Studies in Education Sciences
ISSN: 2764-0868

A vida em rede: comunidades linguísticas emergidas entre jovens na rede social twitter e os vocábulos nativos dessa comunidade

Life on the net: emergent linguistic communities among young people on the social network twitter and the native words of this community

DOI: 10.54019/sesv3n2-018

Recebimento dos originais: 21/02/2022
Aceitação para publicação: 31/03/2022

Juliana Silvestre de Vargas
Mestranda em Linguística Aplicada
Instituição: Universidade do Vale do Rio Dos Sinos – UNISINOS
Endereço: Av. Unisinos, 950 - Cristo Rei, São Leopoldo - RS, CEP: 93022-750
E-mail: jsilvestrev@edu.unisinos.br

RESUMO

O twitter da rede social é uma rede social interactiva como um diário virtual. Nela, os utilizadores disponibilizam, de forma escrita, através de "tweets", detalhes do seu dia. Nesta perspectiva, foi estabelecida entre jovens, fãs de sagas literárias, séries ou artistas de hoje, destinada a públicos jovens, comunidades linguísticas de interacção chamadas "FCs" (clubes de fãs). Estas comunidades têm um perfil de utilizador e palavras específicas e muito características que constroem estes interactistas como utilizadores dos FCs numa base individual e lhes permitem compreender, ser bem recebidos e interagir, dentro desta comunidade, através deste vocabulário seleccionado. Neste estudo, pretendemos analisar palavras, nativas desta comunidade, através de "tweets", exibidas publicamente na rede social, de acordo com a noção de comunidades linguísticas, objectos de fala e a imprevisibilidade. Os resultados indicam que a socialização das palavras, introduzida e partilhada pelos FCs, na rede social, torna viral uma parte destas referências e estas são reproduzidas até serem apresentadas a diferentes públicos que não fazem parte desta comunidade, na qual a palavra foi originada.

Palavras-chave: linguística aplicada, twitter, clubes de fãs, comunidades linguísticas, referências, imprevisibilidade.

ABSTRACT

The social network twitter is an interactive social network like a virtual diary. In it, users make available, in a written form, through “tweets”, details of their day. In this view, it was established among young people, fans of literary sagas, series or artists of today, aimed at young audiences, linguistic communities of interaction called “FCs” (fan clubs). These communities have a user profile and specific and very characteristic words that construct these interactants as FCs users on an individual basis and allow them to understand, be welcomed and interact, within

this community, through this select vocabulary. In this study, we intend to analyze words, native to this community, through “tweets”, publicly displayed on the social network, according to the notion of linguistic communities, objects of speech and the unpredictability. The results indicates that the socialization of words, introduced and shared by FCs, in the social network, make a portion of these referents viral and these are reproduced until they are presented to different audiences that are not part of this community, in which the word was originated.

Keywords: applied linguistics, twitter, fan clubs, language communities, referents, unpredictability.

1 INTRODUÇÃO

A rede social Twitter foi fundada por Jack Dorsey em 2006. Os perfis nessa rede social socializam conteúdo, por meio de mensagens, denominadas *“tweets”*, que possuem um limite de 280 caracteres[1]. Essa rede social funciona equivalente a um diário virtual público, em que os seus usuários apresentam facetas do seu dia a dia a partir dos *tweets.*

Para Paveau (2017), os textos dispostos em mídias virtuais dispõem de marcas linguísticas e especificidades, exigindo do usuário um conhecimento prévio dessas demandas para a produção de um texto nativo digital nessas mídias. Para a autora:

> Os textos digitais carregam marcas específicas em seu modo de produção que não devem ser observadas do exterior, mas que exigem um conhecimento dos dispositivos de escrita e das culturas digitais, bem como habilidades nos usos e práticas de escrita [...]. (PAVEAU, 2017, p. 1).

