hibridismo que desafia as relações entre oralidade e escrita e inviabiliza de forma definitiva a velha visão dicotômica ainda presente em muitos manuais de ensino de língua. (MARCUSCHI, 2002, p.21)

O cerne desse hibridismo está na relação tempo/espaço. Essa relação é reinventada, à medida que a distância geográfica não mais impede uma conversa em tempo real escrita. Essas mesmas relações já sofreram modificações anteriores. A invenção do telefone pode servir de exemplo de uma possibilidade de comunicação em tempo real à distância. No entanto, a grande questão que se coloca é que a comunicação digital se dá predominantemente por meios escritos. As interações sociais adquirem, então, um novo espaço discursivo, em que há a possibilidade de se conectar a outras pessoas por diversos meios e estabelecer um diálogo escrito *online*. Assis (2005, p. 209) menciona essa importante mudança discursiva:

Pode-se dizer que as consequências da tecnologia digital para a vida humana são de diferentes ordens, que vão desde a transformação das relações de tempo e de espaço à criação de novas práticas discursivas, nas quais emergem novos gêneros textuais ou mesmo se redimensionam gêneros já existentes.

O grande impacto que o hibridismo gera reside no fato de que as características da língua escrita não podem permanecer as mesmas quando diante de uma situação própria da fala. As interações às quais nos referimos, apesar de escritas, carregam marcas muito expressivas da oralidade. Por isso, a fluidez da fala perpassa boa parte dos gêneros digitais. Mas, ainda assim, como texto predominantemente escrito, as marcas próprias da escrita também se fazem presentes. Tavares (2010, p. 199) aborda a temática:

A tecnologia parece, por um lado, modificar as formas de expressão e por outro lado, modificar a situação de recepção. Assim, vai levar a que regras discursivas dos textos escritos sejam seguidas em alguns casos e noutros casos, que sejam os princípios da oralidade que prevaleçam.

Com muitos objetivos próprios de gêneros textuais orais, os gêneros digitais acabam por se utilizar de estruturas discursivas muito próprias da fala. Inclusive alguns recursos não-verbais, muito comuns nos discursos orais, são incorporados aos gêneros digitais, como, por exemplo, marcas escritas para suprir a ausência da entonação, como as LETRAS MAIÚSCULAS, bem como, o uso de símbolos representativos de expressões faciais (os chamados *Emoticons*¹³: “:D”; “:(“; “:P”). De acordo com Santos (2005, p.162), “os usuários desenvolvem uma forma particular de expressão de suas emoções através do uso dos emoticons ou símbolos icônicos que ajudam na expressão das emoções”. Trata-se, portanto, de uma linguagem específica, produtiva e funcional no âmbito das interações mediadas por suportes digitais. Sobre o assunto, Galli (2010, p. 150) afirma:

Nesse sentido, o desenvolvimento e a utilização da internet acabaram produzindo, entre seus usuários, uma linguagem própria, repleta de termos típicos, ou seja, todo usuário, de uma maneira ou de outra, acaba compreendendo o conjunto da rede e os termos que determinam seu conteúdo e funcionamento. As expressões, no campo da lexicologia e da terminologia, ultrapassam o contexto cibernético e representam um fator concreto da globalização.

Marcuschi busca descrever essa forma específica de linguagem em termos de cultura eletrônica. Tal construção é sobremaneira relevante, uma vez que, para além das estruturas linguísticas, abreviações e recursos expressivos, os usuários dos gêneros digitais compartilham comportamentos e práticas sociais que permitem tal configuração enquanto cultura cibernética, unindo aqueles que pertencem a esse universo cognitivo, atuando nesses espaços, e os distinguindo daqueles que não pertencem.

¹³ A palavra *EMOTICON* é uma evolução de *EmotionIcon*, ou Ícone da Emoção. São marcas discursivas que carregam significação nos gêneros digitais. *Emoticons* são símbolos que podem ser utilizados para representar movimentos corporais: \o/ - Pessoa com os braços para cima; expressões faciais :D – Olhos e boca sorrindo, e ações :* - Olhos e boca beijando.

Tal como observa Bolter (1991), a introdução da escrita conduziu a uma cultura letrada nos ambientes em que a escrita floresceu. Tudo indica que hoje, de igual modo, a introdução da escrita eletrônica, pela sua importância, está conduzindo a uma cultura eletrônica, com uma nova economia da escrita. (MARCUSCHI, In MARCUSCHI & XAVIER, 2010, p. 17)

Embora breve, essa reflexão quanto à composição dos gêneros textuais digitais enquanto reelaboração da escrita e da oralidade tem o objetivo de servir à análise dos dados gerados, levando em consideração o seu contexto de produção e de consumo de textos no âmbito dos espaços digitais de interação. É justamente essa percepção ajustada às especificidades dos gêneros e suportes utilizados que nos propiciará verificar como relações de poder são perpetuadas de maneira velada em determinadas práticas discursivas nas Redes Sociais.

Dando continuidade a essa delimitação, dedicaremos a próxima seção à reflexão sobre o conceito de hipertexto, bem como suas implicações para as práticas discursivas nos gêneros textuais digitais.

3.2.3. Gêneros Digitais e Hipertexto

Nesse contexto de constantes mudanças tecnológicas e sociais, a forma de perceber o mundo parece ter sido consideravelmente alterada. Em lugar de uma visão linear e cadenciada, nessa nova sociedade cibernética percebe-se uma visão tridimensional, mais dinâmica, verdadeiramente *hipertextual*, e as relações e interações sociais parecem se ampliar em alcance geográfico e social, e especialmente em complexidade.

Conforme já vimos, nas palavras de Fairclough (2011, p. 91), o discurso é “um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros”. Assim, essa forma de agir sobre o mundo e sobre os outros perfaz caminhos diferenciados, no âmbito de novas tecnologias, como veremos a seguir.

O termo hipertexto, conforme explicita Marcuschi (2007, p. 146), diz respeito a uma não-linearidade, onde é possível seguir diferentes rumos no contato com o texto:

O termo hipertexto foi cunhado por Theodor Holm Nelson em 1964, para referir uma escritura eletrônica não-sequencial e não-linear, que se bifurca e permite ao leitor o acesso a um número praticamente ilimitado de outros textos a partir de escolhas locais e sucessivas, em tempo real.

As novas tecnologias digitais e, conseqüentemente, os gêneros digitais inauguram uma nova forma de hipertexto. *Nova* porque o hipertexto não está restrito apenas aos espaços digitais¹⁴. Ribeiro (2005, p. 85) esclarece que o hipertexto ocorre também em meios impressos, ao afirmar que “hipertextos são sempre textos (sejam eles verbais ou não). Mas nem todo texto é hipertexto. Para sê-lo, os textos devem ter certas características, sendo a principal a não-linearidade, em meio impresso ou eletrônico”.

Hoje é possível encontrar a estrutura de hipertexto em jornais, revistas e outros espaços impressos que conduzem o leitor de um texto a outro e lhe proporcionam o poder de conduzir sua própria leitura. Mas, apesar de também estar presente em alguns textos impressos, o hipertexto é manifesto de uma forma muito característica nos espaços digitais. A dinamicidade e não-linearidade apresentam a possibilidade de um texto conduzir a um novo texto apenas com um clique em um *hiperlink*. Assim, as possibilidades são infinitas. Marcuschi (2007, p. 148) estabelece uma comparação relevante, como se o hipertexto constituísse um *continuum* de discursos a serem acessados:

A ordem das informações não está dada na própria estrutura da escrita. Diferentemente do que o texto de um livro convencional, o hipertexto não tem uma única ordem de ser lido. A leitura pode dar-se em muitas ordens. Tem múltiplas entradas e múltiplas formas de prosseguir. Há maior liberdade de navegação pelas informações como se estivéssemos imersos num continuum de discursos espalhados por imensas redes digitais.

O autor (2007, p. 151) afirma também, estabelecendo uma metáfora, que se trata de “uma costura geral de discursos e não a construção de um discurso unidirecionalmente ordenado”. Sobre a leitura do hipertexto, afirma Marcuschi (2007, p. 167) que “é caracterizada como uma viagem por trilhas. Ligam-se nós para formarem-se

¹⁴ É pertinente ressaltar que tal posição, quanto a presença do hipertexto em espaços não-digitais não é um consenso. Ao contrário, encontra contestação na obra de XAVIER, Antonio Carlos dos Santos. *A era do hipertexto: linguagem & tecnologia*. 1. ed. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2009. No entanto, para os objetivos deste trabalho resalta-se apenas o hipertexto no âmbito das Redes Sociais.

redes. Ou no dizer de Snyder (1997), nos movemos num labirinto que não chega a construir uma unidade”.

A interatividade do leitor na prática discursiva mediada pelo hipertexto é evidente, na medida em que cabe a este definir os caminhos que trilhará em sua leitura. Galli (2010, p. 153) afirma, a esse respeito, que “o hipertexto permite todas as dobras inimagináveis, ou seja, há um movimento constante de dobramento de um texto e/ou das informações”. E tais desdobramentos são imprevisíveis, pois – embora seja possível tentar conduzir o usuário, persuadindo-o a tomar determinado caminho –, depende do leitor determinar sua trajetória discursiva. Santaella (2008, p. 56) aborda o papel do leitor no hipertexto:

O hipertexto é eminentemente interativo. O leitor não pode usá-lo de modo reativo ou passivo. Ao final de cada página ou tela, é preciso escolher para onde seguir. É o usuário que determina que informação deve ser vista, em que sequência ela deve ser vista e por quanto tempo.

Ainda nesse sentido, Marcuschi (2007, p. 146) afirma que o hipertexto é “uma forma de estruturação textual que faz do leitor simultaneamente coautor do texto final”; e ainda que “o hipertexto se caracteriza como um processo de escritura/leitura eletrônica multilinearizado, multisequencial e indeterminado, realizado em um novo espaço”.

Marcuschi (2007, p. 150,151) lista algumas importantes características que determinam a natureza do hipertexto: a não-linearidade, a volatilidade, a topografia, a fragmentariedade, a acessibilidade ilimitada, a multimeiose, a interatividade e a iteratividade. Buscaremos apresentar brevemente os conceitos enumerados pelo autor.

A não linearidade “é tida como a característica central do hipertexto”, e “aponta para a flexibilidade desenvolvida na forma de ligações permitidas ou sugeridas entre nós que constituem redes que permitem a elaboração de vias navegáveis”.

O conceito de volatilidade, de Marcuschi (2007, p. 150), está parcialmente relacionado ao conceito que chamaremos de transitoriedade (na próxima seção), em que “as escolhas são tão passageiras quanto as conexões estabelecidas por seus leitores; esta característica sugere ser o hipertexto um fenômeno essencialmente virtual, decorrendo daí boa parte de suas demais propriedades”.

Já a topografia está relacionada ao fato de o hipertexto não ser hierárquico nem tópico, mas sim topográfico; é, dessa forma, “um espaço de escritura e leitura que não tem limites definidos para se desenvolver”. Marcuschi (2007) pontua que “esta é uma característica inovadora, já que desestabiliza os frames ou ‘enquadres’ de que dispomos para identificar limites textuais”. O autor (2005, p. 193) afirma a existência de um feixe de possibilidades:

Quanto à sua organização, o hipertexto não tem um centro, ou seja, não tem um vetor que o determine. Ele não é uma unidade com contornos nítidos, como já dissemos. Ele é um feixe de possibilidades, uma espécie de leque de ligações possíveis, mas não aleatórias.

No que diz respeito à fragmentariedade, o autor afirma que “consiste na constante ligação de porções em geral breves com sempre possíveis retornos ou fugas”, e considera ainda que se trata de uma característica central para o hipertexto, “que carece de um centro regulador imanente, já que o autor não tem mais controle do tópico e do leitor”.

Fortemente relacionada às demandas da sociedade da informação já mencionada, o conceito de acessibilidade ilimitada diz respeito ao fato de o hipertexto acessar “todo tipo de fonte, sejam elas dicionários, enciclopédias, museus, obras científicas, literárias, arquitetônicas etc. e, em princípio, não experimentar limites quanto às ligações que permite estabelecer”.

O traço da multimeiose se caracteriza “pela possibilidade de interconectar simultaneamente a linguagem verbal com a não-verbal (musical, cinematográfica, visual e gestual) de forma integrativa, impossível no caso do livro impresso”. Mais uma vez percebe-se uma ampliação das possibilidades de integração das diferentes mídias nos espaços digitais, o que inaugura uma forma de lidar com os textos de maneira integrada. Ribeiro (2005, p. 87) afirma, a esse respeito, que “o hipertexto é uma realidade palpável, possibilitando uma leitura interativa de textos que misturam as linguagens audiovisual e pictória, entre outras”.

O autor também menciona a interatividade, à qual já nos referimos anteriormente, que diz respeito à “contínua relação de um leitor-navegador com múltiplos autores em quase sobreposição em tempo real, chegando a simular uma interação verbal face-a-face”, e especialmente, à participação ativa do usuário enquanto

aquele que tem, aparentemente, a possibilidade de determinar o curso da prática discursiva digital, estabelecendo os caminhos que irá percorrer.

Por fim, a iteratividade “diz respeito à natureza intrinsecamente intertextual marcada pela recursividade de textos ou fragmentos na forma de citações, notas, consultas etc”.

Esses conceitos são especialmente relevante para o momento da análise dos dados, pois, como veremos, os eventos discursivos investigados são compostos justamente por interações discursivas intertextuais que constituem práticas não necessariamente vinculadas, de maneira que um usuário objetive interagir com o outro, mas sim na forma de textos que dialogam intertextualmente.

O hipertexto pode ser considerado como resultado expressivo do surgimento de novos gêneros digitais, e especialmente da alteração das relações na sociedade como a conhecemos. Compreender o hipertexto enquanto realidade constituinte das práticas sociais digitais é fundamental para dar continuidade à pesquisa, uma vez que será preciso olhar para os dados gerados através dessa ‘lente’ do hipertexto.

Buscar entender as Redes Sociais partindo de um pressuposto linguístico adotado para os gêneros textuais tradicionais, lineares, implicaria incorrer em uma análise sem profundidade e passível de inconsistências e equívocos. É fundamental delinear este escopo de análise próprio para as inter(ações) discursivas digitais, para que se possa alcançar reflexões mais adequadas quanto à manutenção do poder hegemônico ou à reivindicação de mudança social, mediante constituição identitária nas Redes Sociais, inseridas no espaço digital, virtual, e sobretudo, hipertextual.

Dessa forma, passaremos à próxima seção para abordar a característica transitória dos gêneros digitais, bem como sua implicação para a pesquisa com dados gerados na atuação discursiva por meio da *internet*.

3.2.4. Transitoriedade nos Gêneros Digitais

Cabe refletir acerca da transitoriedade enquanto característica dos Gêneros Digitais, especialmente no âmbito das Redes Sociais, porque este conceito advém do próprio processo de pesquisa e geração de dados, quando identificamos que algumas

informações veiculadas de forma massiva pelas Redes Sociais, e que alcançam grande repercussão, rapidamente se tornam irrelevantes e perdem o foco de atenção nas Redes Sociais.

Inicialmente cogitamos tratar de dados de caráter mais permanente, visando apresentar resultados de pesquisa que se constituíssem duradouros. No entanto, após uma análise mais aprofundada percebemos tratar-se de característica relevante dos próprios gêneros digitais, o que motivou a dedicação de breve seção para abordar o assunto.

O termo *transitoriedade*, que optamos por utilizar, mas que também poderíamos denominar *efemeridade*, tem o objetivo de remeter ao caráter transitório, efêmero dos eventos discursivos, mencionados no Capítulo 2, especialmente daqueles no âmbito dos gêneros textuais.

Possivelmente esta característica decorre da própria estrutura discursiva do hipertexto, já abordada, em que há múltiplas opções e caminhos a serem percorridos, bem como disponibilização rápida e instantânea do acesso a múltiplas informações e interações discursivas em tempo real. Nesse contexto, embora determinado tema ou evento possa repercutir de forma acelerada e ampla, não há uma manutenção dessa veiculação de forma permanente, possivelmente tendo em vista a amplitude de novos acessos, informações e interações discursivas que rapidamente ocupam o espaço de evidência.

Komesu (2010, p. 142) traz uma informação relativa aos blogs no que diz respeito à temporalidade que pode contribuir para essa reflexão. A autora afirma que “os blogs podem ser caracterizados, portanto, em uma relação temporal síncrona, ou seja, constituída na simultaneidade temporal entre o que é escrito e o que é veiculado na rede”.

Nesse sentido, essa temporalidade síncrona, à qual a autora se refere, e que também se estende para outros gêneros digitais, propicia que uma informação seja veiculada pela internet, nas Redes Sociais, antes mesmo de ser veiculada pelos jornais (ainda que digitais). Podemos citar como exemplo a notícia da morte de algumas celebridades, como Michael Jackson, Amy Winehouse e Whitney Houston, que rapidamente foram veiculadas por meio das Redes Sociais e alcançaram considerável repercussão, e em poucos dias o assunto passava a não ser mais tão difundido.

Essa transitoriedade está presente em alguns dos dados que apresentaremos na análise do próximo capítulo, que, como veremos, alcançaram grande repercussão e em poucos meses já não estavam tão em evidência.

Assim, consideramos relevante destacar a característica da transitoriedade, e refletir acerca da extensão dessa agilidade no acesso à informação, uma vez que acaba resultando em uma efemeridade em relação à manutenção de informações.

Dito isto, entendemos que a transitoriedade contribui para uma renovação constante dos temas e eventos nos espaços digitais, para que se possa dar conta dessa constante demanda por novas informações e eventos; e isso ocorre de maneira bastante acelerada.

Assim, para os objetivos desta pesquisa, cabe ressaltar que os eventos analisados servirão para estabelecer percursos para conclusões quanto à constituição de identidades e questionamentos das assimetrias de poder, de forma a propiciar a generalização de tais práticas. Dessa forma, ainda que os eventos em si possam eventualmente estar superados, em termos de veiculação, ou de atualidade, as reflexões e aplicações discursivas permanecem relevantes e atuais para observação de eventos vindouros e sistematização das análises.

Esclarecidas as principais características do hibridismo, do hipertexto e da transitoriedade, passaremos para o próximo capítulo, no qual propomos uma análise mais detida das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*, enquanto suportes para múltiplos gêneros textuais digitais e questionamos a hipótese da democratização do discurso nas Redes Sociais.

Capítulo 4

4. Discurso, Poder e Identidade nas Redes Sociais

Neste capítulo buscaremos, inicialmente, apresentar as Redes Sociais, especialmente as plataformas *Facebook* e *Twitter*, enquanto suporte para múltiplos gêneros textuais digitais, discorrendo brevemente sobre suas especificidades. O objetivo desse delineamento é perceber como se dão as práticas discursivas nesses espaços, visando uma melhor compreensão dos dados para análise.

Em seguida, abordaremos o conceito de “democratização discursiva” no âmbito das Redes Sociais, questionando a possibilidade de tais espaços digitais propiciarem uma igualdade de acesso à produção discursiva, eliminando assim assimetrias de poder.

4.1 Redes Sociais

O termo *Rede Social* vem sendo empregado, na atualidade, sistematicamente para denominar espaços virtuais onde a interação social ocorre de maneira específica: em redes. Nesse contexto, as Redes Sociais constituem simultaneamente suportes e gêneros emergentes das evoluções tecnológicas e discursivo-tecnológicas.

No entanto, o conceito ao qual o termo remete precede essas inovações discursivas e compreende relações sociológicas não-digitais amplamente estudadas por pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento. As redes sociais – quando referidas a um conceito não-digital – estão relacionadas às relações entre grupos de indivíduos.

As relações de interação que perpassam as Redes Sociais digitais, em certa medida, refletem a própria estrutura social das redes sociais não-digitais. Essa transposição de relações para o espaço virtual possibilita uma relevante materialização da complexidade das múltiplas interações sociais que o indivíduo vivencia

cotidianamente. Para os objetivos desta pesquisa, vamos nos ater apenas às Redes Sociais enquanto plataformas digitais de interação discursiva.

Por meio da interação social mediada pelo discurso, nas Redes Sociais, constituem-se identidades múltiplas e papéis sociais que são desempenhados em contextos de situação onde há uma expectativa social específica de atuação em práticas discursivas singulares.

Enquanto espaços de interação discursiva relativamente novos, é pertinente ressaltar que as Redes Sociais naturalmente se constituem e adquirem um contorno mais nítido e mais próprio a cada dia, como resultado das próprias práticas sociais. Assim, estruturas próprias a esses espaços começam a tomar forma, e estatutos sociais começam a emergir. Frequentemente usuários censuram outros por determinado conteúdo postado, por considerá-lo inapropriado àquele espaço de interação específico, seja pela forma, seja pelo conteúdo. Vão sendo então delineadas, assim, as expectativas sociais e discursivas específicas aos gêneros constantes destes espaços digitais.

Nesse sentido, as características dos principais gêneros, no âmbito do *Facebook* e do *Twitter*, que buscamos apresentar estão sujeitas a alterações decorrentes de demandas sociais, considerando a agilidade com que as plataformas de interação virtual se modificam.

Embora possamos identificar um número razoável de sistemas comunicativos digitais como *Redes Sociais*, há especificidades e características bastante variadas nas diferentes ferramentas categorizadas dessa maneira.

Em comum todas oferecem a possibilidade de comunicação entre pessoas de seu convívio direto ou não, em um esquema de rede em que é possível visualizar os contatos uns dos outros em uma grande *rede de contatos*. Há, assim, uma relação em cadeia, em que uma pessoa tem seus amigos diretos, e esses, em rede, têm seus próprios amigos diretos, que podem coincidir ou não com a rede de contatos da pessoa inicial.

De maneira geral, todos estão conectados por vínculos mais, ou menos, distantes. Ao mesmo tempo em que interações próximas e cotidianas tomam lugar nessas Redes, é possível identificar interações distantes, entre pessoas sem contato necessário no espaço *Off-line*, mas que permanecem conectadas nessa rede, ou teia, social.

O contato com pessoas distantes da prática social do indivíduo na interação face a face possibilita a constituição de identidades variadas sem que haja um questionamento dessa prática em comparação com as práticas fora do espaço on-line. Dessa forma, muitos usuários apresentam comportamentos distintos em suas práticas digitais se comparadas às práticas discursivas não-digitais – em alguns casos comportamentos até contrastantes.

Por meio de gêneros diversos, as Redes Sociais constituem um espaço de múltiplas interações simultâneas, materializando as características já apresentadas quanto à utilização de estrutura híbrida com traços marcantes da oralidade na escrita, bem como coexistência de várias semioses, que compõem os textos produzidos.

Para além do hibridismo que mencionamos no âmbito dos gêneros digitais, quanto a características da escrita e da oralidade atuando conjuntamente, as Redes Sociais apresentam constituição multimídia como parte de sua própria composição discursiva, o que está alinhado à constituição do hipertexto. As possibilidades são múltiplas, permeadas por semioses diversificadas: imagens, fotos, vídeos, e *memes*¹⁵ permeiam esses espaços de maneira cotidiana e estrutural, atuando na própria composição do gênero – e não meramente como componente acessório.

O fator de transitoriedade, que abordamos enquanto característica dos gêneros digitais, está manifesto nas Redes Sociais e evidente pelo próprio nome que se atribui a um dos principais gêneros das plataformas: *Time Line*. Em uma tradução livre, o termo compreende uma ‘linha do tempo’, em que as informações e interações são atualizadas cotidianamente a cada acesso. Dessa forma, textos escritos há menos tempo são apresentados em primeiro lugar e, respectivamente, textos mais antigos em último lugar.¹⁶ Assim, naturalmente há uma constante “reciclagem” de assuntos e temas abordados pelos usuários.

Embora haja um número considerável de Redes Sociais, optamos por selecionar as duas mais representativas e que apresentam uma forma de diálogo entre si, conforme já explicitado. Portanto, dedicaremos a próxima seção a um maior

¹⁵ Memes são figuras, citações, repetições, que em geral remetem a algum acontecimento ou vídeo viralizado, próprios do espaço digital. Em geral têm um viés cômico e são utilizados de maneira reiterada, em construções variadas. Algo bem próximo de paródias, na linguagem verbal.

¹⁶ É pertinente ressaltar que as mensagens mais acessadas e comentadas, ainda que mais antigas, podem aparecer em destaque por algum tempo. Algo que, no entanto, não interfere de forma relevante no conceito da transitoriedade.

detalhamento das especificidades das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*, visando conduzir à análise dos dados.

4.2 Facebook e Twitter

Diante de um grande número de Redes Sociais com características diversas, foi preciso estabelecer um recorte metodológico de geração de dados que possibilitasse uma seleção mais pontual e mais produtiva. Para tanto, foram selecionadas as Redes Sociais *Twitter* e *Facebook* devido à sua maior popularidade junto aos usuários brasileiros na atualidade. Essas duas Redes Sociais apresentam características bastante diferentes entre si, em termos de gêneros mobilizados e, conseqüentemente, em termos de funcionalidade discursiva, mas estabelecem uma forma de diálogo. Na atualidade, vários recursos possibilitam a interatividade entre *Facebook* e *Twitter*, de modo que aquilo que é postado no *Twitter* seja automaticamente veiculado no *Facebook*, onde usuários que disponham apenas desta última rede possam comentar aquilo que foi dito.

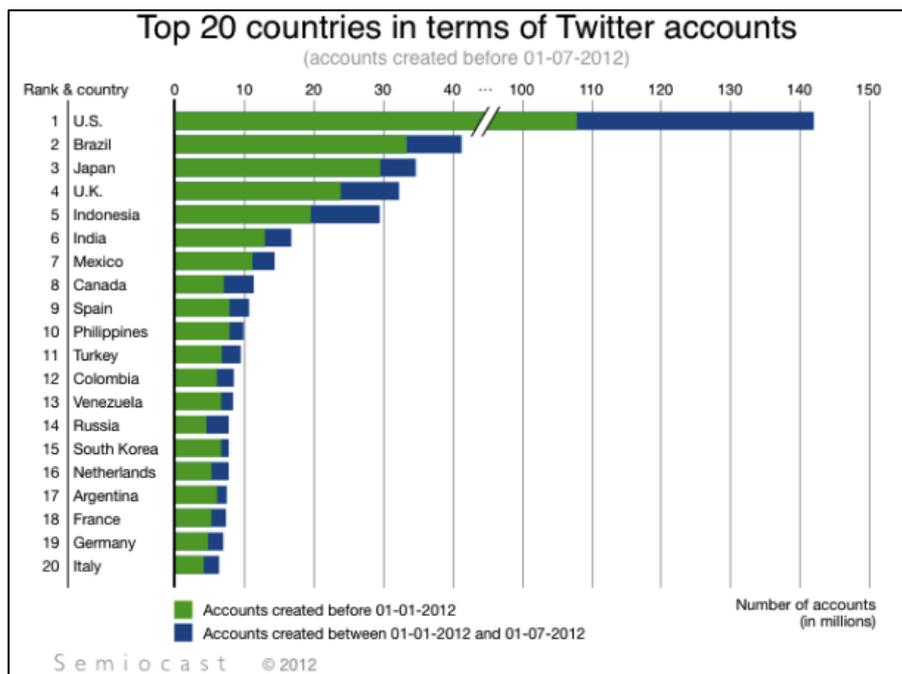
Algumas diferenças entre as duas Redes Sociais selecionadas devem ser destacadas. Primeiramente, de forma bastante empírica, podemos afirmar que a utilização do *Twitter* no Brasil ocorreu em maior escala antes que a do *Facebook* se popularizasse, uma vez que a Rede Social mais similar ao *Facebook*, que era largamente utilizada, era o *Orkut*. Mas, atualmente o *Facebook* tem um número maior de usuários, se comparado ao *Twitter*.

Segundo informações divulgadas pelo site jornalístico G1, em 04 de abril de 2012¹⁷, a Rede Social *Facebook* já conta com mais de 1.000.000.000 (um bilhão) de usuários. Esta plataforma foi criada em fevereiro de 2004 por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, alunos da Universidade de Harvard. O quadro abaixo (adaptado da referida reportagem) detalha o rápido crescimento na quantidade de usuários do *Facebook*, no breve período de 2006 a 2012, e mostra o Brasil como um dos cinco principais países onde a Rede Social é utilizada, desde 2010:

¹⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/10/facebook-atinge-1-bilhao-de-usuarios-ativos-mensais.html>

Número de usuários	Quando	Idade média dos usuários	5 principais países
1 bilhão	2012 Outubro	22 anos	Brasil Índia Indonésia México Estados Unidos
500 milhões	2010 Julho	23 anos	Brasil Índia Indonésia México Estados Unidos
100 milhões	2008 Agosto	26 anos	Chile França Turquia Reino Unido Estados Unidos
50 milhões	2007 Outubro	26 anos	Austrália Canadá Turquia Reino Unido Estados Unidos
25 milhões	2006 Janeiro	19 anos	Austrália Canadá Alemanha Reino Unido Estados Unidos

Em comparação com estes dados, em reportagem do site UOL Tecnologia, de 31 de julho de 2012, a Rede Social *Twitter* – fundada em março de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone –, contabilizou um número total de 517 milhões de usuários; dentre estes, mais de 40 milhões de contas de usuários no Brasil.



Assim, os quadros evidenciam o grande alcance de ambas as Redes Sociais na atualidade.

Em termos de objetivo, o *Twitter* tem características mais marcadas de *microblog*¹⁸, enquanto o *Facebook* apresenta um espectro de atuação um pouco mais amplo, ao possibilitar a criação de álbuns de fotos, a utilização de ferramentas de *chat* instantâneo, dentre outros vários gêneros digitais que compõem a plataforma.

O *Twitter*, por sua classificação enquanto Rede Social do tipo *Microblog*, tem características específicas de *blog*, ao proporcionar a possibilidade de inserção de textos, ao mesmo tempo em que pontua uma limitação de caracteres. É constituído por um gênero principal, o *Tweet*¹⁹, com características bem definidas, e outros gêneros mais marginais, como a publicação de fotos, ou os *Retweets*, nos quais uma publicação é replicada.

Já o *Facebook* tem uma constituição discursiva mais complexa e compreende a combinação de gêneros diversos, possibilitando ao usuário a interação por meio da escrita de pensamentos, em um gênero bem assemelhado ao *Tweet*, mas também por

¹⁸ O termo *blog* deriva de uma contração do termo original *Web log* (diário da rede), que tem como objetivo a inserção de postagens sobre diversos assuntos por parte do usuário. Já os *microblogs*, como o *Twitter*, têm moldes parecidos para a postagem, mas limitam o número de caracteres que podem ser utilizados.

¹⁹ O termo *Tweet*, faz referência à onomatopéia que descreve o barulho emitido pelos pássaros na língua inglesa, correspondendo ao 'piu' da língua portuguesa. Essa nomenclatura evidencia a característica principal do gênero: é preciso condensar o que se pretende dizer em apenas 140 caracteres, ou seja, uma prática discursiva pontual, comparável a um 'piu' dos pássaros.

meio de comentários em fotos, em murais e ainda de um recurso muito interessante de apropriação discursiva, que é o *curtir*, em que um usuário pode manifestar apreço pelo que é inserido por outros.

Concluída esta breve apresentação das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter*, buscaremos abordar, na próxima seção, a possibilidade de as Redes Sociais propiciarem uma democratização do discurso, tendo em vista que, como vimos, um grande número de usuários tem à sua disposição uma plataforma para livre manifestação de pensamentos e posicionamentos ideológicos.

4.3 Redes Sociais e Democratização do Discurso

Como vimos, mais de 1 bilhão de pessoas estão engajadas em práticas sociais discursivas no âmbito do *Facebook*, e cerca de 517 milhões na plataforma *Twitter*. Compreendendo que estes são espaços digitais em que as pessoas podem se manifestar de forma relativamente livre, é pertinente dedicar esta seção ao questionamento quanto à possibilidade de afirmarmos que isso constitui uma forma de democratização do discurso perpassando as Redes Sociais.

Ao refletirmos acerca das possibilidades de mudança social e de quebra do poder hegemônico, importa tratarmos do que pode vir a ser essa democratização do discurso no âmbito das Redes Sociais, e questionar se, de fato, ocorre algum tipo de democratização.

A possibilidade de inserção de conteúdos na internet e o aumento crescente das ferramentas de interação social e digital trazem essa hipótese sobre as Redes Sociais, enquanto espaço democrático e de livre acesso e manifestação, já que (teoricamente) qualquer pessoa pode disponibilizar qualquer tipo de informação a qualquer momento nas Redes.

Galli (2010, p. 151), por exemplo, considera que “grande parte dos avanços tecnológicos está no processo evolutivo da comunicação” e que tais avanços conduzem “para uma maior democratização da informação e, conseqüentemente, do saber. A comunicação virtual introduz um conceito de descentralização da informação e do poder

de comunicar”. É justamente esse *poder de comunicar*, ao qual o autor se refere, que entendemos estar sendo confundido com democratização do discurso. Também nesse sentido, Melo (2010) ressalta o ciberespaço como tecnicamente aceitando a todos, e destaca a possibilidade de publicação (difusão de conteúdos e/ou informações) para todos:

De fato, tecnicamente, o ciberespaço aceita todos. Qualquer grupo ou indivíduo, não importando sua origem geográfica e social, pode investir na rede por conta própria e difundir nela todo tipo de informação que ache digna de interesse, desde que para isto lance mão de um mínimo de competências técnicas. As facilidades para lançar uma publicação na web são, sem sombra de dúvida, infinitamente maiores do que na mídia tradicional (MELO, In MARCUSCHI & XAVIER, 2010, p. 167).

Assim, cabe retomar o conceito de Fairclough (2001, p. 248) que entende “por ‘democratização’ do discurso a **retirada** de desigualdades e assimetrias dos direitos, das obrigações e do prestígio discursivo e linguístico dos grupos de pessoas”. Giddens (1993, p. 212), se refere ao assunto, afirmando que a “democracia política implica que os indivíduos tenham recursos suficientes para participar, de uma maneira autônoma do processo democrático”. Fairclough (2001, p. 129) menciona, ainda, o que chama de “aparente democratização do discurso”, que envolve “a redução de marcadores explícitos de assimetria de poder entre pessoas com poder institucional desigual”.

Nesse contexto, a constatação da possibilidade de democratização do discurso nas Redes Sociais subentenderia um acesso igualitário por parte de todos aqueles que se colocam no papel de autores nas Redes Sociais e demais espaços discursivos digitais.

Sobre o direito a uma voz, van Dijk (2010, p. 18) afirma que “poucas pessoas têm uma liberdade total para dizer e escrever o que querem, onde e quando querem e para quem querem”, e ainda que (2010, p. 44) “quanto à maior parte dos tipos de discurso formais, públicos ou impressos, os menos poderosos figuram apenas como receptores”. Ainda sobre a assimetria no acesso à voz, Mey (2001) afirma que,

Se a uma pessoa não é dada uma ‘voz’, ou seja, se ele ou ela não representam um personagem societalmente aceitável, então a pessoa é, no mais estrito sentido da palavra, uma ‘não pessoa’, um álgon, um animal não-falante (a palavra álogo, em grego moderno, designa a mula, encarada frequentemente como a encarnação da estupidez (...))

É a voz da sociedade que fala em seus personagens e através deles; se a sociedade não nos permite ter uma voz, somos então estúpidos, surdos e até, para todos os efeitos, mortos. (MEY, 2001, p. 124)

Foucault (2012, p. 9) também afirma que “não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa”.

Dito isto, é pertinente mencionar a questão do acesso a uma voz enquanto parâmetro para a verificação da democratização do discurso nas Redes Sociais. No que diz respeito a esse acesso, prioritariamente, é preciso destacar que existem muitos indivíduos vivendo em nosso país que sequer têm condições básicas de saneamento e alimentação, e que, portanto, não têm um espaço efetivo de fala por meio das Redes Sociais, pois muitos sequer têm contato com a tecnologia por meio de computadores e meios similares de acesso à internet.

Dessa forma, de imediato, não há como se falar em “retirada de desigualdades e assimetrias” (Fairclough, 2001), uma vez que as desigualdades geram essa segregação tecnológica e perpetuam as assimetrias de poder. Porém, se tomarmos como base apenas aqueles usuários que efetivamente têm acesso às mídias digitais, poderíamos supor que estes estivessem em um mesmo nível de atuação e de poder, ratificando a hipótese de que a democratização discursiva se concretizasse na comparação entre esses usuários.

Ocorre que, no âmbito das Redes Sociais, para além do acesso, e de modo mais complexo e amplo, podemos ver a democratização do discurso tendo por base não o percurso que parte do acesso, que, de fato é mais descentralizado, mas sim o *consumo* do discurso e o seu potencial discursivo, no sentido da repercussão, aceitabilidade e status social.

Nas relações de poder em espaços não-digitais, como vimos, fica bem claro que não há espaço para a fala daqueles que se encontram em uma posição subalterna (Spivak, 2010). Embora haja um momento em que lhes é permitido usar a fala, mesmo esses espaços são monitorados, limitados, e disponibilizados por aqueles que de fato detêm o poder.

Já nas Redes Sociais, podemos inverter essa lógica, e evidenciar que, embora haja abertura para a fala de maneira mais generalizada, é o alcance, ou a repercussão daquilo que é dito, que evidencia a impossibilidade da democratização discursiva. Isso

porque, embora algo seja dito por cada usuário, a depender de seu papel social, aquilo poderá ter as mais variadas abrangências. O poder de falar, mas especialmente não somente falar, mas de ser ouvido, não é democratizado. Melo ressalta, então, no âmbito do ciberespaço, que para além da mera inserção de discursos anteriormente mencionada, a democratização do discurso não se concretiza no ciberespaço, tendo em vista que os discursos não reverberam de forma democrática.

Embora no ciberespaço cada sujeito seja efetivamente um potencial produtor de informação, a Análise do Discurso (AD) vai nos mostrar que mesmo que a rede abrigue uma pluralidade de idéias, de pontos de vista, isso não é suficiente para que haja uma democratização dos discursos. Não basta as idéias estarem lá depositadas, é preciso que elas circulem, que elas tomem corpo, que elas reverberem. Isto é, que elas entrem na ordem do discurso e não fiquem apenas ‘à deriva na superfície das águas’. (MELO In MARCUSCHI & XAVIER, 2010, p. 167)

A autora (MELO 2010, p. 168) afirma, ainda, se referindo aos gêneros digitais de forma mais abrangente, que “no ciberespaço, o discurso dos excluídos só aparece em sites e *homepages* de iniciativa pessoal e/ou institucional”, e especialmente que tal discurso “só será conhecido caso o sujeito-internauta esteja realizando buscas de caráter não puramente informacional, mas de natureza temática”. O mesmo se aplica às Redes Sociais, nas quais, ainda que determinado discurso possa ser veiculado livremente, dificilmente alcançará repercussão semelhante aos discursos daqueles com maior poder ou prestígio.

Podemos evidenciar, por exemplo, que aqueles que já dispõem de *status* social de prestígio e de espaço discursivo *off-line*, e que adentram os espaços digitais por meio das Redes Sociais, permanecem com um número significativo de seguidores e contatos. Isso provoca a manutenção de sua influência, tendo inclusive o potencial de repercussão em que muitos dos textos por eles produzidos atingem proporções significativas de modo a serem veiculados em mídias diversas como notícia.

A própria terminologia das Redes Sociais, em especial do *Twitter* quanto ao *follow* (seguir), evidencia as assimetrias de poder que permeiam esse espaço discursivo. As relações discursivas, estruturalmente, se dão baseadas no conceito de que há um “*follower*”, ou “seguidor”. Conforme os usuários acrescentam suas informações, ou postagens, aqueles que seguem este usuário acompanham as atualizações em seu perfil

na Rede Social. Nessa breve definição do processo que estrutura as relações no *Twitter*, percebemos que as assimetrias de poder se tornam evidentes já na base. Ou seja, é possível que um usuário siga outro sem receber a recíproca em contrapartida. Em consequência, uma pessoa pública, em especial celebridades, ou pessoas que já possuam certa forma de poder fora dos espaços digitais, tendem a possuir um número de seguidores muito superior que aqueles que desempenham papéis sociais de menos prestígio, sem grande destaque junto aos demais.

Nesse sentido, no que tange às Redes Sociais, é necessário pensar a democratização do discurso para além do acesso, mas principalmente do ponto de vista do consumo do discurso e do seu potencial discursivo de repercussão, aceitabilidade e *status* social.

Compreender que as Redes Sociais não propiciam uma democratização do discurso é fundamental para que se possa questionar as formas de manutenção hegemônica e reivindicação do direito ao discurso. Foucault (2012, p. 8) questiona: “mas, o que há, enfim de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo?”. Mas as Redes Sociais possibilitarem acesso à voz de indivíduos em situação de dominação – de forma mais acessível do que em espaços não-digitais – é em si um espaço importante na sociedade, ainda que tais discursos não se veiculem de forma democrática. Isso porque é justamente na luta pela conquista de espaços de fala, de repercussão dos discursos minoritários, que reside o potencial para a mudança social das Redes. Van Dijk (2010, p. 21) afirma a importância de mais análises críticas “para descobrir se essa diversidade de tecnologias, mídias, mensagens e opiniões faz com que o cidadão seja melhor informado e capaz de resistir à manipulação através de mensagens que aparentam ser direcionadas pessoalmente para ele”. Se há a possibilidade de reivindicar mudança social por meio das Redes Sociais e questionar constituições identitárias e formas de dominação, é justamente por meio da análise crítica dos textos circulando nesses espaços que se pode neutralizar as estratégias de manipulação e fortalecer as práticas de reivindicação.

Mey (2001, p. 139) pontua que “falar sobre ‘a voz dos excluídos’ é de fato perguntar o seguinte: quem é excluído do quê, e por quem, antes de iniciarmos uma

discussão sobre o que deveria ser feito para ‘incluir’ as pessoas e no que elas deveriam ser incluídas”.

Tendo explicitado a questão da democratização do discurso, passaremos, então, à análise de textos das Redes Sociais, nos termos de van Dijk (2010, p. 43), ao afirmar que “o poder precisa ser analisado em relação às várias formas de contrapoder ou resistência vindas dos grupos dominados (ou de grupos de ação que representam tais grupos), o que também é uma condição para a análise dos desafios e das mudanças sociais e históricas”.

Capítulo 5

5. Eventos Discursivos – Dados e Reflexões

Neste último capítulo apresentamos os dados gerados no decorrer da pesquisa, buscando estabelecer uma análise com base nos referenciais teóricos já abordados. Como foi apresentado, o objetivo central da pesquisa é propor uma reflexão acerca de como relações discursivas evidenciam a construção de identidades nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*, e como as relações assimétricas de poder são mantidas ou questionadas nas práticas sociais nesses espaços.

Para tanto, selecionamos três categorias de relações sociais relevantes para o cotidiano, nas quais identificamos estratégias de manutenção do poder hegemônico que são evidenciadas por meio de construções identitárias; e, igualmente, estratégias em que as estruturas de poder são questionadas e há reivindicação de mudança social. As relações sociais selecionadas para constituição do *corpus* foram subdivididas em três categorias: relações políticas, relações comerciais e relações midiáticas. Estas relações foram selecionadas tendo em vista sua representatividade nas práticas sociais, uma vez que mobilizam grupos sociais de notório prestígio nas grandes massas da sociedade, em relações que se dão em espaços não-digitais. Dessa forma, buscamos estabelecer um contraponto sobre como tais relações perpassam as Redes Sociais.