Sendo assim, aos usuários do Twitter requer um conhecimento dos usos das ferramentas da rede social, como são produzidos e socializados textos nativos na plataforma, a disposição dos *tweets,* e quais são as práticas sociais e linguageiras que são desenvolvidas. À vista da necessidade de desenvolver esse conhecimento e por disponibilizar a versão somente em língua inglesa, em primeiro momento, a rede social, no Brasil, começou a ganhar uma maior adesão de usuários somente a partir de 2008, sendo considerado o período de maior expansão em 2012. Devido a essa grande expansão do número de usuários, foi

[1] Pequenos textos escritos em 280 caracteres (letras).

fundada a primeira sede da plataforma em solo brasileiro, em São Paulo, a fim de atender à nova demanda.

Foi por volta do ano de 2012, em que a expansão de usuários estava em escala crescente, que os fã-clubes (FCs) surgiram como uma comunidade linguística específica dentre os usuários do Twitter que possuíam contas pessoais.

Os FCs são contas em que a identidade do usuário não é revelada. O usuário utiliza um *"username"*[2] relacionado a algum conteúdo do qual seja fã, assim como a sua imagem de *"icon"*[3] e outros segmentos relacionados à apresentação (*design*) de uma conta no Twitter.

Essas contas se popularizam em demasia. Deste modo, com a percepção do grande aumento dessas contas, nos últimos anos, os administradores do Twitter, por volta de 2019 e 2020, atualizaram as exigências e estabeleceram regulamentos para a possibilidade de existência dessas contas na rede social. Os administradores do Twitter, com esse novo regulamento, classificaram essas contas como paródias ou contas *"fakes"*[4], dado que, nos anos anteriores, essas contas não demonstravam indicadores visíveis, ademais do conteúdo disponível e proposto pela conta, de quem eram uma conta de fã (FC) ou paródia (conta *fake*) e não uma usurpação de identidades de artistas renomados, pois não havia um regulamento que legitimasse as permissões e restrições para se criar uma conta. Paveau (2017) também nos traz a questão da falta de "autoralidade" nas produções nativas da internet, por muitas vezes, realizadas por um pseudônimo, como os FCs. A autora indica que:

> [...] os processos de argumentação da escritura digital, especialmente em seu aspecto de coletivização, colocam em jogo o problema do autor, já amplamente questionado antes nas práticas on-line de criação de pseudônimos (nicknames). (PAVEAU, 2017, p. 10).

Isto posto, a partir de 2019, as contas que não seguissem essas exigências seriam bloqueadas permanentemente para preservar a identidade dos artistas que eram expostos com imagens não autorizadas. Dentre as exigências para se

[2] O "*Username*" é o usuário que o interagente utiliza para acessar o *twitter,* sempre iniciando com @.
[3] O *"Icon"* é a foto de perfil do usuário na rede social.
[4] Contas *"fakes"* são contas falsas, em que o usuário utiliza de imagens ou *"usernames"* que não sejam a sua própria identidade.

ter um “FC”, conta paródia ou conta *fake* no Twitter, atualizadas no ano de 2021, que esteja de acordo com as políticas de privacidade da rede social estão:

> Seguem algumas exigências de como marcar sua conta. Todas as exigências devem ser atendidas para cumprir com a Política.
> • Bio: a bio deve indicar claramente que o usuário não é afiliado ao assunto da conta. A não afiliação pode ser indicada pela incorporação, por exemplo, de palavras, como (mas não limitado a) "paródia," "falso/fake," "fã," ou "comentário". A não afiliação deve ser declarada de forma que possa seja entendida pelo público.
> • Nome da conta: o nome da conta (observação: ele é separado do nome de usuário ou @identificador deve indicar claramente que o usuário não é afiliado ao assunto da conta. A não afiliação pode ser indicada pela incorporação, por exemplo, de palavras, como (mas não limitado a) "paródia," "falso/fake," "fã," ou "comentário". A não afiliação deve ser declarada de forma que possa seja entendida pelo público.)
> Observe que sua conta deve estar em total conformidade com as Regras do Twitter e os Termos de Serviço, além de atender a essas exigências. (Regras e Políticas de Privacidade, Twitter, 2021).