No âmbito de cada uma dessas categorias de relações, selecionamos dois eventos com focos distintos em termos de questionamento ou manutenção de assimetrias, totalizando então um *corpus* com dados gerados em seis eventos distintos. O quadro abaixo detalha a constituição do *corpus*:

Categoria 1 Relações Políticas	Categoria 2 Relações Comerciais	Categoria 3 Relações Midiáticas
Evento 1 Eleições 2010 (Dilma Rousseff e <i>Twitter</i>)	Evento 3 Redes Sociais Plataformas Comerciais	Evento 5 Mídia Jornalística e Redes Sociais
Evento 2 Lula e o Câncer	Evento 4 Procon x Redes Sociais	Evento 6 Greve e Política na Mídia

Dessa forma, antes da apresentação dos dados referentes a cada evento social mencionado, faremos uma breve contextualização da conjuntura social na qual se enquadram. Neste momento, é relevante retomar os modos de operação da ideologia de Thompson (1995) já apresentados, que também darão suporte à análise, a saber: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação.

5.1 Categoria 1 - Relações Políticas

A primeira categoria selecionada para geração dos dados a serem analisados é a das relações políticas. Essas, especialmente em espaços de interação não-digitais, costumam evidenciar assimetrias de poder, uma vez que mobilizam interesses de grupos sociais diversos.

Esta categoria caracteriza-se pela identificação de como as relações mediadas por interesses de ordem política podem constituir identidades com vistas à manutenção do poder hegemônico ou ao seu questionamento nas Redes Sociais. Para refletirmos sobre como essas relações se materializam no *Facebook* e *Twitter*, selecionamos dois eventos distintos: a atuação discursiva da presidenta Dilma Rousseff por intermédio do *Twitter*, no período eleitoral de 2010, bem como sua prática discursiva após a vitória nas urnas; e a polêmica gerada nas Redes Sociais na época em que o ex-presidente Lula foi diagnosticado com câncer.

No Evento 1, os dados apontam para evidências da utilização das Redes Sociais enquanto ferramenta para a manutenção do poder hegemônico por meio da atuação da atual presidenta da república, Dilma Rousseff, no período eleitoral e, ao término deste, no *Twitter*, como veremos detalhadamente por meio da análise.

Já os dados gerados no âmbito do Evento 2 indicam a possibilidade de questionamento das práticas sociais dominantes e, conseqüentemente, de tentativa de mudança coexistindo com conceitos da ideologia dominante sendo veiculados por intermédio das Redes Sociais.

Conforme o referencial adotado, é fundamental a identificação das estratégias de dominação para que se possa proceder à sua neutralização, bem como a identificação de espaços discursivos de reivindicação de poder, para que se possa conquistar espaços

de posicionamento discursivo de contestação. Como veremos, através da análise desta primeira categoria de relações, as Redes Sociais constituem simultaneamente espaço para a perpetuação das assimetrias de poder e para a reivindicação de mudança, cabendo ao usuário a criticidade no consumo dos conteúdos veiculados, bem como na sua própria prática discursiva nas Redes.

Conforme já foi mencionado, mediante submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília, a apresentação dos dados preservará a identidade dos informantes, à exceção apenas das pessoas tidas notoriamente como figuras públicas. No escopo desta primeira categoria de relações discursivas a serem analisadas, os dados gerados de discursos, bem como imagens, relativos à presidenta Dilma Rousseff e ao ex-presidente Lula, como figuras públicas, não serão desidentificados. Os demais participantes terão nome e fotografia desidentificados para preservação de sua privacidade.

Por fim, cabe mencionar que esta pesquisa não tem o objetivo de criticar ou enaltecer qualquer tipo de posicionamento partidário ou político, mas de meramente evidenciar práticas discursivas materializadas nos textos que compõem o *corpus* a ser analisado, com base no referencial teórico já abordado. Torna-se, portanto, praticamente inevitável envolver figuras políticas em eventos de natureza política.

Dito isto, passemos então à efetiva apresentação dos dados gerados e respectiva análise no âmbito da primeira categoria de relações discursivas elencada: relações políticas.

5.1.1 Evento 1: Eleições para Presidente 2010 – Dilma Rousseff e Twitter

O primeiro evento, no âmbito das relações políticas, no qual iremos nos deter diz respeito à possibilidade de utilização das Redes Sociais como plataforma eleitoral. Para tanto, analisaremos trechos extraídos do *Twitter* atribuído a então candidata e presidenta Dilma Rousseff, especialmente os dados que datam do período de campanha eleitoral de 2010.

A utilização da Rede Social *Twitter* por parte de políticos com fins eleitorais tem como marco a campanha eleitoral nos Estados Unidos da América em 2008, na qual o atual presidente daquele país, Barack Obama, mobilizou diversos espaços virtuais

para arrecadação de recursos para a sua campanha presidencial, bem como para arrecadação de votos.

Cabe mencionar, no entanto, que a legislação eleitoral brasileira é bastante restrita se comparada à Americana, quanto à veiculação de propaganda eleitoral, de uma forma geral. No que diz respeito às mídias digitais ainda há questões a serem efetivamente normatizadas, e outras, pouco a pouco, vão sendo instituídas. O Tribunal Superior Eleitoral, por exemplo, em decisão de 15 de março de 2012, decidiu, por 4 votos a 3, que os candidatos a cargos eletivos não podem usar o *Twitter* para se autopromover ou pedir votos antes do período de propaganda permitido por lei. Os ministros do TSE entenderam que o *Twitter* é um meio de difusão de massa e que, assim como ocorre no rádio e na TV, a propaganda só deve ser autorizada a partir do dia 6 de julho do ano eleitoral.²⁰

Dessa forma, prosseguiremos entendendo que, na conjuntura social na qual foram produzidos os textos do perfil da atual presidenta, ainda não havia proibição expressa para a utilização da ferramenta enquanto plataforma eleitoral.

A primeira informação relevante quanto aos dados a serem analisados diz respeito à repercussão da atuação discursiva do perfil da então candidata à presidência. Como vimos anteriormente, no âmbito das Redes Sociais, é justamente a repercussão do discurso que evidencia as assimetrias de poder. Vejamos o cabeçalho do perfil no *Twitter* em questão:



Primeiramente é pertinente esclarecer que o círculo azul, ao lado do nome Dilma Rousseff, é um símbolo que ratifica a veracidade do perfil. Assim, embora seja possível elaborar um perfil falso de determinada pessoa pública, a própria Rede Social elaborou esse símbolo como verificador de autenticidade, que é acrescido aos perfis de

²⁰ Disponível em: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/tse-proibe-pre-campanha-eleitoral-pelo-twitter-15032012-56.shl>

personalidades. Dessa forma, podemos assumir o perfil como sendo de fato da atual presidenta Dilma.

Os dados gerados apontam que o perfil possui atualmente²¹ 1.780.871 seguidores. Dados de 04 de abril de 2012 apresentavam um total de 1.235.287. Como veremos a seguir, não houve nenhuma nova atualização no perfil desde o dia 13 de dezembro de 2010, e ainda assim, no curto período de menos de um ano, o número de seguidores do perfil aumentou em mais de 545 mil novos seguidores.

Embora a ferramenta não possibilite verificar a informação de quantos seguidores precisamente o perfil tinha no momento em que os dados foram produzidos, é possível supor que já atingia um número considerável de usuários.

Os dados acima apresentados revelam ainda um número de 574 usuários que são seguidos pelo perfil, o que demonstra a assimetria de poder na repercussão dos conteúdos a serem veiculados pelo perfil. Enquanto um número expressivo de pessoas terá acesso a qualquer conteúdo que seja veiculado pelo perfil da presidenta, a recíproca não se estabelece.

O perfil em questão foi criado no dia 11 de abril de 2010, ou seja, apenas alguns meses antes do início do período de propaganda eleitoral. Vejamos os primeiros dados postados no primeiro dia em que o perfil no *Twitter* foi utilizado. É pertinente lembrar que os dados da *Time Line*, conforme já mencionado, são postados em ordem decrescente, em que o mais antigo aparece abaixo do mais recente.



²¹ Dados de 12 de fevereiro de 2013.

O primeiro *Tweet* inicia com um conteúdo bastante semelhante ao utilizado nos discursos políticos em que uma saudação genérica aparece: “Bom dia, boa tarde, boa noite a todos”. Há ainda, evidências da utilização de recursos de aproximação dos usuários das Redes Sociais, tais como a utilização das abreviações, recurso próprio do gênero, e ainda, a carga semântico-argumentativa trazida pela estrutura “quero aprender c/ vcs”. Dessa forma, há, desde o início, um movimento de constituição de identidade enquanto indivíduo que busca se colocar no mesmo nível dos demais usuários da Rede Social, disposta inclusive a “aprender” com estes.

Embora haja grande possibilidade de estes conteúdos terem sido elaborados por outras pessoas (assessores) que não a então candidata à presidência Dilma Rousseff, o que nos interessa no decorrer da análise é a identidade que se constrói por meio da utilização dessas estruturas discursivas. Independentemente de terem sido veiculadas por assessores ou pela própria Dilma pessoalmente, há, desde o primeiro *Tweet*, traços de unificação, que, como vimos, é o modo de operação da ideologia que busca manter ou estabelecer relações de dominação por meio da construção simbólica de unidade, e também traços de dissimulação, nos termos de Thompson (1995), enquanto sustentação das assimetrias de poder por meio de sua negação ou ofuscação.

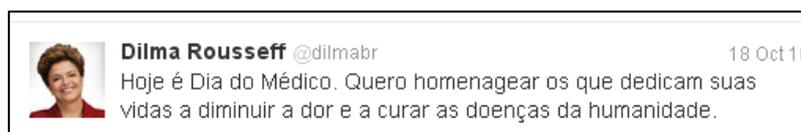
A unificação está materializada na constituição de uma identidade em que a própria Dilma se apresenta como pertencente ao grupo dos usuários da Rede. Já a dissimulação decorre desta unificação, ao ofuscar a assimetria de poder já evidenciada, uma vez que, embora a identidade seja constituída como pertencente ao grupo e igualitária, a própria distribuição estrutural em termos de quantidades de seguidores e de perfis seguidos evidencia a assimetria de relações de poder.

No segundo *Tweet* postado na Rede Social, a então candidata à presidência afirma que não irá fingir que passará muito tempo na internet. É possível depreender dessa afirmação a hipótese de uma crítica velada ao seu principal concorrente à presidência à época, José Serra, que já se utilizava da Rede Social de forma recorrente. No entanto, cabe ressaltar dessa postagem a utilização da seguinte estrutura linguística: “Vcs sabem que será impossível. Alguns **amigos** vão me ajudar”. Nesse trecho a presidenta antecipa o possível questionamento quanto à viabilidade da utilização da ferramenta por ela própria, enquanto candidata. E o que mais nos chama atenção: ela se refere aos assessores, possivelmente cabos eleitorais, que irão auxiliar na utilização do

Twitter como “amigos”. Trata-se da utilização de um recurso estratégico de dissimulação já abordado anteriormente: a eufemização. Como vimos, por meio dessa estratégia, relações sociais são representadas de modo a despertar uma valorização positiva, ofuscando pontos de instabilidade. Ou seja, o termo “amigos” é mais pertinente, nesse contexto, para os objetivos a serem alcançados. Caso a então candidata dissesse que a equipe de marketing pessoal, os cabos eleitorais ou a assessoria de comunicação iriam divulgar informações por meio da Rede Social em seu nome, talvez não obtivesse a mesma aceitação²², o que estaria em conflito com a identidade que pretendia construir: de proximidade e igualdade de posição social.

Algo semelhante ocorre nos dados que aparecem no terceiro *Tweet*: há a afirmação expressa de que, enquanto usuária do *Twitter*, não fará “muito discurso” por meio da Rede Social. Mais uma vez podemos perceber uma estratégia para afastar as implicações negativas da utilização da Rede Social enquanto plataforma eleitoral, já que é esperado de um político em campanha que se comunique com o público eleitor por meio de discursos. Percebemos, assim, que são utilizados recursos para reverter as relações da interação face-a-face.

Dando continuidade à apresentação de dados, vejamos que há inserção também em práticas não virtuais, conforme consta na publicação do *Twitter* a seguir:

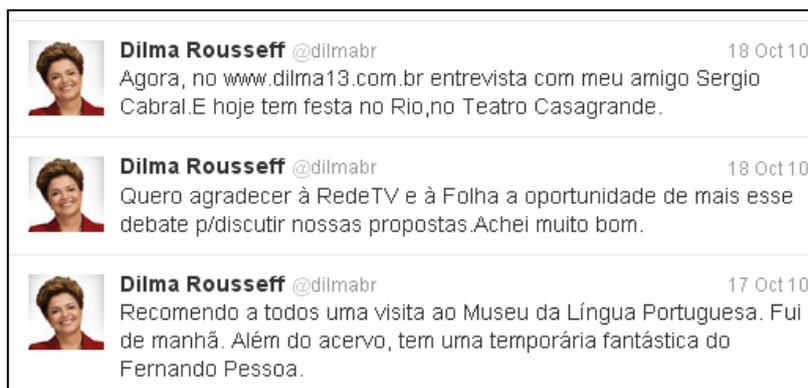


Em vários dos 393 comentários publicados pelo perfil, é possível identificar postagens dessa natureza, que não fazem menção diretamente ao processo eleitoral que estava em curso. A postagem acima, por exemplo, datada de 18 de outubro de 2010, ocorreu justamente no período entre o 1º e 2º turnos²³ eleitorais.

Vejamos outros dados, extraídos da Rede Social *Twitter*, referentes à mesma época:

²² Uma pesquisa sobre a recepção seria interessante para analisar esse tipo de evento, no entanto, foge ao escopo da presente pesquisa.

²³ A votação em primeiro turno ocorreu no dia 3 de outubro de 2010, e a votação em segundo turno em 31 de outubro de 2010.



A última postagem acima, também datada de 18 de outubro de 2010, faz uma referência ao Governador do Rio de Janeiro Sérgio Cabral Filho, eleito em primeiro turno, e apoiador da campanha da presidenta Dilma Rousseff, também enquanto “meu amigo”, e não enquanto aliado político nas eleições, ou algo semelhante; o que evita, mais uma vez, qualquer referência à campanha eleitoral de forma direta e objetiva.

Há, nos outros dados gerados acima, também uma menção ao debate político e à ida ao Museu da Língua Portuguesa, evidenciando novamente a inserção em práticas não virtuais, e servindo à construção de uma identidade que se distancia da figura política concorrendo a eleições presidenciais, mas que, essencialmente, se aproxima de uma usuária da ferramenta em posição de igualdade com os demais.

No entanto, a principal contribuição deste evento à nossa pesquisa, que foi a participação da presidenta Dilma Rousseff nas Redes Sociais, diz respeito não a dados textuais, mas justamente ao silenciamento. Isso porque, como veremos a seguir, a breve atuação da presidenta nas Redes Sociais compreendeu o período de 11 de abril de 2010 a 13 de dezembro de 2010. Não houve uma postagem sequer que tenha ocorrido já na qualidade de presidenta do Brasil, tendo em vista que a posse ocorreu, como sempre, no dia primeiro de janeiro do ano seguinte.



Até o fechamento deste trabalho, em 23 de abril de 2013, a última postagem no perfil oficial da presidenta Dilma Rousseff permanecia como a promessa de “vamos conversar mais em 2011”, sem qualquer outra manifestação posterior.

Os dados de 16 de novembro de 2010 já respondiam a um notório distanciamento da Rede Social após o término do processo eleitoral, por meio da afirmação “Amigos, não abandonei o *twitter* não”, “tenho trabalhado muito”, e “Mas vamos continuar conversando aqui de vez em quando”.

A possibilidade da utilização do espaço das Redes Sociais como recurso de manutenção hegemônica e de manipulação ideológica fica bastante evidente nessa repentina interrupção na utilização da Rede Social. A interação e aproximação com os usuários de Redes Sociais, e a construção da identidade evidenciada, não sendo mais desejável, foi simplesmente interrompida, tendo sido alcançados os objetivos pelos quais o perfil foi desenvolvido e utilizado.

É relevante mencionar que outros perfis no *Twitter* são utilizados para veicular notícias referentes à presidência. Mas em todos eles as informações são publicadas se referindo à presidenta Dilma Rousseff na terceira pessoa. Não há outro perfil que seja reconhecido como verdadeiro em que a presidenta se dirija diretamente aos usuários da Rede Social tal como nos dados apresentados.

Vejamos os principais perfis do *Twitter*, atualmente em uso efetivo, relativos à atuação da presidência. Cabe destacar que os dados demonstram que a quantidade de seguidores desses perfis é consideravelmente menor do que a dos seguidores do perfil apresentado antes das eleições, em que as postagens eram atribuídas à própria Dilma Rousseff:



Conforme demonstram os dados, o próprio aumento do número de seguidores do perfil oficial de Dilma Rousseff no último ano, ainda sem que haja sequer um único comentário veiculado nesse período, supera em muito a quantidade de seguidores dos perfis que atualmente disponibilizam informações sobre a atuação da presidência, o que evidencia o seu poder discursivo.

Mediante comparação dos dados apresentados, é possível comprovar que as Redes Sociais, em especial, nesse caso, o *Twitter*, podem atuar enquanto espaço para manutenção do poder hegemônico, e servir a propósitos de grupos dominantes em detrimento dos demais grupos. Se inicialmente foi proposto aos usuários seguidores do

perfil um espaço para interação, e canal para “trocar ideias e ouvir sugestões”, após a concretização dos objetivos não evidenciados expressamente (vitória das eleições), foram mantidos abertos apenas canais para informação dos acontecimentos e fatos relativos à atuação na presidência.

De forma semelhante ao explicitado por meio da análise destes dados referentes ao primeiro evento, daremos continuidade à nossa reflexão identificando que o questionamento das construções identitárias pode propiciar um espaço para reivindicação de direitos no âmbito das Redes Sociais. Isso porque, a depender do foco em determinado papel social exercido pelo indivíduo, é possível verificar uma polêmica polarizada, como no Evento 2, relativo aos acontecimentos que sucederam o anúncio de que o ex-presidente Lula estava acometido de câncer.

5.1.2 Evento 2: Ex-presidente Lula - Câncer e Polêmica nas Redes Sociais

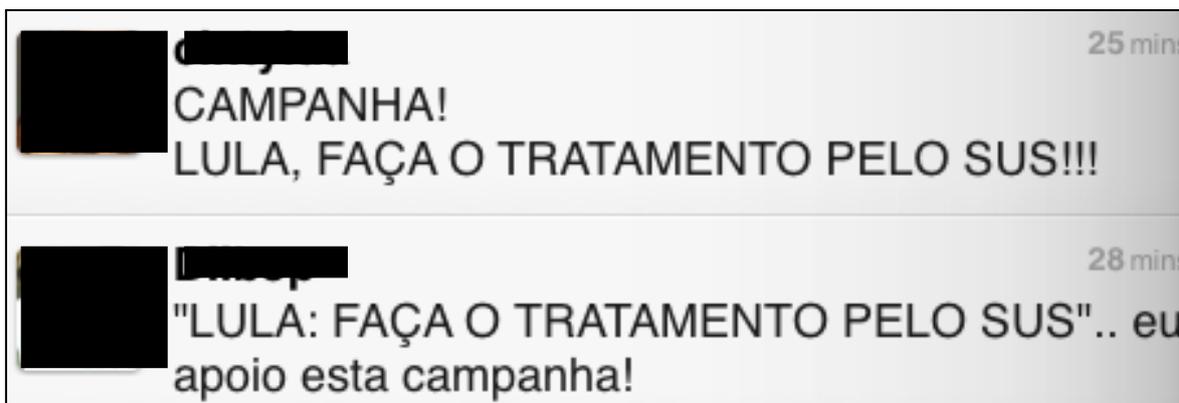
Ainda na categoria das relações políticas, os dados que constituem nosso segundo evento a ser analisado compreendem postagens no *Twitter* e *Facebook* em referência à informação de que o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva estaria acometido de câncer. Tal divulgação ocorreu no dia 28 de outubro de 2011, e permaneceu entre os assuntos mais comentados pelos usuários por alguns dias após a veiculação da informação, em ambas as Redes Sociais.

Diante de tal notícia, foi disseminada uma espécie de ‘campanha’, na qual parte dos usuários das Redes Sociais defendia que o ex-presidente deveria optar por realizar o tratamento da doença através do Sistema Único de Saúde – SUS. Esta campanha teve como base conceitual um vídeo, que foi reiteradamente compartilhado nas Redes Sociais. Este vídeo foi registrado em 03 de novembro de 2009, quando o então presidente Lula, em discurso no IX Congresso Brasileiro de Saúde Coletiva, se referiu ao sistema de saúde brasileiro como sendo uma boa alternativa para o sistema de saúde americano. Para fins de verificação do conteúdo, apresento a livre transcrição do discurso veiculado no vídeo, grifos nossos.²⁴

²⁴ Embora haja marcas fonológicas relevantes para uma análise da fala do ex-presidente, foi necessário optar pela transcrição adaptada das estruturas, uma vez que não se pretende analisar o discurso em si, apenas delinear o contexto para os dados das Redes Sociais.

Eu vivi os dois lados... eu sei o que é esperar sentado com a bunda num banco de um balcão de hospital três ou quatro horas ou cinco horas e as vezes depois que a gente tá lá dizem ó ‘o médico não tá’, eu sei o que é isso e sei o lado do atendimento VIP que tem um presidente da república. Esse assunto eu falo de cátedra, sabe, de que ainda falta muito para que a gente possa dar as pessoas mais humildes o tratamento respeitoso que todo ser humano precisa ter no mundo. A saúde de qualidade, ela necessita de dinheiro. E aí a sociedade como um todo tem que se auto-financiar. Veja o que o Obama tá passando nos Estados Unidos com a questão da saúde. E lá tem 50 milhões de pobres que não tem direito a nada. **Ah se tivesse um SUS nos Estados Unidos como seria bom para os pobres!** Eu na próxima conversa que tiver com Obama, eu falo **‘Obama faça o SUS: custa mais barato e é de qualidade. E é universal’**.²⁵

A campanha veiculada massivamente nas Redes Sociais, ora em tom jocoso, ora em tom reivindicatório, teve como marca principal, a frase “Lula, faça o tratamento no SUS”, e contou com inúmeras e diversas manifestações de apoio, como as constantes dos dados abaixo, extraídos do *Twitter*²⁶.



Na sequência, houve a resposta por parte daqueles que discordaram da campanha, que em geral enquadraram-na como ‘chacota’ e ‘humor negro’, uma vez que se tratava de uma doença séria: o câncer. Determinados posicionamentos apresentam construções de sentido que reportam ao vínculo social. Em um terceiro momento, houve uma contra-resposta na qual os usuários que aderiram à campanha responderam às críticas dos demais.

²⁵ O vídeo original pode ser encontrado no endereço eletrônico: www.youtube.com/watch?v=ceZWSMvulw4

²⁶ Conforme previamente explicitado, os dados de usuários serão desidentificados para preservar suas identidades. Com exceção apenas daqueles que configurem notadamente figuras públicas.

Há, nesse momento, a verificação da utilização das Redes Sociais como espaço para reivindicação de direitos. Nesse caso, a construção de uma identidade coletiva, que questiona as assimetrias de poder em que os dominantes têm acesso a um sistema de saúde privilegiado, enquanto a maior parte da população tem apenas o Serviço Único de Saúde, que é entendido como precário. Quando se dirigem diretamente a Lula, por meio da campanha, sua prática social não representa apenas uma proposição ou sugestão, mas materializa um posicionamento de questionamento do poder hegemônico e das assimetrias de poder estabelecidas.

A quantidade de dados disponíveis durante o período em que a discussão em questão compunha a lista dos assuntos mais discutidos foi considerável, e diante da impossibilidade de analisar todos os comentários sobre o assunto, foram selecionados os comentários mais compartilhados, e também aqueles com recursos de construção de sentido mais diferenciados.

Cabe ressaltar que a maior parte dos dados foi reproduzida por um número grande de usuários na íntegra, em alguns momentos com a devida referência, em outros momentos não. Os dados mais recorrentes compreendem a informação de que se estabelece uma campanha, e ainda o direcionamento de fala ao ex-presidente, com a sugestão de que faça o seu tratamento contra o câncer por meio do Sistema Único de Saúde.

Em termos de construção de sentido, a informação essencial que é preciso recuperar diz respeito a que representação o SUS tem para a cultura brasileira, em especial para aqueles que endossaram a campanha. Esta representação tem relação direta com práticas sociais anteriores, que pode ser assim sintetizada: “sistema de saúde ineficiente e indesejável”. A proposição da campanha em si desvela a informação de que, sendo o ex-presidente um membro da classe mais abastada na sociedade, não teria que se submeter ao sistema público de saúde, bem com às implicações e práticas sociais indesejáveis resultantes dele. Assim, a sugestão evoca o posicionamento de que o ex-presidente deveria se submeter voluntariamente ao mesmo sistema a que os mais pobres e desempoderados se submetem, evidenciando uma reivindicação de mudança social manifesta na retirada de assimetrias de poder.

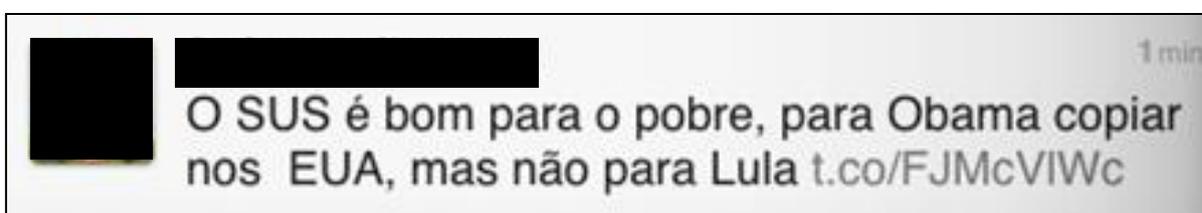
Recursos diversos foram utilizados nesse contexto, com vistas a dar características da campanha; entre eles, um dos que foi bastante veiculado pela mídia

jornalística foi a alteração digital de uma foto na qual Lula foi representado sem os seus cabelos, em uma alusão às consequências de sessões de quimioterapia que o câncer exige, como podemos ver nos dados a seguir, extraídos do *Facebook*:



Podemos perceber que os dados acima apresentam uma página (comunidade) dentro da Rede Social *Facebook*, que recebe o nome da campanha. É relevante ressaltar que a montagem em que o ex-presidente aparece sem cabelos (acima) foi compartilhada tanto por meio da Rede Social *Twitter* como do *Facebook*, e, da mesma forma, grande parte dos textos e imagens relacionadas ao assunto ocorreu simultaneamente em ambas as Redes Sociais.

Em parte dos dados se percebe a vinculação da campanha polêmica com o vídeo mencionado e transcrito, onde é tomada como incoerência a afirmação de Lula quanto à qualidade do SUS, em contraponto com sua prática social de utilizar um hospital privado para seu próprio tratamento de saúde. Vejamos dados do *Twitter*:



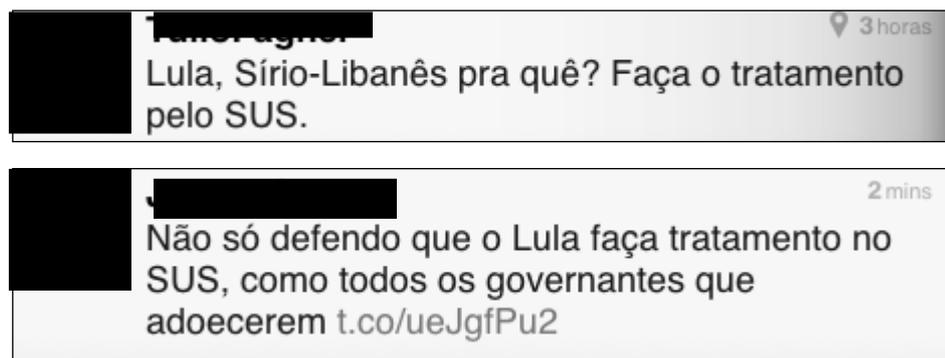
O comentário apresentado não faz qualquer menção explícita à campanha “Lula, faça o tratamento pelo SUS”, mas faz referência ao vídeo e estabelece uma lógica de práticas discursivas relacionadas, na qual se evoca a incoerência por meio da qual se embasa a reivindicação. Ao final do comentário, temos o *hiperlink*²⁷ que direciona para o local onde se encontra o vídeo em questão, estendendo o valor argumentativo que se pretende estabelecer. Caso o usuário leitor que acesse a página tenha interesse, poderá acessar o vídeo após a leitura do comentário, conforme embasamento teórico sobre as implicações do hipertexto nos gêneros digitais já mencionado.

Esse recurso visa legitimar as informações apresentadas, já que é o próprio ex-presidente o enunciador do discurso do vídeo, em defesa do Sistema Único de Saúde. O usuário busca remeter à noção de “O SUS é bom para o pobre” e “para Obama copiar”, como tendo sido emitida pelo ex-presidente Lula. Embora a segunda afirmação possa ser depreendida em um nível mais superficial do referido discurso de Lula, a primeira assertiva não é diretamente recuperável, inclusive diante da comparação estabelecida no discurso entre o tratamento recebido no SUS, e o tratamento “VIP” que tem um Presidente da República.

No entanto, a reivindicação da retirada de assimetrias se estabelece, tendo em vista que o representante máximo da nação, em alguma medida, deve ser responsável por assegurar um atendimento de saúde para os pobres, e, se este sai em defesa do sistema público de saúde, estabelece alguma legitimidade ao tratamento oferecido.

A construção de sentidos compartilhada pelo mero estabelecimento da campanha evidencia uma insatisfação em decorrência de práticas sociais anteriores, e um posicionamento discursivo em questionamento às estruturas sociais desiguais estabelecidas, por meio da denúncia da ineficiência do sistema de saúde público e da responsabilização do governo, focalizada na pessoa do ex-presidente. Ademais, é estabelecido um princípio de exigência de uma coerência, respaldada em uma construção da identidade de Lula enquanto governante, que, ao proporcionar o serviço de saúde, deve se utilizar dele.

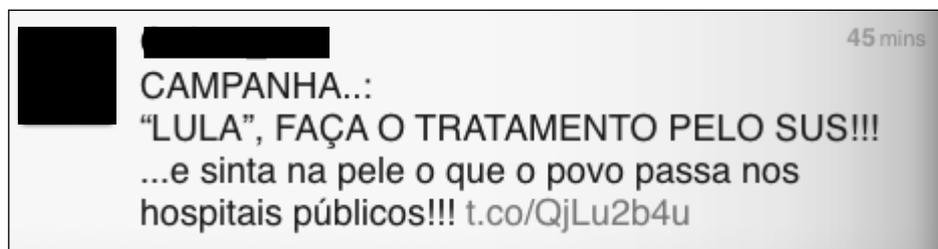
²⁷ O Hiperlink direciona o usuário para uma nova página em que pode ter acesso ao vídeo com a fala do próprio presidente à época. É um importante recurso argumentativo para reforçar o que se pretende em termos de evidenciar o que se entende como incoerência.



Nesses dados, extraídos da Rede Social *Twitter*, podemos perceber mais uma vez que a campanha não é direcionada a Lula como indivíduo, como pessoa, mas à construção identitária, formulada pelo discurso dele enquanto símbolo do governo, passível de ser responsabilizado pelas dificuldades enfrentadas pela sociedade no acesso à saúde pública. Essa afirmação, inclusive, se dá de forma explícita neste último comentário, onde se reivindica a utilização do Sistema Único de Saúde, não apenas pelo Lula nesse evento específico, mas para os governantes de maneira geral.

Outra identificação perceptível diz respeito à menção de “Sírio-Libanês”, que se refere ao hospital da rede privada de maior prestígio no tratamento do câncer, e ao qual grande parte dos governantes acometidos de doenças recorre como forma de ver seu tratamento realizado de modo eficaz. É apenas mediante o conhecimento compartilhado dessas informações, resultante de práticas sociais anteriores, que o sentido do texto pode ser recuperado.

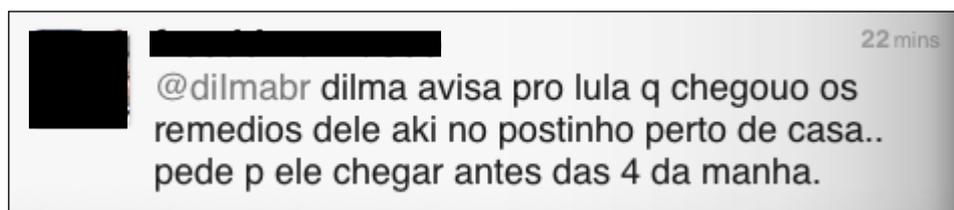
Alguns dados apresentam informações mais explícitas acerca da representação que se tem do SUS, e da reivindicação de retirada de assimetrias de poder, como podemos perceber no exemplo:



A sugestão de que o ex-presidente “sinta na pele” o que o povo passa nos hospitais públicos evidencia o questionamento da hegemonia, propondo uma inversão das práticas sociais. Há na estrutura desse texto uma seleção lexical bastante forte com a

escolha da estrutura linguística “sinta na pele”, que demonstra ainda maior ênfase na representação do SUS como sendo ineficiente e responsável pelo que “o povo passa” de negativo em relação ao tratamento público de saúde.

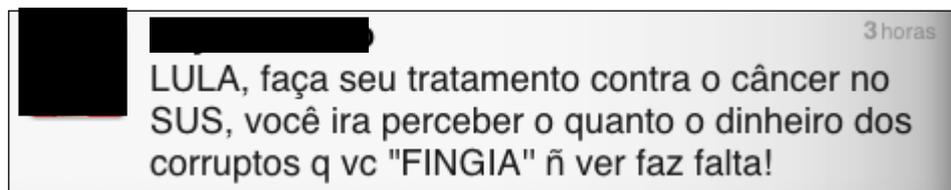
As motivações políticas da campanha, como propulsoras para a manifestação ideológica que perpassa as construções de sentido, estão presentes no próprio conceito estabelecido como sua base, tendo em vista a constituição da identidade de Lula, prioritariamente enquanto governante e detentor de poder. Nos dados do *Twitter* a seguir, é feita a interlocução não diretamente com o ex-presidente Lula, mas sim com a atual presidenta Dilma Rousseff, onde, mais uma vez, evidencia-se que a representação de Lula no contexto desse evento social não é individual e personalizada, humanizada, mas sim institucionalizada, como sendo ele responsável pelas dificuldades vivenciadas pela população.



As identidades, como vimos, se constituem socialmente, através do discurso, no confronto com o outro. Nesses dados, o usuário estabelece um contraste entre aqueles que vivenciam a realidade de precisar acordar cedo, e aguardar em filas para ter acesso a medicamentos, e os governantes, que têm à sua disposição hospitais e medicamentos. Ao estabelecer esse contraste, inclusive ao mencionar a proximidade do posto de saúde de sua casa, o usuário se coloca em uma posição social de oposição de identidades, e novamente reivindica a retirada de assimetrias de poder. O usuário se dirige a Dilma, como forma de colocá-la no mesmo papel de identidade e responsabilização política, já atribuído a Lula pela campanha.

Em toda essa cadeia de dados apresentada, podemos evidenciar a intertextualidade (Fairclough, 2001), uma vez que um texto remete a outros que o precedem e antecipa aqueles que virão em seguida. Assim, as articulações políticas e ideológicas se materializam nas construções de sentido e são responsáveis por novas articulações e construções que decorrem das anteriores.

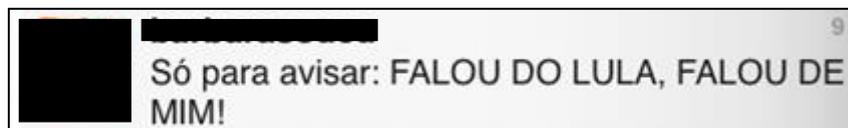
Podemos perceber claras referências a acontecimentos e práticas sociais recuperadas nos textos, como o seguinte, onde se reivindica uma responsabilização por parte de agentes políticos corruptos pela má qualidade do SUS:



Aqui podemos localizar uma construção identitária atribuída ao ex-presidente Lula como tendo conhecimento das práticas de corrupção, quando é selecionado o verbo “fingir”, mas não incluído entre os que o usuário considera corruptos. Ao estabelecer o contraste entre Lula e os corruptos, a identidade de Lula é delineada como omissa, mas não como corrupto. Isso porque, em sua composição semântica, há o componente de que quem finge, na realidade, esconde uma situação diferenciada da que finge. Tal exemplo faz alusão às denúncias de corrupção, os ditos *mensalões*, ocorridas durante o mandato de Lula. Embora não haja menção a roubo, a construção “o dinheiro dos corruptos” acarreta a noção de que o dinheiro público foi tomado ilegitimamente. Embora os dados acima responsabilizem o ex-presidente por algum tipo de omissão, não atribuem a ele o caráter de corrupto, já que nomeiam os corruptos como *eles* e não como *vocês*, excluindo assim a participação ativa do ex-presidente nas práticas efetivas de corrupção e relegando a ele apenas um papel de conivente, tendo conhecimento, mas fingindo desconhecer tais práticas.

Em seguida à consolidação da campanha nas Redes Sociais, surgem os comentários contrários a ela. As motivações e construções de sentido apresentam uma demonstração de afetividade e empatia em relação ao ex-presidente, e uma visão mais humanizada, em contraponto aos dados a favor da campanha no primeiro momento. Nesses dados, a identidade do presidente é constituída como pertencente ao grupo de pessoas com algum tipo de doença grave; há uma identificação dele enquanto ser humano. A representação do SUS, como sendo um espaço de insatisfação e especialmente de não atendimento das necessidades de uma pessoa com câncer, se mantém. Em geral, os argumentos para contrariar a campanha alteram a identificação de

Lula, e o consideram em uma perspectiva mais humana e individualizada, ou ainda, mais idealizada, chegando a se apropriar daquilo que é tido como ofensa para si, como nos dados do *Twitter* abaixo:



Neste exemplo não há qualquer argumentação explícita acerca da campanha, mas sim o posicionamento literal na posição do outro, da identidade enquanto pertencente, logo, na posição de defendê-lo.

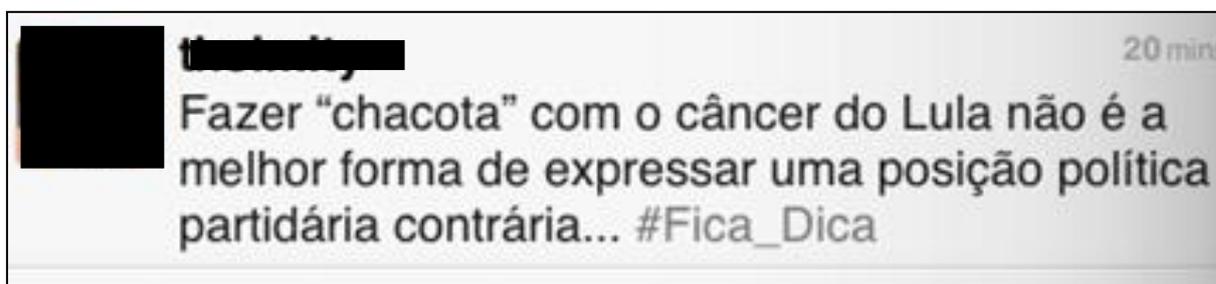
Outros recursos dispõem de estruturas mais politizadas, nas quais o posicionamento contrário permanece, mas é feita uma referência ao discurso da saúde e da moralidade, com argumentos como “câncer não é instrumento político”, como podemos ver nos dados do *Facebook* abaixo. Nesse caso específico, optamos por não ocultar a imagem do perfil, mas ao contrário trazê-la em destaque. Uma vez que podemos perceber uma forma diversa de se colocar na posição do outro, de modo que a própria imagem do perfil do usuário é ocultada e se revela a do outro. Essa opção em si apresenta um posicionamento de identificação, e ainda que não houvesse a manifestação contrária à campanha, seria possível depreender o apoio ao ex-presidente em sua situação de saúde.

Os dados abaixo, extraídos da Rede Social *Facebook* foram postados em um perfil dedicado ao presidente Lula, embora não seja um perfil oficial. Podemos perceber uma manifestação de solidariedade, mas também uma resposta intertextual que retoma a prática discursiva da campanha em questão. Vejamos:



Nesse exemplo, temos o termo “instrumento político” usado com certo caráter de reprovação. O discurso da moralidade aciona a informação compartilhada pela sociedade, que remete a conceitos como “com doença não se brinca”, compreendendo que há que resguardar determinados assuntos de polêmica, em prol da moral e da ética. Tal recurso visa atribuir ilegitimidade à campanha em questão, embora não se faça qualquer menção explícita a ela. Considera-a como um desrespeito aos preceitos da moralidade e que não se pode utilizar um tema como a saúde como material para reivindicações políticas. Um leitor desavisado, que desconheça o teor da campanha, pouco poderia compreender daquilo que é apresentado nessa postagem. Acrescida às informações escritas, temos a imagem da cruz na qual o texto aparenta remeter ao discurso da saúde, uma vez que a cruz vermelha é um símbolo amplamente vinculado à saúde. Esse recurso reforça o questionamento de que, moralmente, é inadequado se utilizar de questões de saúde para suscitar críticas e debates políticos.

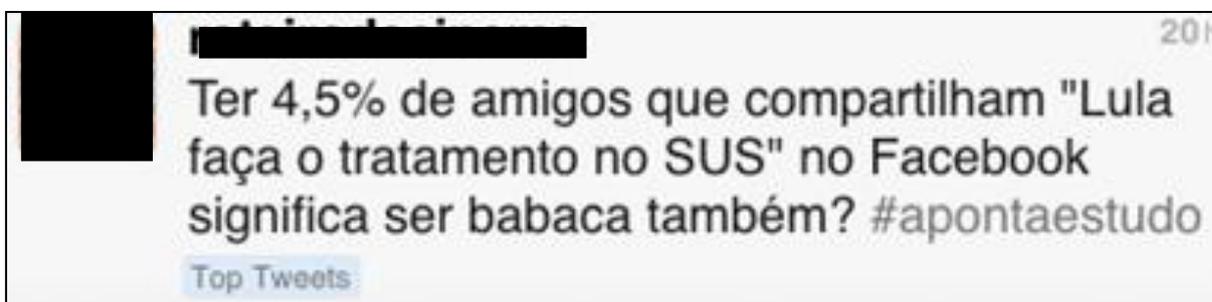
O discurso da moralidade é acessado como forma de defender o ex-presidente, ou de expressar repúdio por qualquer forma de ironização do câncer, ou de identificação de Lula enquanto algo que não um ser humano acometido de uma grave doença. No exemplo abaixo, podemos ver a expressão de ilegitimidade atribuída à campanha através da seleção do termo “fazer chacota”. Embora haja certo reconhecimento dos objetivos políticos que dão origem à campanha, quando da seleção do termo “expressar uma posição política partidária contrária”, há, mais uma vez, a repreensão de que não se deve utilizar esse tipo de doença para tal fim.



O recurso “#Fica_Dica”²⁸, que fecha o comentário, veiculado pela Rede Social *Twitter*, faz parte da estrutura composicional do gênero *Tweet*, e dá ao comentário um

²⁸ Trata-se de um recurso composicional do gênero *Tweet* denominado *Hashtag* (palavra-chave), que visa dar evidência a determinada palavra ou frase. Em geral um hiperlink é criado, e ao clicar na *Hashtag* o usuário é direcionado a todas as outras postagens que também utilizam a mesma *Hashtag*.