Sendo assim, deve-se disponibilizar na “*bio*”[5] uma indicação que o usuário não é afiliado à verdadeira conta do artista e que, portanto, trata-se de um perfil dedicado ao enaltecimento do trabalho do artista como proposta de conteúdo público. Para isso, o Twitter propõe aos usuários se valerem de indicadores como: paródia, conta fake, conta falsa ou conta de fã visíveis no texto da *bio* para demarcar os propósitos da existência dessa conta. Além disso, o nome do perfil e o *username* também devem delimitar essa não-afiliação ao perfil original do artista e os propósitos da conta.

Por fim, o conhecimento das exigências e limitações também vão ao encontro do explanado por Paveau (2017), em sua obra, sobre o conhecimento do ambiente digital e a ferramenta ou rede social que o *producer*[6] (produtor de conteúdo e usuário) está utilizando para disponibilizar as suas produções nativas, que, nesse caso, seriam os *tweets.*

1.1 PERFIL DOS USUÁRIOS

Os usuários de FCs demonstram ser, usualmente, adolescentes, cursando desde o Ensino Fundamental ao início do Ensino Superior. Essa faixa etária de

[5] Termo que refere-se ao termo em Inglês *“biography”* (biografia), é uma seção no perfil do usuário do *twitter*, em que ele pode escrever uma pequena biografia sobre si.
[6] Do Inglês *produce* (produzir) + *user* (usuário), ou seja, produtor de conteúdo e usuário. (tradução nossa).

usuários é perceptível pelos *tweets* das contas que apresentam fragmentos da faixa etária como, por exemplo, *tweets* sobre escola, estudo para o vestibular e ingresso no Ensino Superior, além dos vocábulos seletos desta comunidade, usualmente utilizados por adolescentes, dispostos pelos *tweets*. Além de alguns perfis exporem a idade do usuário, pelo numeral correspondente e outras facetas de sua identidade, em *"threads"*[7], fixadas entre as publicações, para que os *"followers"*[8] conheçam somente o que o usuário deseja apresentar de si, ou seja, uma única faceta de sua verdadeira identidade, uma vez que as identidades dos FCs são ocultas.

Mas o que motivaria um usuário a criar uma conta FC? Ao considerar os usuários, em grande parte, sendo adolescentes, devemos observar de acordo com Alves (2008), que o adolescente está experienciando um período de passagem: uma passagem de uma fase mais calma, a infância, para uma fase mais "turbulenta", que seria a adolescência. É nessa fase que muitas mudanças e transformações ocorrem na vida do sujeito, ademais de modificações físicas e emocionais e a busca incessante por autonomia. Para Alves (2008):

> A adolescência é uma fase de intensas transformações na vida do sujeito, nela emergem muitas tribulações, devido à passagem de um período, até então aparentemente calmo, para uma nova etapa turbulenta, composta por muitas transformações tanto físicas quanto emocionais na vida das pessoas. (ALVES, 2008, p. 9).

Deste modo, essas mudanças, indispensavelmente, acarretam alterações e novas reformulações na identidade do sujeito. Para Vargas (2020), essas reformulações da identidade do sujeito não são somente um processo interno, psicológico e emocional, mas, sim, uma combinação desse processo interno com as interações com o mundo. Vargas (2020) compreende os sujeitos como seres sociais. Isto é, um sujeito não é independente do meio social em que vive e da comunidade linguística e social em que está inserido. A sua identidade desenvolve-se, em constante transformação, de acordo com as interações e experiências propiciadas pelo meio. Vargas (2020) salienta que:

[7] As *"threads"* ou fio, em português, são *tweets* disponibilizados em sequência que possuem o objetivo de comunicar determinado assunto que não há como limitar-se a um *tweet* somente.
[8] Os *"followers"* são os seguidores do perfil no *twitter*, ou seja, os perfis que acompanham este perfil.