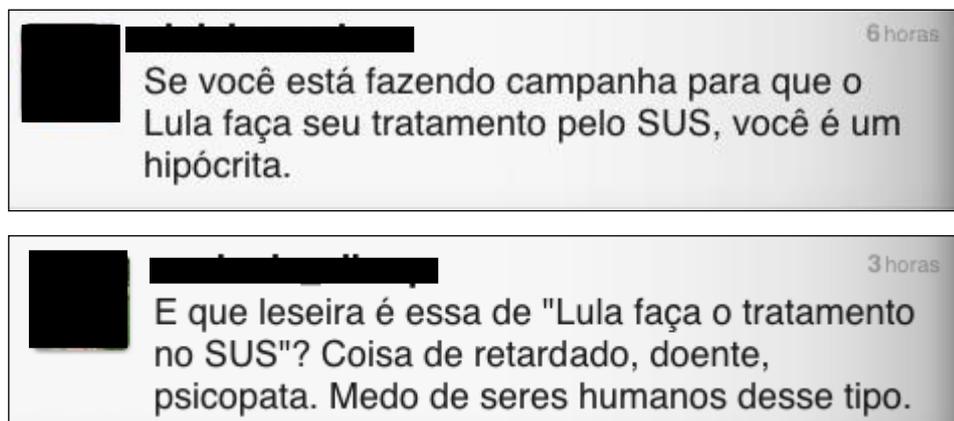
caráter mais polido, bem como a opção por trazer o termo “chacota” entre aspas, que pode dar a entender que não se pretende utilizar na íntegra o sentido acarretado pelo termo. Dessa forma, o usuário adota um posicionamento não tão polarizado. Outros dados revelam uma insatisfação mais patente acerca da campanha, e não buscam quaisquer meios de desacreditá-la, mas se direcionam àqueles que a defendem. Há um movimento de construção identitária de oposição aos defensores da campanha. Podemos aqui nos remeter à estratégia do expurgo do outro, no âmbito do modo de operação da ideologia da fragmentação, conforme vimos em Thompson (1995). Vejamos os dados abaixo, extraídos do *Twitter*:



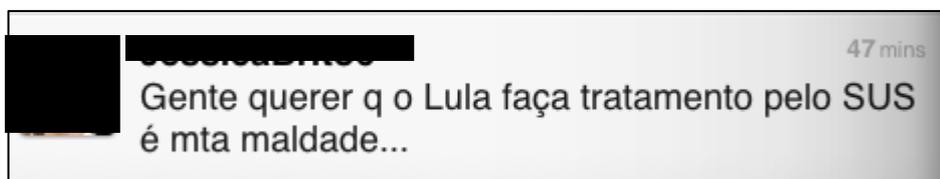
Há aqui um exemplo das relações sociais em forma de rede, mencionadas quando da explicação sobre as Redes Sociais. O comentário diz respeito não à campanha em si, mas àqueles que compartilham a campanha no *Facebook*. É interessante também a informação estar sendo veiculada pelo *Twitter* com a menção à outra Rede Social, o que demonstra a coexistência de usuários das duas Redes, bem como o diálogo que estabelecem entre si. Nessa postagem podemos ver a expressão “*Top Tweets*”, que é atribuída pelo sistema da Rede Social *Twitter* a um comentário replicado muitas vezes por outros usuários. Assim, esse comentário foi compartilhado por diversos usuários. A construção “ser babaca também” acarreta o sentido de que todos os 4,5% amigos, aos quais o usuário se refere, podem ser caracterizados como “babacas”, evidenciando o expurgo do outro, e a construção da identidade de oposição.

Outros dados do *Twitter* com recurso semelhante, de redirecionamento do posicionamento para os veiculadores da campanha, são os dois exemplos seguintes. No primeiro, o comentário se dirige diretamente a uma classe de pessoas (outros, não-pertencentes) que estão fazendo campanha para que Lula se trate no SUS, e os

caracteriza como hipócritas. Já no segundo há a menção da campanha como sendo “leseira” e a caracterização dos que a veiculam como “retardados, doentes, psicopatas”; e há, ainda, a construção linguística de “medo de seres humanos deste tipo”, evidenciando novamente o expurgo do outro.



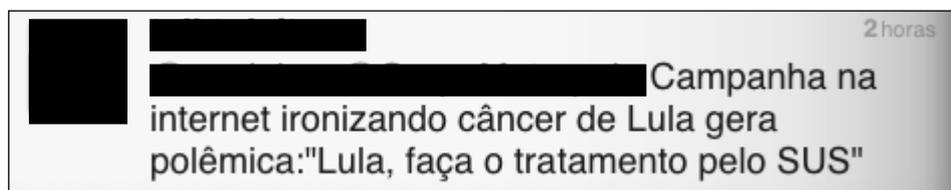
Este último dado retoma mais uma vez o discurso da saúde, ao considerar psicopatas aqueles que se utilizam do recurso da doença como motivador de debate político. Algo bastante semelhante acontece com aquilo que chamamos de *humor negro*. Ou seja, algo moralmente sacralizado é tomado de forma leviana. Mais uma vez podemos perceber que a representação do SUS não é sensivelmente alterada, mas há menção direta à campanha, bem como a um recurso de posicionamento ideológico que a representa como sendo uma mobilização ilegítima em alguma medida.



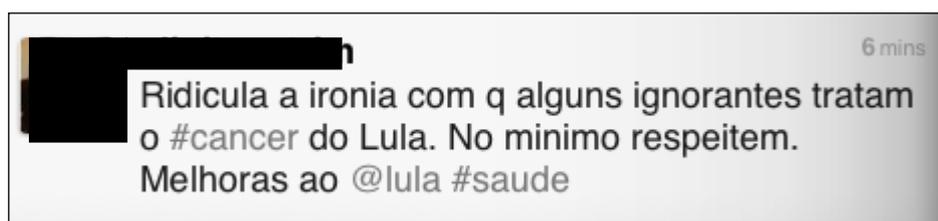
Nos dados do *Tweet* acima, podemos perceber, com clareza, a manutenção da representação sobre o SUS, uma vez que o fato de querer que o ex-presidente se utilize deste serviço pode ser considerado como “mta maldade”. Aqui fica claro que não se considera o SUS uma boa alternativa, já que é “maldade” querer que uma pessoa utilize esse sistema público de saúde.

Os dados seguintes apresentam exemplos de postagens no *Twitter* sobre o assunto, com características informativas, já que é apresentada a polêmica sobre a

campanha de uma forma *neutra* à primeira vista. No entanto, uma análise mais atenta revela a seleção lexical “ironizando o câncer”, que posiciona o comentário contra a campanha.



Atribuir à campanha o caráter de ironia com o câncer é também um recurso para retomar o discurso da saúde e de apresentar o ex-presidente de forma humanizada e não institucionalizada. Vejamos outros exemplos, do *Twitter* e *Facebook*, respectivamente, nos quais este mesmo recurso se apresenta.



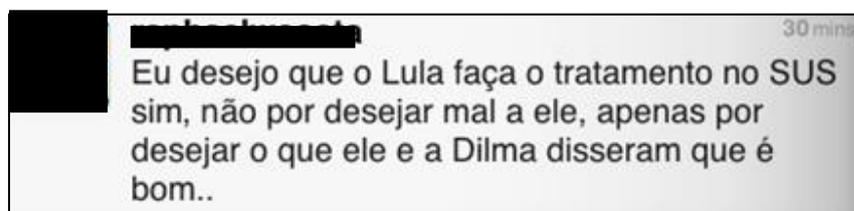
Os dados acima apresentam características multimodais interessantes. É um recurso composicional bastante utilizado no *Facebook*, quando uma postagem apresenta uma seta que aponta para a foto do usuário e dizeres que estabelecem a identificação da pessoa com uma temática específica. O simples clique em *compartilhar* acrescenta esse

comentário à página da pessoa e evidencia o seu posicionamento em concordância com a temática.

Podemos ver então, mais uma vez, o discurso da saúde retomado e reforçado, ainda com o desejo de melhora não apenas de Lula, mas também dos demais portadores de câncer, sejam eles usuários do SUS ou da rede de saúde privada. Nessa postagem há a constituição de uma identidade social para portadores do câncer como dignos de “desejos de melhoras” independentemente de utilizarem hospitais particulares ou públicos.

A materialização das práticas sociais nos textos postados nas Redes Sociais se manifesta através da repercussão daquilo que é dito e da forma como novas construções de sentido passam a ser criadas a partir daquilo que é posto por meio do discurso na sociedade. A partir do momento em que os dados contrários à campanha passaram a ser veiculados no espaço digital, com a informação de que a campanha tratava a questão do câncer com ironia e deboche, novas manifestações vieram em resposta.²⁹

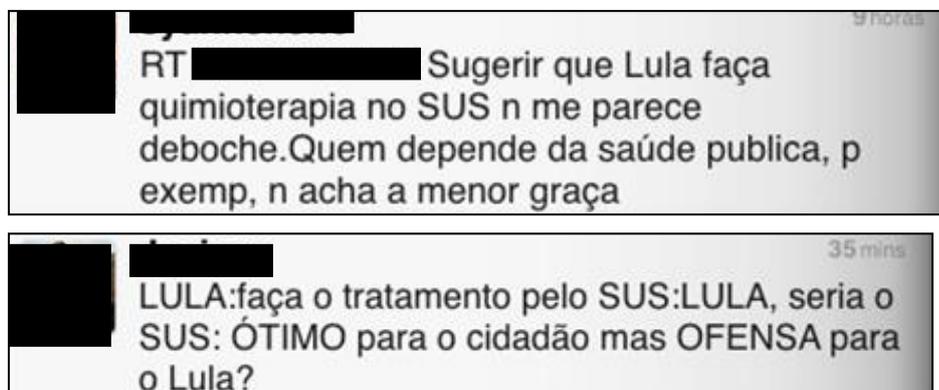
Os dados referentes a esse terceiro momento, em alguma medida, remetem aos comentários contrários à campanha, como, por exemplo, afirmando que há “sim” o desejo que o tratamento seja feito pelo SUS, mas que “não pode desejar mal a ele”.



Mais uma vez podemos perceber uma representação do ex-presidente como instituição, inclusive na associação à Presidenta Dilma Rousseff, que reforça a perspectiva, de identificação de ambos enquanto elite dominante, governantes, beneficiados pela ideologia estabelecida.

²⁹ Embora estejamos apresentando e analisando os dados de maneira linear em forma de debate discursivo em que há pólos em certa medida, é importante ressaltar que os meios digitais têm como característica uma não-linearidade inerente. Assim, os dados coletados não seguem uma linha cronológica simples. Não há apenas comentários a favor da campanha, em seguida contrários e então réplicas destes últimos. Há na realidade um aparente caos discursivo em que se pode verificar interações múltiplas e sem direcionamento de destinatário específico. Poderíamos estabelecer uma relação de comparação com uma sala com um número grande de pessoas onde todas se comunicam com todas sobre um mesmo assunto simultaneamente.

Dessa forma, o foco é retirado da pessoa enquanto indivíduo, já o usuário pontua que não deseja mal à **pessoa** de Lula. No entanto, se mantém processo semelhante ao “sentir na pele”, em que se estabelece a lógica de que aqueles que proporcionam algo de “ruim” à população devem experimentar aquilo que oferecem. Há também aqui a menção ao vídeo com a informação de o SUS ser bom. A institucionalização do mérito transparece, mais uma vez. Uma vez que, embora não haja a participação de Dilma Rousseff no vídeo em questão, a atribuição do discurso é vinculada a ela, pois a identidade constituída para Lula e Dilma, nesse contexto, se entrelaça na ideia de ‘aqueles que detêm o poder e não oferecem serviço de saúde de qualidade à população’.



Os dados acima, extraídos também do *Twitter*, atualizam o discurso da saúde colocado pelos contrários à campanha, mas o direcionam para a identificação com a população que se utiliza do SUS. O argumento apresentado busca, mais uma vez, legitimar a campanha como focada na ineficiência do Sistema Único de Saúde, e questiona o posicionamento de que se estaria incorrendo em algum tipo de deboche ou ofensa à pessoa de Lula, acometido por câncer. Tal afirmação se pauta na afirmação de que os usuários do SUS não acham graça na situação da saúde pública, ou ainda na retomada da contradição entre as seleções lexicais “bom” e “ofensa”, que se referem ao vídeo no qual Lula ressalta as qualidades do SUS em contraste com a situação dos Estados Unidos.

No âmbito dos dados gerados neste segundo evento, é relevante ressaltar que a constituição de identidades sociais diferenciadas por meio do discurso, na alteridade com o outro, é evidenciada e consolida o papel fundamental das práticas e relações

sociais para as interações discursivas, uma vez que “os personagens se constroem na medida em que se representam um diante do outro. O Eu se constrói constituindo o Eu do Outro e é por ele constituído” (Guimarães, 1995, p. 59).

Como podemos observar, há algo de muito mais relevante nos dados analisados do que meramente a concordância com uma campanha em forma de manifestação, ou mesmo com a discordância dela. Há posicionamentos acerca da igualdade de condições e direitos entre as pessoas, acerca da ilegitimidade da desigualdade social e acerca do papel dos governantes, que detêm o poder, em relação àqueles a quem representam.

Não cabe aos objetivos deste trabalho estabelecer um posicionamento contrário ou favorável à campanha em si, mas sim evidenciar a importância de se estar ou não na posição de levantar manifestações e de se posicionar criticamente em relação ao poder hegemônico estabelecido. Esse recorte em si desvela informações relevantes sobre a sociedade brasileira e sobre as possibilidades discursivas disponíveis aos falantes por meio das Redes Sociais.

Praticamente a totalidade dos dados apresentou o SUS como sendo um Sistema de Saúde ineficiente e que traz grandes danos à população. Cabe ressaltar, no entanto, que alguns poucos dados, aqui não analisados tendo em vista a necessidade de estabelecer um recorte mais representativo, trouxeram algumas representações divergentes dessa, afirmando que há atendimento de qualidade no SUS. Além da representação negativa do SUS evidenciada, pudemos perceber que a opção por um discurso de responsabilidade governamental em contraposição a um discurso de humanização e saúde foi essencial para legitimar os posicionamentos contrários defendidos.

A percepção da existência de assimetrias de poder no evento em questão é evidente na simples opção de conferir ao ex-presidente a escolha, ou não, de se tratar no SUS, diante de suas condições econômicas para arcar com os custos do tratamento privado. Opção esta que não está disponível à grande parte da população do país. De qualquer forma, a luta pelo poder se materializa na possibilidade de se questionar essa escolha, seja para refutá-la, seja para legitimá-la. E, como vimos, os dados analisados apontam para as Redes Sociais como espaços frutíferos para questionamento da ideologia hegemônica e reivindicação de mudanças sociais.

Após a análise dos dados referentes à categoria de relações políticas, podemos perceber que as Redes Sociais mobilizam práticas sociais e discursivas que tanto podem contribuir para a construção de identidades que visam manter as assimetrias de poder, como para aquelas que questionam a ideologia hegemônica, reprodutora de desigualdades sociais.

Daremos continuidade à nossa análise partindo para a apresentação dos dados referentes às relações comerciais, buscando refletir sobre como relações discursivas evidenciam a construção de identidades nas Redes Sociais, e como as relações assimétricas de poder são mantidas ou questionadas nas práticas sociais nesses espaços.

5.2 Categoria 2 - Relações Comerciais

A segunda categoria selecionada para análise é a das relações comerciais. A sociedade em que vivemos está embasada em um componente comercial bastante evidente. Buscaremos então dar continuidade à pesquisa, refletindo acerca de como as relações comerciais permeiam as Redes Sociais e sobre como as relações de poder são evidenciadas nesses espaços.

As Redes Sociais – que, como já vimos, vêm alcançando um número maior de usuários a cada dia – atraem as atenções de várias empresas que buscam divulgar seus bens e serviços por intermédio das plataformas, ou promover uma maior aproximação com seus clientes e futuros clientes.

Nesse sentido, atualmente é possível encontrar com bastante facilidade livros, revistas e reportagens que se prestam ao trabalho de ensinar aos empreendedores como estabelecer a imagem de sua empresa de forma positiva nas Redes Sociais, bem como para torná-la mais competitiva e rentável. Vejamos alguns exemplos que aparecem em uma rápida pesquisa em sites de busca:



É perceptível que as Redes Sociais vão muito além do mero entretenimento de seus usuários. Para além das relações políticas, já apresentadas como ocupando esses espaços, depreendemos que muitas empresas buscam se utilizar das relações comerciais

nas Redes Sociais enquanto ferramentas discursivas, visando obter os maiores benefícios que puderem.

Dessa forma, esta categoria de investigação está focada na identificação de como as relações mediadas por interesses de ordem comercial podem constituir identidades com vistas à manutenção do poder hegemônico e/ou a seu questionamento nas Redes Sociais.

Para refletirmos sobre como essas relações comerciais se materializam no *Facebook* e *Twitter*, selecionamos dois eventos distintos: a prática das próprias Redes Sociais enquanto plataformas prioritariamente comerciais e as possibilidades de mudança social na reivindicação de direitos do consumidor por intermédio das Redes Sociais.

No primeiro evento no âmbito das relações comerciais a ser analisado (Evento 3), apresentamos dados extraídos da Rede Social *Facebook*, que estabelecem as políticas de atuação comercial na própria ferramenta. Veremos a utilização de recursos estratégicos para representar as Redes Sociais como plenamente gratuitas, embora em uma análise mais detida, seja possível verificar a não veracidade dessa representação.

Já o segundo evento, relacionado às relações comerciais (Evento 4), trata de evidências de mudança social nas Redes Sociais que reduzem assimetrias de poder, ao posicionarem o consumidor em uma situação de reivindicação de direitos, com maior efetividade e agilidade no atendimento de suas demandas. Para tanto, analisaremos dados referentes ao potencial de reivindicação das Redes Sociais quando comparadas às demandas interpostas junto ao PROCON.

Cabe reafirmar que, nas práticas sociais, é fundamental a identificação das estratégias de dominação para que se possa proceder à sua neutralização, conforme o referencial teórico adotado. Da mesma forma, é pertinente ressaltar que a identificação de espaços discursivos de reivindicação de poder, com o objetivo de conquistar espaços de posicionamento discursivo, pode conduzir a mudanças sociais. Passemos então à efetiva apresentação dos dados gerados e respectiva análise no âmbito da segunda categoria de relações discursivas selecionada: relações comerciais.

5.2.1 Evento 3: Redes Sociais, Plataformas Comerciais

Neste terceiro evento, nos dedicaremos à análise da construção da identidade institucional da própria Rede Social *Facebook*. Buscaremos compreender como recursos estratégicos são mobilizados para apresentar a ferramenta de forma positiva, e não evidenciar as relações comerciais que motivam sua própria existência.

Esse recorte é importante para os objetivos deste trabalho porque identificamos, de forma recorrente, os espaços de interação discursiva virtual como passíveis de propiciar reivindicação de direitos e mudança social. A opção por abordar este evento em específico é direcionada pela intenção de não perder de vista as motivações objetivas de caráter comercial que estabelecem a manutenção das Redes Sociais, para evitar, assim, a adoção de uma postura ingênua diante das próprias plataformas em questão.

Nesse viés, os primeiros dados que apresentamos retratam a página inicial do *Facebook*, que convida novos usuários a aderirem ao uso da plataforma. Fizemos destaque das informações que julgamos de maior relevância para a análise:

The image shows a screenshot of the Facebook registration page. Two red boxes highlight specific text. The first box, on the left, contains the text: "No Facebook você pode se conectar e compartilhar o que quiser com quem é importante em sua vida." The second box, on the right, contains the text: "Cadastre-se" followed by "É gratuito e sempre será." Below these boxes is a registration form with fields for "Nome", "Sobrenome", "Seu e-mail", "Insira o e-mail novamente", "Nova senha", and "Aniversário" (with sub-fields for "Dia", "Mês", and "Ano").

Em sua auto apresentação, a Rede Social se coloca como prestando um serviço ao usuário em potencial, e como sendo este serviço de interesse do usuário, ao estabelecer que “você pode se conectar e compartilhar o que quiser com quem é

importante em sua vida”. Dessa forma, se utiliza de estrutura composicional assemelhada às utilizadas em propagandas. Em contraponto, desconstrói a ideia de que está vendendo um serviço ou produto, ao afirmar que “é gratuito e sempre será”. Há aqui uma construção linguístico-discursiva que tem o objetivo de demonstrar uma vantagem para o futuro usuário, que, ao aderir à Rede Social *Facebook*, poderá usufruir do serviço anunciado sem pagar por ele. Podemos perceber nesses dados, então, o modo de operação da ideologia (Thompson, 1995) de dissimulação sendo acionado, em especial através da estratégia do deslocamento, onde, como vimos, há a recontextualização de termos, referentes a um campo, usados com referência a outro, para assim deslocar conotações positivas ou negativas. Há, também, uma eufemização, estratégia na qual ações, instituições ou relações sociais são representadas de modo a despertar valoração positiva e, dessa forma, ofuscar pontos de instabilidade.

Dando continuidade à reflexão, veremos quais motivações econômicas e comerciais embasam a manutenção da Rede Social. Nesse ponto, cabe ressaltar que a empresa *Facebook*, que criou e mantém a Rede Social, apenas no quarto trimestre de 2012, faturou 1,585 bilhão dólares, segundo informações do *site* da Editora Abril³⁰. Isso ocorre porque, dentre os muitos gêneros textuais que se pode identificar nas Redes Sociais, um deles evidencia os objetivos centrais da ferramenta, que não são necessariamente o “compartilhamento de informações com quem é importante” na vida do usuário. Referimo-nos à publicidade paga, conforme mostram as imagens abaixo:



³⁰ Disponível em <http://info.abril.com.br/noticias/mercado/facebook-lucra-us-306-milhoes-em-dispositivos-moveis-em-tres-meses-31012013-33.shl>

O nome que aparece acima dos anúncios informa a natureza do gênero digital aqui evidenciado: trata-se de informações *patrocinadas*. Isto é, o negócio que motiva e “patrocina” a existência das Redes Sociais, de uma forma geral, é de ordem comercial. As empresas que gerem tais plataformas vendem anúncios que são inseridos nas Redes, bem como vendem as informações dos usuários para filtros de verificação de perfil de consumo. Dessa forma, as publicidades são direcionadas conforme o perfil de consumo do usuário, que pode ser definido por intermédio do mapeamento de suas práticas discursivas na plataforma.

Isso é relevante na medida em que refletimos sobre o fato de que se paga um preço alto para a realização de pesquisas de interesses de público, no que diz respeito às tendências de mercado. No entanto, nas Redes Sociais, os usuários são submetidos à assinatura de termos de uso e termos de privacidade nos quais fornecem autorização para a utilização não apenas de seus dados, mas de tudo aquilo que inserem nos sites, sejam fotos, textos ou imagens de qualquer espécie. Essas informações podem ser vendidas a empresas de publicidade sem qualquer consulta prévia, e é o que ocorre de forma cotidiana.

Assim, embora muitos usuários possam se utilizar de Redes Sociais como forma de se posicionar socialmente e de buscar reverter a hegemonia do poder estabelecido, conforme vimos, é relevante destacar que cada um destes está sendo submetido a uma forma de propaganda, baseada no interesse daqueles que dispõem do poder, especialmente do poder materializado no poder aquisitivo.

Na nossa sociedade, pouca coisa é feita sem que se espere um retorno de alguma natureza, frequentemente um retorno financeiro, e a afirmação “é gratuito e sempre será” possivelmente busca justamente se antecipar a esse questionamento quanto a qual contrapartida se espera do usuário.

No caso das Redes Sociais, embora não seja preciso efetuar pagamento para entrar nesse espaço, não se pode permitir a ingenuidade de que sejam espaços desenvolvidos e concebidos para propiciar algum tipo de democratização discursiva, ou uma simples interação digital de alguma natureza. É na realidade a identificação de um excelente negócio, onde as pessoas voluntariamente apresentam seus interesses e suas características de consumo, sem que haja qualquer gasto para tanto por parte da Rede.

Assim, as empresas interessadas em divulgar seus produtos ou serviços fazem o pagamento de altos valores para obter informações que muitas vezes o usuário sequer sabe que estão sendo disponibilizadas de maneira direta ou não.

Um fenômeno muito interessante sobre as novas mídias digitais, que inclusive merece uma investigação mais aprofundada, é justamente em relação aos termos de uso e às políticas de privacidade das ferramentas digitais. Isso porque, embora os termos de uso revelem todas essas informações aqui evidenciadas, raramente são efetivamente lidos por parte daqueles que desejam integrar determinada rede digital. Na maior parte dos casos, para completar a aprovação, é preciso que o usuário assinale algo como “Li e concordo com os Termos de Uso”. Mas, em geral, este texto não é lido.

Os próximos dados que buscamos analisar, no que diz respeito às relações comerciais como foco primordial das Redes Sociais enquanto instituições, apresentam a política de anúncios do *Facebook*, onde são detalhados os procedimentos e regras que regem tal “serviço”:



Algumas estratégias textuais são utilizadas acionando o modo de operação da ideologia da legitimação, no contexto da prática social adotada pela ferramenta quanto aos anúncios que são apresentados. Já no primeiro parágrafo temos “o *Facebook* não faz isso.” E em seguida “Se for permitido no futuro...”. Ou seja, embora se afirme não fazer,

abre-se a possibilidade para que tal ação seja realizada futuramente, embora mediante o atendimento de determinadas regras.

Mais interessante é a frase “todos desejam saber o que seus amigos curtem”. Ou seja, a ferramenta, na realidade, se coloca na posição de fazer um favor para a sociedade ao compartilhar os anúncios específicos para o perfil de consumo de seus amigos. Como vimos, por meio da unificação, o texto acima evidencia a utilização de anúncios, não os colocando como interesse mercadológico da empresa, mas sim como de interesse coletivo e generalizado.

Não percebemos qualquer menção ao fato de que as empresas pagam valores consideráveis para que se proceda a esse tipo de propaganda personalizada, que há beneficiários dessa prática, e especialmente que o fato de ser possível receber anúncios, inclusive de amigos, faz desse serviço algo sobremaneira vantajoso não só para o *Facebook*, mas para as empresas que adquirem o serviço de publicidade, já que amigos tendem a ter perfis de consumos assemelhados. Ou seja, se configuram consumidores em potencial dos produtos e serviços publicizados.

Destaque-se ainda que o consumidor/usuário é *construído* como quem parece estar interessado no produto ou serviço, e não a empresa que está interessada na venda. Mas se o usuário acessa sua página na Rede Social com o objetivo de compartilhar pensamentos, fotos, ou imagens, com aqueles que são importantes para ele, conforme consta na página inicial, podemos inferir que este usuário não está necessariamente procurando por produtos para adquirir.

Há aqui, então, evidências da estratégia utilizada para manutenção da ideologia hegemônica, conforme referencial teórico já apresentado, no que diz respeito à legitimação, por intermédio da universalização, quando representações de determinados grupos sociais são legitimadas por meio de sua apresentação como servindo a interesses de todos. O foco é deslocado do interesse primordial da empresa no lucro, para um interesse construído do usuário em “desejar saber o que seus amigos curtem”. O que se evidencia é um discurso, como mencionamos, que procura apresentar o interesse de um grupo como sendo o interesse primordial daqueles que estão vivenciando uma forma de manipulação discursiva.

Por fim, há uma frase constante dos ‘fatos’ que é preciso analisar de forma mais detida: “Nós não vendemos suas informações a anunciantes”. Aqui cabe

refletirmos sobre o conceito do que vem a ser a “venda”. Em uma relação de venda temos aquilo que se vende e se compra e algo que é pago para tanto. Os dados apontam que os anunciantes pagam pela divulgação de seus anúncios no *Facebook*, e também que os anúncios são disponibilizados de acordo com as informações apresentadas pelos usuários, e de seu perfil de consumo. O único interesse que o anunciante poderia ter em adquirir informações dos usuários de Redes Sociais seria para vender-lhes produtos de forma personalizada. Mas, no entanto, a própria Rede Social já o faz, ao disponibilizar publicidade sob medida aos usuários. Cabe o questionamento então sobre se é possível, de fato, afirmar que não são vendidas as informações aos anunciantes porque não há uma transferência direta dos dados a estes. É na realidade o contato com a publicidade de maneira direta, individualizada que interessa ao anunciante, e isso é *vendido* claramente. E, como vimos, sob o pretexto de ser do interesse do próprio usuário colocado diante do anúncio publicitário.

Fica evidenciada aqui, então, uma clara manipulação e manutenção hegemônica que pode acompanhar a própria existência da Rede Social, que, como é de conhecimento público, tem como seu criador e dono majoritário, um jovem que conseguiu aumentar sua renda de maneira surpreendente e exponencial. Lembremo-nos de que se trata de uma rede *gratuita*, e que aquele que cria um perfil nada tem que pagar para fazê-lo, mas a relação publicitária o faz por ele.

Dessa forma, embora o usuário não tenha que pagar pelo ingresso na Rede Social, ele próprio, através de sua prática discursiva, se constitui no produto a ser vendido pela plataforma a empresas. E, tendo em vista os dados já apresentados quanto à quantidade de usuários que acessam a Rede Social, e à demanda editorial de obras que orientam os empresários na utilização das Redes, é possível afirmar com convicção que anunciar nas Redes Sociais é uma prática bastante rentável no âmbito das relações comerciais.

Os dados aqui apresentados mostram que a própria constituição das Redes Sociais se embasa em pressupostos de manutenção do poder hegemônico, e em construções de identidades que buscam evidenciar interesses de grupos restritos, como sendo interesses coletivos.

Sem perder essas reflexões de vista, é necessário compreender que a utilização dos espaços discursivos das Redes Sociais, embora tenha o potencial de propiciar

questionamento de identidades e reivindicação de mudança social, aciona recursos ideológicos que precisam igualmente ser neutralizados mediante um posicionamento crítico por parte do usuário.

Nesse sentido, passaremos ao próximo evento a ser analisado, visando apresentar o modo como as relações comerciais vêm sendo modificadas em benefício do usuário, por intermédio das Redes Sociais. Com base nesses próximos dados, podemos retomar, como já pontuado, os gêneros digitais enquanto propiciadores de espaço para dar voz a indivíduos em situação de dominação.

5.2.2 Evento 4: PROCON x Redes Sociais

Dando continuidade à análise da categoria de relações comerciais, passamos ao segundo evento dessa categoria específica, em que focalizaremos a mudança social no âmbito da reivindicação de direitos do consumidor por intermédio das Redes Sociais.

Essa mudança vem chamando a atenção de vários meios de comunicação e da imprensa, e diz respeito ao fato de as Redes Sociais estarem se demonstrado mais eficazes na reivindicação de direitos do consumidor do que os próprios órgãos que atuam na sociedade na proteção e defesa ao consumidor, como o PROCON.

O PROCON³¹ (Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor) atua em todo Brasil em defesa do consumidor, e orienta os consumidores em suas reclamações, informa sobre seus direitos e fiscaliza as relações de consumo. O órgão funciona como auxiliar do Poder Judiciário, buscando solucionar previamente os conflitos entre o consumidor e a empresa que vende um produto ou presta um serviço. Quando não há acordo entre as partes, o órgão encaminha o caso para o Juizado Especial Cível com jurisdição sobre o local. O Procon tem seu embasamento no artigo 105 da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), pode ser estadual ou municipal, e é parte integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

Dessa forma, o PROCON tem a incumbência de atuar em benefício do consumidor, prevenindo que práticas de abuso de poder venham a lesar o indivíduo nas relações comerciais. A assimetria de poder entre a empresa e o consumidor, em geral,

³¹ Disponível em <http://www.procon.patrocínio.mg.gov.br/>

reside no poder aquisitivo das instituições, que, por vezes, exercem formas ilegítimas de dominação em relação aos consumidores, os quais, ao sofrerem algum tipo de dano, enfrentam dificuldades em ver seus problemas resolvidos.

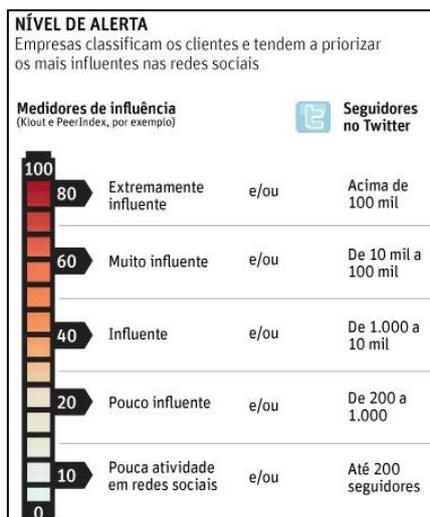
Aparentemente as Redes Sociais propiciam um espaço de denúncias e de resoluções mais ágil do que aquele do PROCON, o que inverte os papéis de dominação e poder entre empresas e consumidores.

O principal fator a que podemos atribuir essa agilidade na resolução das demandas suscitadas pelas Redes Sociais está em consonância com o que vimos no evento anterior quanto à importância de consolidar uma imagem consistente da empresa nas Redes Sociais em benefício próprio. As instituições dependem da imagem veiculada na sociedade para evitar os prejuízos possivelmente oriundos do *marketing* negativo que se pode realizar por meio das Redes Sociais.

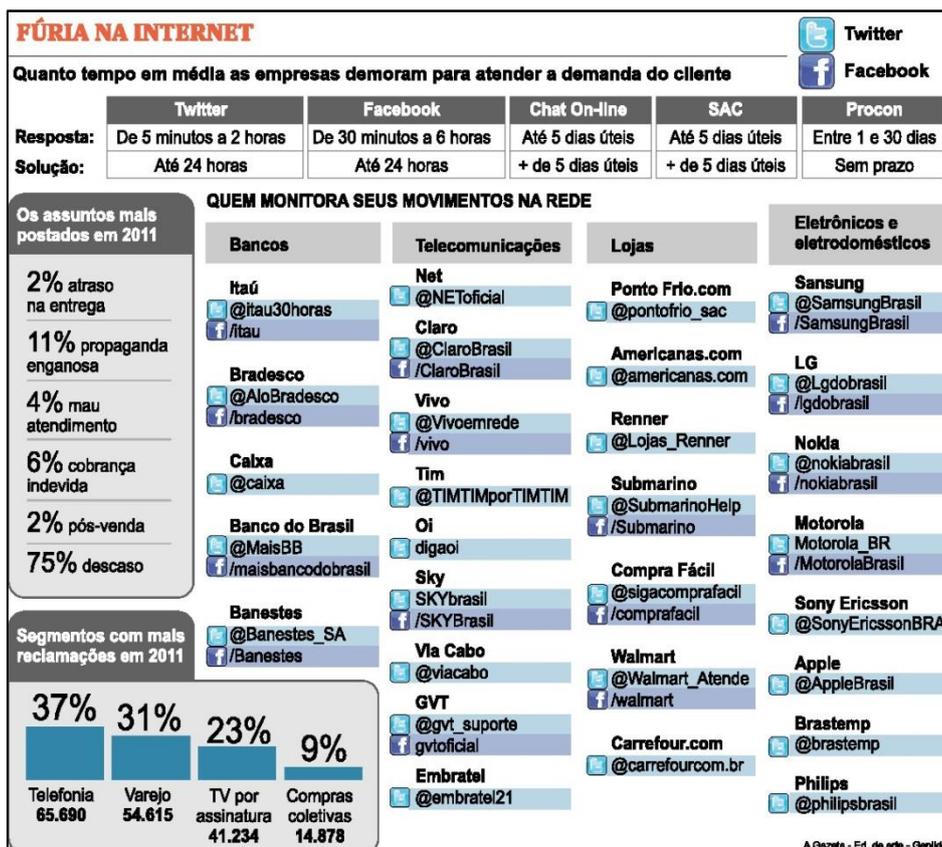
Enquanto o PROCON realiza um processo burocrático para solucionar conflitos, processo este que tem pouca ou nenhuma visibilidade na sociedade, um usuário com muitos seguidores tem um alcance muito mais impactante, uma vez que, com um mero comentário depreciativo sobre a empresa, ou acerca de um de seus produtos ou serviços, pode desencadear repercussão de uma imagem indesejável para a empresa.

Conforme o quadro a seguir, do jornal virtual TecMundo³², as empresas tendem a priorizar os usuários mais influentes das Redes Sociais nesse processo de reivindicação de direitos, já que, como vimos, o impacto de seus comentários é diretamente proporcional ao número de usuários que os comentários podem alcançar. Mais uma vez, conforme apontado previamente no referencial teórico, se percebe que não há democratização do discurso, através da retirada das assimetrias de poder nas Redes Sociais, mas, sim, que o poder de influência prevalece no potencial de disseminação de conteúdos dos usuários de Redes Sociais, inclusive na efetividade do discurso de reivindicação de direitos de consumo.

³² Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/rede-social/14344-redes-sociais-sao-o-melhor-canal-para-reclamar-sobre-empresas.htm>



Já o quadro abaixo, do jornal A Gazeta³³, apresenta informações, quanto à pesquisa realizada sobre o tempo médio de resolução e de resposta por parte das empresas, comparando-se a utilização de canais distintos de reclamação: *Twitter*, *Facebook*, Chat On-line, SAC e PROCON.



³³ Disponível em: http://midias2.gazetaonline.com.br/_midias/jpg/2012/03/13/457_eco140312gz3168-613909-4f5ff9612cbda.jpg

Quanto à agilidade no tempo de resposta, vejamos um exemplo deste evento discursivo extraído da Rede Social *Twitter*, em que é possível perceber um tempo de retorno de 15 minutos por parte da empresa.



Dessa forma, cabe ressaltar que, segundo pesquisa realizada pela *Folha.com*, e veiculada no jornal virtual *TecMundo*, “reclamar sobre problemas com empresas no *Twitter* ou no *Facebook* é mais eficiente. As Redes Sociais se mostram tão eficientes que uma reclamação pelo *Twitter* costuma ser respondida até 8,4 mil vezes mais rápido do que por meio dos órgãos de defesa do consumidor” (GUGELMIN, 2012).

Através destes dados, percebemos que as Redes Sociais propiciam uma solução mais rápida para o consumidor, se comparadas aos demais meios de reclamação, inclusive os oficiais. Convém mencionar novamente que as Redes Sociais conectam pessoas que possuem vínculos e, conseqüentemente, em geral compartilham nível social, idade e gênero. Isso, para as empresas, representa possibilidade de terem também perfis de consumo em comum.

Ou seja, se for veiculada uma imagem depreciativa da empresa ou do produto, há uma grande probabilidade de ser gerada uma publicidade negativa justamente junto ao público potencialmente consumidor do produto ou serviço vendido; algo que não acontece na mesma escala com as reclamações veiculadas por meio dos canais formais.

Essa percepção social nos leva à reflexão sobre as relações de poder que se inauguram nesses espaços de interação social digital na relação de consumo. Isso porque, em geral, as empresas ocupam o polo de domínio em relação aos consumidores. A própria legislação do consumidor prevê que o consumidor está em situação de

desvantagem *a priori*, já que se subentende que a empresa possui maiores recursos financeiros e de autodefesa.

Muitos relatos cotidianos apresentam empresas que “abusam” (van Dijk, 2010) de seus clientes, seja fornecendo um produto defeituoso, seja se mostrando falha na solução de problemas de qualquer espécie. Há um imaginário muito difundido de que os vendedores tratam seus clientes com grande atenção e solicitude no momento da venda, mas que, uma vez concluídos os trâmites da negociação, cessa o bom atendimento.

O que percebemos aqui é que as Redes Sociais se constituem, nessas relações comerciais, como um espaço potencial para que seja revertida essa realidade de assimetrias de poder instituída. O consumidor, antes vitimizado pelo seu papel social de menos poder, passa a detentor de uma ferramenta de reclamação eficiente, e capaz de expor a empresa em seu ponto mais frágil, que é justamente a sua imagem junto à sociedade.

Embora, como ressaltamos, o poder de influência do usuário de Rede Social seja relevante e proporcional para seu sucesso na reclamação, a lacuna que se revela para mudança social, ainda que de forma não democrática, é de grande valia para a investigação das novas relações e novas identidades que se constituem nos espaços digitais.

O papel social do consumidor, como um potencial difusor de propaganda negativa em larga escala, inaugura novos estatutos sociais que surgem em cascata, como, por exemplo, a necessidade de monitoramento das Redes Sociais por parte das instituições, e de solução das demandas compartilhadas nas ferramentas, visando minimizar o impacto das reclamações.

No exemplo abaixo, da Rede Social *Facebook*, podemos perceber um usuário dos serviços da empresa Banco do Brasil, que, esgotados os meios para ver solucionado seu problema, se dirige à empresa por meio da página na Rede Social. Em resposta, percebemos a empresa buscando direcionar a reclamação do usuário para **mensagem privada**. Dessa forma, evidencia-se a busca de atuar junto ao consumidor preservando a imagem da empresa, ou, ao menos, minimizando os efeitos da veiculação de uma imagem negativa.



Cabe aqui mencionar que usuários que se excederam em reclamações e utilizaram de linguagem difamatória ou excessivamente depreciativa já foram processados por empresas que consideraram ter se consolidado dano moral à imagem da empresa, desproporcional ao prejuízo vivenciado pelo consumidor.

Assim, surgem conflitos e eventos múltiplos relacionados às relações comerciais, que por vezes chegam a extrapolar o âmbito digital e alcançar esferas judiciais. Mais uma vez, percebe-se uma nova forma de comportamento e posicionamento se desenrolar nos espaços digitais de interação e ação social, propiciando o questionamento da ideologia hegemônica estabelecida.

No âmbito das relações comerciais, pudemos então vislumbrar as Redes Sociais como estruturalmente estabelecendo formas de dominação a seus usuários, ao utilizá-los como moeda comercial, ao vender dados e inserir publicidade direcionada, sob a justificativa de ser um espaço de interação gratuito, e de propiciar o compartilhamento de informações que são do interesse do usuário. Ao mesmo tempo, percebemos uma mudança social em curso, em que os consumidores passam a se utilizar dos espaços das Redes Sociais enquanto plataforma para reivindicação de direitos e questionamento das assimetrias de poder estabelecidas.

Mais uma vez, então, é pertinente ressaltar a importância da utilização crítica das Redes Sociais, para que seja possível neutralizar as formas de dominação presentes na própria plataforma e aperfeiçoar seu uso enquanto ferramenta para denunciar desigualdades e injustiças sociais, nesse caso, no âmbito das relações comerciais.

Por fim, focalizamos a terceira e última categoria de relações a serem abordadas na pesquisa, as relações midiáticas, ressaltando que essa categorização tem como objetivo apenas a organização dos dados, uma vez que interesses comerciais e políticos frequentemente se misturam às relações midiáticas.

5.3 Categoria 3 - Relações Midiáticas

A terceira e última categoria selecionada para análise, no âmbito desta pesquisa, é a das relações midiáticas. Entendemos por relações midiáticas aquelas mediadas pela grande mídia em massa, à qual, como vimos, van Dijk se refere em termos de elites simbólicas. De uma forma geral, essa mídia exerce grande influência na sociedade, constituindo identidades, moldando conceitos e disseminando a ideologia hegemônica, na maior parte dos casos.

A opção por lançar um olhar mais atento também às relações midiáticas nas Redes Sociais diz respeito a ser esta uma das mais fortes formas de poder no âmbito das Redes Sociais. Para refletirmos sobre como essas relações midiáticas se materializam no *Facebook* e *Twitter*, selecionamos dois eventos distintos: a atuação do jornalista William Bonner³⁴ na utilização da Rede Social *Twitter*, como estratégia de manutenção de poder hegemônico, e o questionamento acerca do posicionamento da mídia quanto a temas polêmicos realizado por intermédio das Redes Sociais.

No primeiro evento no âmbito das relações midiáticas a ser analisado (Evento 5) apresentaremos dados extraídos do *Twitter* do jornalista William Bonner, sem fazer qualquer tipo de desidentificação dos dados, uma vez que se trata de figura pública. Nos casos em que o jornalista fizer qualquer tipo de menção a outros perfis de usuários das Redes Sociais, procederemos à preservação da identidade do usuário, conforme orientação do Comitê de Ética.

³⁴ William Bonner tem como nome de batismo William Bonemer Júnior. É jornalista, publicitário, apresentador e escritor brasileiro. Como maior destaque em suas práticas sociais na atualidade está a direção e apresentação do *Jornal Nacional*, da emissora Rede Globo. No que diz respeito à sua atuação na Rede Social *Twitter*, é pertinente mencionar que, em 3 de março de 2010, o apresentador ganhou o *Shorty Awards*, na categoria jornalismo. O prêmio internacional *Shorty Awards* é concedido anualmente (desde 2008) aos melhores perfis de usuários, celebridades, atores, ativistas e organizações de Redes Sociais.

O segundo evento a ser analisado quanto às relações midiáticas (Evento 6) trata de evidências de reivindicação de mudança social nas Redes Sociais, mediante questionamento de construções identitárias realizadas pela grande mídia.

Passemos então à efetiva apresentação dos dados gerados e respectiva análise no âmbito da terceira categoria de relações discursivas elencada: relações midiáticas.

5.3.1 Evento 5: Jornalista Willian Bonner – Identidade nas Redes Sociais

Quanto a eventos e práticas sociais em relações midiáticas, poderíamos ter selecionado vários outros nomes de destaque na grande mídia nacional para analisar as práticas discursivas, uma vez que há um número considerável de importantes nomes da mídia tradicional, atuando por meio de Redes Sociais. No entanto, o jornalista William Bonner se destaca devido ao potencial discursivo de tudo que é veiculado por seu perfil no *Twitter*.

Como já vimos, o perfil da presidenta Dilma Rousseff, embora não tenha novas atualizações já há alguns anos, conta com mais de 1.780.000 seguidores, o que evidencia um potencial de repercussão do discurso bastante relevante.

Já o apresentador e diretor do Jornal Nacional, Willian Bonner, ícone da mídia brasileira, supera em grande medida o potencial discursivo da atual presidenta no que diz respeito às Redes Sociais, pois contabiliza notáveis 4.130.836 seguidores na Rede Social *Twitter*, conforme dados abaixo, de 13 de fevereiro de 2013.



William Bonner 

@realwbonner
journalist

Brazil · <http://www.g1.com.br/jornalnacional>

9,166 TWEETS	42 FOLLOWING	4,130,836 FOLLOWERS	 Following
-----------------	-----------------	------------------------	--

Desde o início da disseminação da Rede Social *Twitter* no Brasil, o apresentador se revelou bastante interessado na sua utilização. Sob o nome “@realbonner”, iniciou uma interação significativa com o público usuário do *microblog*.

O jornalista apresenta um perfil bastante participativo na Rede Social e compartilha fatos cotidianos sobre sua vida e também sobre sua família. Aproxima-se de forma considerável dos seus seguidores, inclusive se auto titulando “tio” para aqueles que acompanham aquilo que divulga na Rede Social.

A atuação de William Bonner junto às Redes Sociais pode parecer inocente e talvez até desprovida de intencionalidade comercial, ou sequer midiática. No entanto, ainda que o fosse, sua atuação na sociedade não prescinde de qualquer intencionalidade, para se tornar representativa e repercutir socialmente. Pelo papel que desempenha, como representante de uma elite simbólica, nos termos de Van Dijk (2008), detentora de um poder que é predominantemente ideológico, sua interação com o público, especialmente por meio do *Twitter*, acaba por conduzir a uma forma de manipulação midiática, embora não se possa precisar a intencionalidade do jornalista nessa condução, uma vez que a manipulação pode ter sido incorporada a sua própria prática social, na medida em que o sujeito não tem plena consciência de toda sua atuação discursiva.

Por meio de jogos, e comentários pessoais, o apresentador do jornal televisivo de maior popularidade na atualidade se aproxima de parte de seus telespectadores e tem o potencial discursivo de conduzi-los à fidelidade na audiência aos programas jornalísticos e a outros programas da emissora.

É sabido que as emissoras de televisão recebem a maior parte de seus recursos oriundos de propagandas nos intervalos comerciais, e que a manutenção da audiência é fator preponderante para a manutenção da hegemonia que cerca essas emissoras. A Globo, emissora que veicula o programa dirigido e apresentado por William Bonner, representa um poder de formação de opinião considerável³⁵ e tem influência em um alto grau nas percepções do povo brasileiro como um todo, contribuindo para a formação e manutenção da ideologia dominante.

³⁵ Para os objetivos desta pesquisa não cabe enumerar evidências a esse respeito.

Vejamos alguns exemplos de comentários do jornalista no *Twitter* que, de alguma forma, conduzem os seus seguidores a acompanharem a programação da empresa para a qual trabalha.



Nos trechos acima podemos destacar, nos dois primeiros comentários, a ideia de aproximação do espectador. São *retweets* do jornalista a comentários feitos para ele. Embora não haja clara menção ao Jornal Nacional, há a menção à rotineira despedida do jornalista no programa, que usualmente termina com um “boa noite”, nesse caso, se reportou à jornalista de nome “Camila”.

Já o último comentário menciona claramente o programa matinal de Ana Maria Braga, veiculado também pela emissora Globo, e à presença de sua esposa Fátima Bernardes, também jornalista na emissora (@fbreal – diz respeito ao hiperlink que menciona o perfil de Fátima Bernardes).

O trecho a seguir é bastante interessante, tendo em vista que o jornalista William Bonner se diz apreciador da novela de sucesso da emissora: *Avenida Brasil*, e, possivelmente diante de comentários sobre a impossibilidade de assistir à novela, por gravar um programa jornalístico ao vivo em horário imediatamente anterior, o apresentador compartilha com os seus *seguidores* que faz alguns malabarismos para assistir à novela. Parece querer afirmar que a programação da emissora é realmente boa, já que vale à pena até certos sacrifícios, o que acaba por resultar em uma forma de publicidade da programação para a emissora:

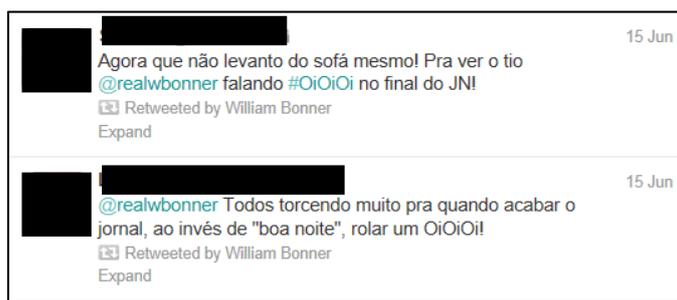


No que diz respeito à novela em questão, a própria foto do perfil que aparece na Rede Social remete aos capítulos da novela, que terminavam em pausa, com o aparecimento de bolinhas semelhantes às constantes da foto veiculada.

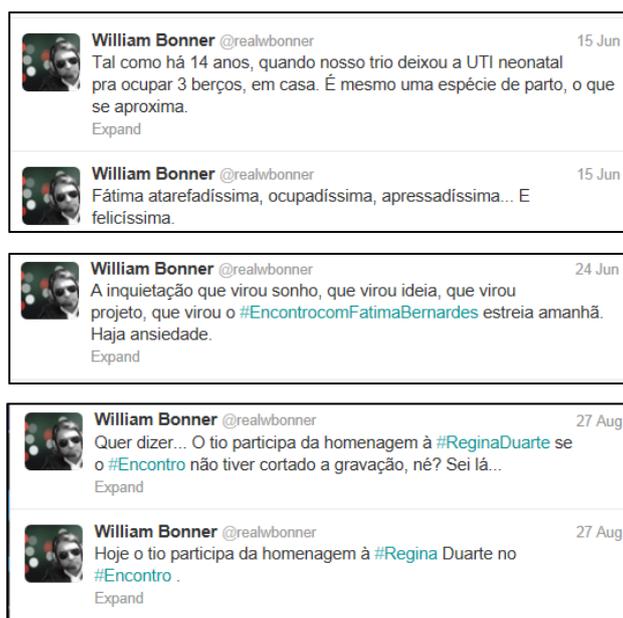
Dando continuidade à temática da novela, abaixo destacamos menções no *Twitter*, por parte do jornalista, à trilha sonora da novela, que, em determinado trecho, apresentava o som “oioioi”, e ainda a trechos da programação, conforme é mencionado a seguir:



Nos próximos dados o apresentador replica mensagens de seguidores que mencionam a possibilidade de o jornalista utilizar o trecho da música da novela no Jornal Nacional. O trecho de maior destaque é “agora que não levanto do sofá mesmo”. Essa frase é bastante familiar se nos remetermos às chamadas de comerciais publicitários televisivos. Em geral, quando o apresentador chama o intervalo, faz afirmações dessa natureza, orientando os espectadores a não se levantarem de seus lugares, e nem alternarem o canal durante os anúncios de propaganda – que são o que efetivamente paga a programação das emissoras.



Há menções, que se podem destacar, a outros programas da emissora, tais como “Encontro com Fátima Bernardes”; “Altas horas”; programação de futebol, etc. Abaixo podemos ver comentários relativos à estreia do programa de Fátima Bernardes, esposa do apresentador. A forma como é atribuído trabalho e humanidade ao programa é interessante. O jornalista chega a comparar a estreia do programa com o nascimento dos trigêmeos do casal.



É relevante destacar alguns comentários que retiram a seriedade usualmente característica do Jornal Nacional. Há alguns anos, foi frequente ouvirmos que a forma correta de se falar era a utilizada nesse programa jornalístico pelo seu apresentador Willian Bonner. Com as novas mídias sociais, a interação com o público passou a ser cada vez mais recorrente e por vezes necessária. Presenciamos vários programas abrindo espaços para leitura de e-mails e de comentários em Redes Sociais. Vejamos os dados a seguir, também do *Twitter*, com base nesse ponto de vista:



A interatividade é uma importante característica das Redes Sociais, como já pontuado. Nesse sentido, vejamos alguns dados referentes ao que o jornalista William Bonner denomina “**interativa** do tio”. Trata-se de uma pesquisa, realizada com os usuários seguidores do perfil, acerca de assuntos triviais e cotidianos. Nesse caso, está a seleção da gravata a ser utilizada no programa Jornal Nacional. Relembramos que neste gênero digital a leitura deve ser feita de baixo para cima, o jornalista apresenta o questionamento:



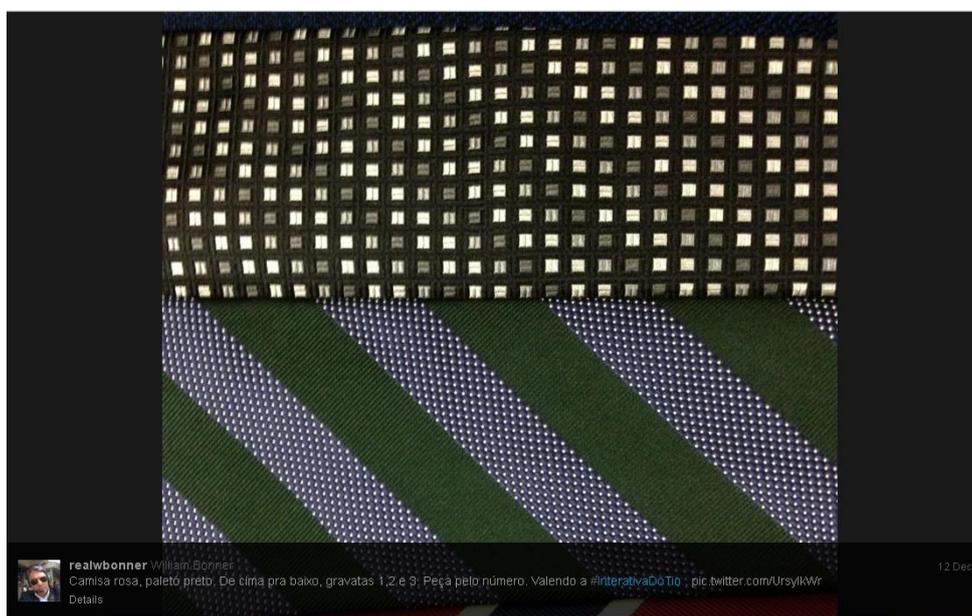
E em seguida, replica a resposta de um dos seguidores à pergunta quanto à “interativa do tio”:



Na sequência, o jornalista apresenta as regras do jogo interativo, em que os usuários deverão encaminhar uma mensagem com a informação quanto à gravata que deverá utilizar, de acordo com os números 1, 2 ou 3:



Como pudemos perceber, o jornalista e diretor do Jornal Nacional apresenta informações quanto à roupa a ser utilizada na apresentação do jornal, e, mediante um clique no hiperlink mencionado nos dados acima, o usuário seguidor do perfil pode acessar a seguinte fotografia das gravatas:



Por fim, após as manifestações dos usuários quanto a qual gravata o apresentador deverá usar, o jornalista conclui a votação da “interativa do tio” no *Twitter*, com a seguinte informação:

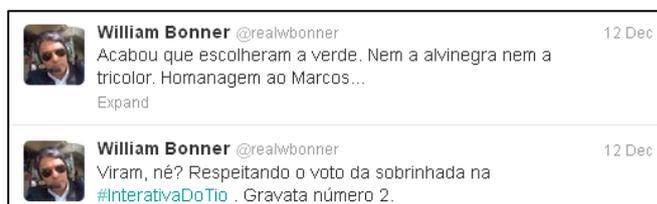


O hiperlink “@JNTVGloboBrasil” faz referência ao perfil institucional do Jornal Nacional na Rede Social *Twitter*. Dessa forma, o jornalista conduz seus seguidores a acompanharem o resultado da votação quanto à gravata a ser utilizada,

assistindo ao Jornal Nacional da emissora Globo, em intertextualidade com a própria linguagem televisiva

Esse tipo de iniciativa tem o potencial de levar o usuário a acompanhar o Jornal televisivo para checar se a gravata vencedora da enquete foi efetivamente utilizada por seu apresentador. Dessa forma, por meio da constituição de uma identidade próxima dos demais indivíduos que se utilizam da ferramenta, o jornalista acaba por alcançar um potencial discursivo relevante, e ter à sua disposição ferramentas que podem facilmente ser utilizadas para perpetuar a ideologia hegemônica, e assegurar a manutenção do domínio midiático de uma emissora como a Globo.

Após a exibição do Jornal Nacional, o apresentador se manifesta novamente, por meio da Rede Social *Twitter*:



É bastante improvável que se chegue a uma definição clara e absoluta quanto à real consciência do apresentador acerca da repercussão de sua atuação nos espaços das Redes Sociais, e especialmente se a utilização desses recursos como forma de direcionar os usuários para proporcionar manutenção ou aumento de audiência para a programação da Rede Globo é feita de maneira intencional.

Mas, independentemente de sua intencionalidade, enquanto representante de uma elite simbólica dominante midiática, que frequentemente recorre a estratégias de manipulação discursiva, é preciso pontuar, mais uma vez, a necessidade de um olhar crítico acerca desses discursos veiculados. Podemos destacar, por exemplo, que não há comentários acerca da programação de outras emissoras no perfil do jornalista, e ainda que a página inicial do jornalista apresenta um hiperlink direto para a página www.g1.com.br/jornalnacional.

Mesmo na atuação nas Redes Sociais, os papéis sociais vivenciados pelos indivíduos na sociedade se perpetuam, e conseqüentemente as assimetrias de poder se mantêm. Dessa forma, a pessoa física William Bonner não se desvencilha do apresentador e diretor do Jornal Nacional em suas práticas discursivas. Cabe então ao usuário refletir criticamente sobre aquilo que é veiculado pelo perfil do jornalista e, em

caso de evidências de manipulação discursiva, buscar neutralizar essa prática se posicionando e não se permitindo ter o comportamento diretamente moldado por práticas das elites simbólicas midiáticas, mesmo em espaços digitais.

Concluída essa reflexão, passemos à análise do último evento selecionado quanto às relações midiáticas no âmbito das Redes Sociais.

5.3.2 Evento 6: Greve e Política na Mídia

Para finalizar nossa análise dos dados, buscamos observar as relações midiáticas do ponto de vista de uma denúncia de manipulações discursivas por parte das elites simbólicas, materializadas, sobretudo, nas mídias televisivas e impressas, e da consequente busca por mudança social nas Redes Sociais.

Especialmente no âmbito do *Facebook*, que propicia o compartilhamento de imagens de forma mais simplificada, foram veiculadas imagens e comentários questionando a mídia nacional por se omitir na transmissão de informações importantes, ou mesmo por veicular notícias de maneira não correspondente à realidade dos fatos; o que evidencia, mais uma vez, as possibilidades de posicionamento discursivo e de reivindicação de mudança social nas Redes Sociais.

Os três momentos de maior destaque nesse sentido, selecionados para análise, foram: o julgamento do *mensalão*, a greve unificada das universidades federais e as eleições estaduais de 2012.

Os dados a seguir mostram uma imagem, amplamente veiculada na Rede Social *Facebook*, questionando o posicionamento ideológico da revista *Veja*, que, em um momento politicamente crítico da história brasileira, em vez de retratar o julgamento do mensalão, dá publicidade à novela Avenida Brasil, destacando-a como notícia de capa.



A imagem apresentada acima mostra ao centro a capa da revista, e acrescenta os dizeres acima da imagem: “NO MÊS EM QUE PAÍS (SIC) PASSA PELO MAIOR JULGAMENTO POLÍTICO DA SUA HISTÓRIA...”; e abaixo da imagem “ESSA É A CAPA DA REVISTA VEJA ACORDA BRASIL”, e convida o país à reflexão.

A interpretação conjunta entre imagem e texto verbal assume posição de questionamento das relações hegemônicas estabelecidas pela mídia.

Prática social semelhante ocorre quanto ao questionamento do posicionamento das mídias de massa, nos dados a seguir, em que se retrata o silêncio adotado por boa parte da mídia jornalística quanto à greve geral nas universidades federais. Nesses dados, também veiculados pelo *Facebook* à época, percebemos as logomarcas das principais emissoras televisivas, a saber: Rede Globo, Rede Record, SBT, RedeTV, TvBandeirantes e, em último plano, o símbolo da Revista Abril. No texto, aparecem os seguintes dizeres “80% DAS UNIVERSIDADES DO PAÍS ESTÃO EM GREVE E ELES NÃO FALAM NADA!” acima da imagem. Na parte de baixo, novamente um convite para mobilização social: “E VOCÊ? VAI FICAR CALADO?”.



A imagem apresenta as logomarcas dos principais meios de comunicação, como forma de identifica-los com a responsabilidade na cobertura dos fatos sociais de grande relevância e repercussão. E, mais que isso, atribuir-lhes uma identidade compartilhada na qualidade de *eles*, “aqueles que estão se omitindo quanto a uma questão de grande relevância social”.

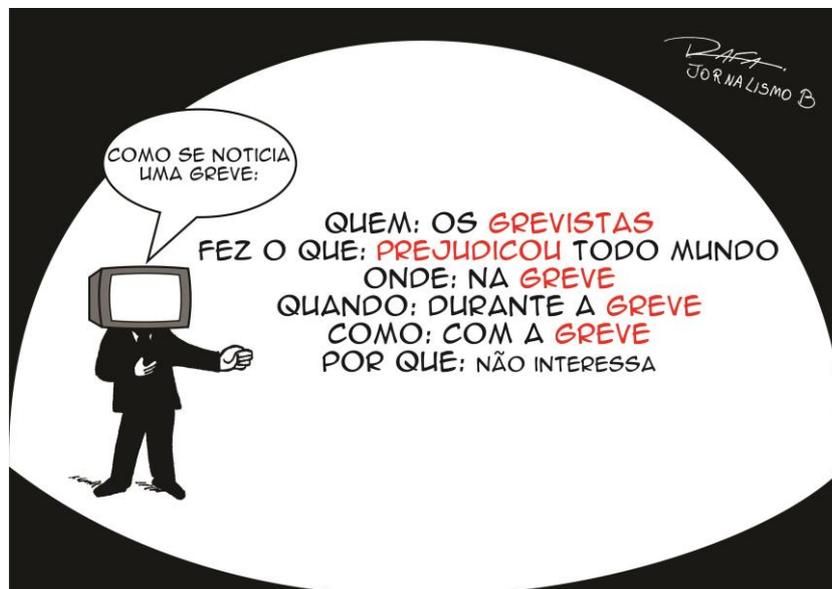
Podemos perceber a ênfase na relevância da temática quando se menciona “80% das universidades”. Por meio desse recurso quantitativo, busca-se legitimação da obrigatoriedade de veiculação da informação e constitui-se, então, a justificativa para a reivindicação de um posicionamento da mídia sobre o assunto.

Já os dados a seguir, embora se reportem ao mesmo momento histórico da greve das universidades, são de natureza distinta. Não questionam a não veiculação das informações, mas sim a tentativa de desclassificar o movimento grevista: prática bastante recorrente nas coberturas midiáticas sobre esse tipo de iniciativa reivindicatória de direitos.

Durante a greve dos professores de universidades federais em 2012, muitas notícias utilizaram termos e construções que, de fato, buscavam desmerecer os objetivos da greve, e desclassificar os motivos que embasavam as reivindicações suscitadas.

Podemos identificar aqui, no comportamento adotado pela mídia e denunciado através do *Facebook e Twitter*, um exemplo de fragmentação, modo de operação da ideologia que sustenta as relações de desigualdade por meio da segmentação de grupos de pessoas que se constituem um obstáculo à manutenção do poder hegemônico. Há uma tentativa de caracterizar os professores como um *outro* que gera prejuízo à sociedade e que não tem legitimidade em suas reivindicações. Portanto, isso se dá por

meio da estratégia do expurgo do outro. Vejamos os dados que apresentam críticas às estratégias jornalísticas adotadas para atribuir uma identidade negativa em relação ao movimento grevista junto à sociedade.



Percebemos aqui um recurso de denúncia e de conseqüente tentativa de mudança social. É justamente por meio do conhecimento das estratégias de manipulação e de dominação que se pode combatê-las, e neutralizá-las. E, nesse tipo de evento, podemos perceber as Redes Sociais como um espaço discursivo combativo da hegemonia estabelecida.

Nesse evento específico de questionamento sobre a forma de veicular a greve por parte da mídia televisiva, é pertinente destacar que, ao invés de apenas ressaltar a omissão, as Redes Sociais poderiam ter sido melhor utilizadas como recurso de reivindicação, tendo em vista seu potencial discursivo, como vimos.

Na semana das eleições municipais, em outubro de 2012, houve também quem se posicionasse questionando mais uma vez a revista *Veja*, que optou por trazer em sua capa notícia relacionada à tentativa por parte do jogador Ronaldo (Fenômeno), em perder peso, por meio do programa Medida Certa, do Fantástico. Coincidentemente ou não, esse programa também faz parte da programação da emissora Globo, conforme dados extraídos do *Facebook* a seguir:



É interessante refletirmos acerca do fato de que em ambas as imagens em que se questiona a capa da *Veja* foram apresentadas, ao invés das temáticas mais politicamente relevantes do período, informações que remetiam a programações da mesma emissora, a Globo: a novela *Avenida Brasil* e o quadro *Medida Certa*, do programa *Fantástico*.

Notícias recentes, relacionadas ao caso chamado de *mensalão*, demonstram a mídia atuando em benefício próprio, mas também sendo efetivamente paga para que divulgue, ou não divulgue, determinadas notícias de interesse particular de indivíduos detentores de formas variadas de poder. Tendo em vista que as construções identitárias são influenciadas de maneira relevante pelos conteúdos veiculados nas mídias de massa, perceber as Redes Sociais como espaço para questionamento dessas construções evidencia que essas plataformas podem ser utilizadas como importante espaço discursivo para a mudança social.

Assim, no que diz respeito às relações midiáticas, bem como às demais relações analisadas, mais uma vez é evidenciado o potencial ambivalente das Redes Sociais, tanto para servir de plataforma para a perpetuação das assimetrias de poder e manutenção da hegemonia – por meio da constituição de identidades que descaracterizam a dominação discursiva, mas que atuam a seu serviço – como para propiciar espaço de posicionamento quanto ao poder estabelecido pelas relações de dominação, questionando tais identidades.

A esse respeito, Silverman (2009, p. 326) afirma “que os estudos de pesquisa qualitativa criteriosos também proporcionam novas oportunidades que permitem às pessoas fazer suas próprias escolhas”. Nesse mesmo viés, Fairclough diz que:

a Consciência Linguística Crítica objetiva recorrer à linguagem e à experiência discursiva dos próprios aprendizes, para ajudá-los a tornarem-se mais conscientes da prática em que estão envolvidos como produtores e consumidores de textos: das forças sociais e interesses que a moldam, as relações de poder e ideologias que a investem; seus efeitos sobre as identidades sociais, relações sociais,

conhecimentos e crenças; e o papel do discurso nos processos de mudança cultural e social. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 292)

Em consonância com a trajetória teórica estabelecida, e com base nas afirmações de Silverman e Fairclough, buscamos aqui evidenciar as possibilidades que os dados gerados revelam quanto às Redes Sociais, para que, assim, as pessoas tenham elementos para fazer suas próprias escolhas.

Como já mencionamos, a mera identificação de possibilidades e análise de dados pouco pode contribuir para empoderar indivíduos em situação de dominação, mas a consciência da dominação e das estratégias de perpetuação das assimetrias de poder, bem como a consciência das possibilidades de reivindicação de mudança social, podem sim propiciar uma prática discursiva mais consciente e crítica por parte dos usuários, para que estes possam “fazer escolhas” baseados em seus próprios interesses, e não nos interesses de poucos poderosos, ideologicamente identificados como interesse de todos.

Considerações Finais

O Eu e o Outro Online – Discurso, Identidade e Poder nas Redes Sociais

Depois de analisar seis eventos discursivos bastante representativos, podemos apresentar considerações finais resultantes da revisão teórica e metodológica realizada, bem como, da análise dos dados gerados. Não é possível, no entanto, estabelecer conclusões definitivas, completas, acabadas, especialmente tendo em vista que as relações e práticas sociais mediadas por gêneros textuais digitais vivenciam mudanças cotidianamente, de maneira rápida e pouco previsível e, ainda, que não é papel das pesquisas que se propõem a uma análise do discurso crítica apontar respostas definitivas, inquestionáveis, mas sim analisar os caminhos percorridos e apontar outros caminhos que possam conduzir a sociedade a mudanças.

Como objetivo geral, nos propusemos a refletir acerca de como relações discursivas evidenciam a construção de identidades nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*, e como as relações assimétricas de poder são mantidas ou modificadas nas práticas sociais nesses espaços. Dessa forma, desde o início do desenvolvimento deste trabalho, buscamos analisar um momento da prática social ainda em curso e em pleno desenvolvimento e constante reelaboração.

Pudemos apreender, ao término deste trabalho de investigação, que as relações discursivas no âmbito das Redes Sociais constituem identidades, por meio da distinção entre o *eu* e o *outro*. E, ainda, que muitas das identidades construídas pelo discurso podem ser questionadas e reelaboradas, propiciando a reivindicação de mudança social, através das Redes Sociais.

Como resposta conjunta às questões de pesquisa propostas na página 11 deste trabalho, refletimos também quanto à possibilidade de as Redes Sociais inaugurarem uma forma de democratização do discurso, tendo em vista disponibilizarem espaço e voz para indivíduos em situação de dominação. Nesse sentido, concluímos, por meio dos dados analisados, que as Redes Sociais estabelecem assimetrias de poder não tanto na atribuição de voz ao indivíduo, uma vez que o acesso à voz nesses espaços é relativamente democratizado, mas que tal assimetria é materializada especialmente na

repercussão e veiculação destes discursos, tendo em vista os diferentes potenciais de reverberação do discurso manifestos na influência que o indivíduo exerce no espaço digital. Refutamos, nestes termos, a hipótese da democratização do discurso no âmbito das Redes Sociais, reafirmando a existência de potenciais distintos de alcance dos discursos e práticas sociais nesses espaços. Apesar de tal constatação, é pertinente ressaltar que a inauguração de espaços de fala mais democratizados no âmbito das Redes Sociais tem, em si, um potencial para reivindicação de mudança social que pode ser explorado, mediante uma reflexão crítica, por parte do usuário, de sua própria prática discursiva.

Quanto à análise dos dados gerados, observamos que estes evidenciaram a reprodução das relações assimétricas de poder nas Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*, tanto nas relações políticas, como nas relações comerciais e midiáticas, mediante a construção de identidades sociais que buscam disseminar a ideologia hegemônica, mantendo as desigualdades sociais presentes nos espaços não-digitais. A análise de tais dados evidenciou, também, possibilidades de mudanças nas relações do poder hegemônico estabelecido, mediante questionamento das identidades construídas e reivindicação de direitos e de mudança social.

O referencial adotado no estabelecimento de um diálogo entre a abordagem da Análise Crítica do Discurso, conceitos advindos da teoria de Gêneros Textuais e de estudos sobre o Hipertexto mostrou-se bastante produtivo para os objetivos da pesquisa, tendo em vista a interface estabelecida, especialmente, entre a estrutura composicional das práticas discursivas que permeiam os espaços digitais e as reflexões críticas quanto à distribuição desigual do poder na sociedade.

De fato, como já mencionado, não há como prever os desdobramentos quanto à manutenção das Redes Sociais *Twitter* e *Facebook*, tal qual captadas nos dados apresentados, tendo em vista a rapidez com que as práticas sociais digitais são modificadas.

No entanto, ainda que futuramente algumas das constatações aqui evidenciadas quanto à estrutura composicional dos gêneros presentes nas Redes Sociais venham a se tornar obsoletas, as reflexões quanto à necessidade da criticidade na atuação discursiva em espaços mediados pela tecnologia permanecerão atuais.

É justamente nesse contexto que esta pesquisa se constitui relevante socialmente, à medida que faz transparecer relações de dominação que permeiam as práticas sociais nas Redes Sociais e que aponta para a possibilidade de utilização desses espaços na reivindicação de direitos, de retirada de assimetrias e de mudança social.

Cabe ao usuário, de uma forma mais ampla, buscar compreender criticamente os papéis sociais exercidos por ele mesmo, e por aqueles que exercem qualquer natureza de poder sobre ele, em quaisquer espaços discursivos, sejam eles digitais ou não, buscando identificar estratégias de manutenção das desigualdades sociais.

Percebemos que parte dos usuários das Redes Sociais *Facebook* e *Twitter* age e interage socialmente por meio dessas plataformas, sem demonstrar qualquer reflexão sobre sua própria prática discursiva, ou sobre a prática daqueles com quem interage. Dessa forma, acabam por perpetuar as desigualdades sociais que permeiam os espaços não-digitais e permitir a transposição dessas desigualdades para os espaços digitais, sem qualquer questionamento.

Entendemos, ainda, ser papel compartilhado da sociedade e, sobretudo, da educação formal apresentar esse tipo de reflexão aos jovens, que, na atualidade, desde cedo se utilizam de espaços discursivos virtuais de forma recorrente. Enquanto as escolas se ocupam de temas da linguagem ainda bastante estruturais e formalistas, e não percebem o discurso enquanto espaço de lutas e reivindicação de mudança social, muitos jovens permanecem sendo ludibriados por estratégias ideológicas por parte das elites dominantes.

É preciso perceber que, como vimos através dos dados gerados, as Redes Sociais são muito mais do que um espaço lúdico com fins de entretenimento. Aqueles que buscam se utilizar desses espaços para atingir seus próprios objetivos já estão bem cientes dessa realidade, o que pode ser comprovado pelo grande número de publicações sobre como se aproveitar ao máximo das Redes Sociais em benefício mercadológico, dentre os quais apresentamos apenas alguns títulos.

Assim, é justamente para essa necessidade de uma prática social e discursiva mais crítica e engajada, com um objetivo de mudança social, que nossa investigação aponta.

Cabe reiterar que esta pesquisa não esgota a temática, e que muitos outros eventos e relações sociais podem ainda ser analisados e aprofundados. É, de fato, uma

demanda da sociedade a busca por conhecer melhor os processos e práticas sociais que são criados, e reinventados, como resultado de toda essa rápida evolução tecnológica que vivenciamos.

Dessa forma, esperamos que, enquanto análise sincrônica de um processo discursivo em curso, o retrato histórico das relações de poder no momento atual, que aqui buscamos realizar, permaneça como contribuição para as práticas sociais digitais futuras. E, especialmente, que os dados registrados, e as reflexões suscitadas, possam colaborar não só com os estudos de gêneros digitais, e das práticas sociais e identidades constituídas nos espaços digitais, mas especialmente com uma prática social mais crítica e reflexiva no âmbito das Redes Sociais.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Júlio César Rosa de. *Trasmutação de gêneros na web: a emergência do chat*. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. XAVIER, Antônio Carlos. *Hipertexto e Gêneros Digitais – novas formas de construção de sentido*. 3ª Ed. São Paulo: Cortez, 2010.

ARAÚJO, Júlio Cesar. BIASI-RODRIGUES, Bernardete. *A Natureza Hipertextual do Gênero Chat Aberto*. In: ARAÚJO, Júlio Cesar. BIASI-RODRIGUES, Bernardete. *Interação na Internet – Novas Formas de Usar a Linguagem*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

ASSIS, Juliana Alves. *Ensino/Aprendizagem da escrita e tecnologia digital: o e-mail como objeto de estudo e de trabalho em sala de aula*. In COSCARELLI, Carla Viana. RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). *Letramento Digital – Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

BAGNO, Marcos. *Português ou Brasileiro? Um convite à pesquisa*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004

BAZERMAN, Charles. DIONISIO, Angela Paiva. HOFFNAGEL, Judith Chambliss (Orgs.). *Gêneros Textuais, Tipificação e Interação*. São Paulo: Cortez, 2005

CARMAGNANI, Anna Maria. *A Escrita Como Recusa da Imobilidade: o autor e a política da criação de si*. In: CORACINI, Maria José. ECKERT-HOFF, Beatriz. (Org.) *Escrit(ur)a de si e alteridade no espaço papel-tela*. Campinas: Ed. Mercado de Letras, 2010.

CHOULIARAKI, Lilie. FAIRCLOUGH, Norman. *Discourse in late modernity: Rethinking. Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.
DENZIN, Norman K. LINCOLN, Yvonna S. *A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa*. In: DENZIN, Norman K. LINCOLN, Yvonna S. (Org.) *O planejamento da Pesquisa Qualitativa: Teorias e abordagens*. Porto Alegre: Artmed, 2006,

CORACINI, Maria José. *Discurso e escrit(ur)a: entre a necessidade e a (im)possibilidade de ensinar*. In: CORACINI, Maria José. ECKERT-HOFF, Beatriz. (Org.) *Escrit(ur)a de si e alteridade no espaço papel-tela*. Campinas: Ed. Mercado de Letras, 2010.

COROA, Maria Luiza Monteiro Sales. *Programa Gestão da Aprendizagem Escolar – Gestar II. Língua Portuguesa: Caderno de Teoria e Prática 3 – TP3: gêneros e tipos textuais*. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2008.

COSCARELLI, Carla Viana. *Alfabetização e letramento digital*. In COSCARELLI, Carla Viana. RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). *Letramento Digital – Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

DIAS, Cristiane. *A escrita de si em tempos de chat: A narrativa do fragmentário*. In: CORACINI, Maria José. ECKERT-HOFF, Beatriz. (Org.) *Escrit(ur)a de si e alteridade no espaço papel-tela*. Campinas: Ed. Mercado de Letras, 2010.

DIJK, Teun A. Van. *Discurso e Poder*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

FAIRCLOUGH, Norman. *Critical Discourse Analysis*. London: Longman, 1995

_____. *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001

_____. *Analysing Discourse*. London: Routledge, 2003.

FIRMINO, Julio Cesar Ferreira. *Formas Associativas Existentes nas Salas de Bate-Papo*. In: ARAÚJO, Júlio Cesar. BIASI-RODRIGUES, Bernardete. *Interação na Internet – Novas Formas de Usar a Linguagem*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

FLICK, Uwe. *Uma introdução à Pesquisa Qualitativa*. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. 22ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

FRADE, Isabel Cristina A. da Silva. *Alfabetização digital: Problematização do conceito e possíveis relações com a pedagogia e com aprendizagem inicial do sistema de escrita*. In: COSCARELLI, Carla Viana. RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). *Letramento Digital – Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

GALLI, Fernanda. *Escrita: (Re)construção de vozes, sentidos, 'eus'...* In: CORACINI, Maria José. ECKERT-HOFF, Beatriz. (Org.) *Escrit(ur)a de si e alteridade no espaço papel-tela*. Campinas: Ed. Mercado de Letras, 2010.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. *Linguagem da internet: um meio de comunicação global*. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. XAVIER, Antônio Carlos. *Hipertexto e Gêneros Digitais – novas formas de construção de sentido*. 3ª Ed. São Paulo: Cortez, 2010.

GIBBS, Graham. *Análise de Dados Qualitativos*. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIDDENS, Anthony. *A Transformação da Intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. 15ª ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

GOULART, Cecília. *Letramento e novas tecnologias: questões para a prática pedagógica*. In: COSCARELLI, Carla Viana. RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). *Letramento*

Digital – Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

GUIMARÃES, E. *Os Limites do Sentido*. Campinas: Pontes, 1995.

ILARI, R. *Introdução à Semântica*. São Paulo: Contexto, 2001.

KOCH, I.G.V. *Desvendando os Sentidos do Texto*. SP: Cortez, 2002.

_____. *A interação pela linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

KOMESU, Fabiana Cristina. *Blogs e as práticas de escrita sobre si na internet*. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. XAVIER, Antônio Carlos. *Hipertexto e Gêneros Digitais – novas formas de construção de sentido*. 3ª Ed. São Paulo: Cortez, 2010.

LOCKE, Terry. *Critical Discourse Analysis*. London: Continuum, 2004

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Gêneros textuais: definição e funcionalidade*. In DIONISIO, A. P. MACHADO, A. R. BEZERRA, M. A. (Orgs.) *Gêneros Textuais & Ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

_____. *A coerência no hipertexto*. In COSCARELLI, Carla Viana. RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). *Letramento Digital – Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

_____. *Cognição, linguagem e práticas interacionais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

_____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. *Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital*. In MARCUSCHI, Luiz Antônio. XAVIER, Antonio Carlos (Orgs.). *Hipertexto e gêneros digitais – Novas formas de construção de sentido*. São Paulo: Cortez, 2010.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de Melo. *A Análise do Discurso em contraponto à noção de acessibilidade ilimitada da internet*. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. XAVIER, Antônio Carlos. *Hipertexto e Gêneros Digitais – novas formas de construção de sentido*. 3ª Ed. São Paulo: Cortez, 2010.

MEURER, J. L. *Gêneros Textuais na Análise Crítica de Fairclough*. In: MEURER, J.L. BONINI, Adair. MOTTA-ROTH, Desirée.(Orgs.).*Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

MEY, Jacob. *As vozes da Sociedade*. 1ª ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2001.

MOTTA-ROTH, Desirée. HEBERLE, Viviane. *O Conceito de ‘Estrutura Potencial do Gênero’ de Ruqayia Hassan*”. In: MEURER, J.L. BONINI, Adair. MOTTA-ROTH,

Desirée. (Orgs.). *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

PEREIRA, João Thomaz. *Educação e sociedade da informação*. In COSCARELLI, Carla Viana. RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). *Letramento Digital – Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

RESENDE, Viviane de Melo. RAMALHO, Viviane. *Análise de discurso crítica*. São Paulo: Contexto: 2009

RESENDE, Viviane de Melo. RAMALHO, Viviane. *Análise de discurso (para a) crítica – O texto como material de pesquisa*. São Paulo: Pontes, 2011.

RIBEIRO, Otacílio José. *Educação e novas tecnologias: um olhar para além da técnica*. In COSCARELLI, Carla Viana. RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). *Letramento Digital – Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

ROJO, Roxane. *Letramentos Múltiplos, escola e inclusão social*. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

SAMPAIO, Marisa Narcizo. LEITE, Lígia Silva. *Alfabetização tecnológica do professor*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999

SANTAELLA, Lucia. *O novo estatuto do texto nos ambientes de hipermídia*. In SIGNORINI, Inês (Org.). *(Re)discutir texto, gênero e discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008

SANTOS, Else Martins dos. *Chat: e agora? Novas regras – nova escrita*. In COSCARELLI, Carla Viana. RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). *Letramento Digital – Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

SCHERER, Amanda. *A escrit(ur)a de si: uma história do sujeito pela alteridade*. In: CORACINI, Maria José. ECKERT-HOFF, Beatriz. (Org.) *Escrit(ur)a de si e alteridade no espaço papel-tela*. Campinas: Ed. Mercado de Letras, 2010.

SILVERMAN, David. *Interpretação de Dados Qualitativos*. Métodos para análise de entrevistas, textos e interações. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. *Pode o subalterno falar?*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

VIEIRA, Iúta. *Tendências em Pesquisas em Gêneros Digitais: Focalizando a Relação Oralidade / Escrita*. In: ARAÚJO, Júlio Cesar. BIASI-RODRIGUES, Bernardete.

Interação na Internet – Novas Formas de Usar a Linguagem. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

XAVIER, Antônio Carlos. SANTOS, Carmi Ferraz. *E-forum na Internet: um Gênero Digital*. In: ARAÚJO, Júlio Cesar. BIASI-RODRIGUES, Bernardete. Interação na Internet – Novas Formas de Usar a Linguagem. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

Sites na Internet

AGÊNCIA BRASIL. *TSE Proíbe Pré Campanha Eleitoral pelo Twitter*. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/tse-proibe-pre-campanha-eleitoral-pelo-twitter-15032012-56.shl>> Acesso em: 04 de janeiro de 2013.

AGUIARI, Vinícius. *Facebook lucra 306 milhões de dólares em dispositivos móveis em três meses*. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/mercado/facebook-lucra-us-306-milhoes-em-dispositivos-moveis-em-tres-meses-31012013-33.shl>> Acesso em: 12 de janeiro de 2013.

FRAGA, NAYARA. *Fail – Queixas de consumidores no Twitter cresce 379% em 1 ano*. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/radar-tecnologico/2012/03/15/fail-queixas-de-consumidores-no-twitter-crescem-379-em-1-ano/>> Acesso em: 19 de abril de 2012.

G1 TECNOLOGIA E GAMES. *Facebook alcança 1 bilhão de usuários ativos mensais*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/10/facebook-atinge-1-bilhao-de-usuarios-ativos-mensais.html>> Acesso em 05 de janeiro de 2013.

GAZZETAONLINE. *Gráfico de reclamações nas Redes Sociais*. Disponível em: <http://midias2.gazetaonline.com.br/_midias/jpg/2012/03/13/457_eco140312gz3168-613909-4f5ff9612cbda.jpg> Acesso em: 20 de dezembro de 2012.

GUGELMIN, FELIPE. *Redes sociais são o melhor canal para reclamar sobre empresas*. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/rede-social/14344-redes-sociais-sao-o-melhor-canal-para-reclamar-sobre-empresas.htm>> Acesso em: 20 de dezembro de 2012.

TECNOLÓGICO. *Redes Sociais são mais eficazes que Procon*. Disponível em: <<http://www.tecnologico.com.br/10/2011/rede-sociais-sao-mais-eficazes-que-procon/>> Acesso em: 19 de abril de 2012.

Anexo

- Análise do Projeto de Pesquisa pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília (CEP/IH)