> O sujeito é considerado social porque ele não é independente de interações sociais e separado do ambiente em que vive. O meio social influencia fortemente a identidade do sujeito, que está diretamente em contato com esse meio e em constante mudança. (VARGAS, 2020, p. 44).

Alves (2008) também adiciona sobre estas modificações identitárias que ocorrem no sujeito durante a adolescência. Segundo a autora:

> [...] no período da adolescência as mudanças biológicas e emocionais firmam uma nova identidade, nesse período o corpo muda sensivelmente, e, por conseguinte, o emocional do adolescente também, trazendo elementos novos que até então, eram desconhecidos. (ALVES, 2008, p. 9).

Dessa forma, essas alterações físicas, emocionais, sociais e as mutações identitárias, vividas pelo sujeito nessa faixa etária, requerem uma identificação e um sentimento de aceitação e pertencimento a um grupo social. Rangel et al. (2012) salientam que, nessa faixa etária, devido a essas transformações, a necessidade de pertencimento a um grupo é tão elevada que o sujeito não considera se a organização e regras desse grupo, o qual ele deseja pertencer, são coerentes com as suas crenças e ideais. Isto é:

> [...] uma tendência crescente de pertencer a algum grupo, muitas vezes não importando se as regras ou aspirações do mesmo são coerentes com a forma de pensar dos sujeitos, pois o interessante é estar ligado a outras pessoas fora de seu núcleo familiar, pensando encontrar neste, um ponto de apoio e um modelo. (RANGEL et al, 2012, p. 6).

O sujeito mobiliza a sua necessidade de pertencimento e aceitação de um grupo, ademais de círculo parental e acima de seus ideais, motivando a sua incessante busca pela autonomia e pela sua nova construção como sujeito social, independentemente de seus pais. À vista disso, acreditamos que esses possam ser alguns dos fatores que motivem jovens a criar uma conta FC no Twitter, ou seja, estar em contato com uma comunidade linguística e social que compartilha gostos parecidos, interesses semelhantes e, por vezes, posicionamentos político-sociais e crenças similares. Assim, estabelece-se uma comunidade linguística-social de adolescentes, performando facetas de suas identidades, induzindo a maneira como desejam ser percebidos dentro dessa comunidade digital, fazendo-os sentir-se acolhidos. Sendo a comunidade dotada de modelos de artistas,

ativistas e personalidades politizadas como ponto de discussão e ponto chave para o conteúdo de uma conta FC, Paladino (2005) nos explica que:

> Há nesta fase, uma substituição das figuras paternas por novos guias ou líderes, referências na tentativa de perseguir seus próprios ideais, ainda que muito incipientes. (Paladino, 2005, p. 69).

Aberastury (1992) também adiciona que esse sentimento de pertencimento e acolhimento, esse apego emocional, por vezes, é tão intenso ao passo que não se pode mais separar o sujeito de seu grupo social, pois já instituiu uma identificação a ele. Nas palavras do autor:

> [...] Há um processo de superidentificação em massa, onde todos se identificam com cada um. Às vezes, o processo é tão intenso que a separação de grupo parece quase impossível e o indivíduo pertence mais ao grupo de coetâneos do que ao grupo familiar. Não se pode separar da turma nem de seus caprichos ou modas. Por isso, inclina-se às regras do grupo, em relação a modas, vestimentas, costumes, preferências de todos os tipos, etc. (ABERASTURY, 1992, p.36).

Ao considerar as presentes comunidades linguísticas e sociais dispostas no Twitter e o perfil de usuários das contas FCs que compõe essa comunidade, este estudo propõe analisar vocábulos nativos dessa comunidade, por meio de *tweets* dispostos publicamente na rede social, que apresentam fragmentos de vocábulos específicos da comunidade linguística, seus usos e significados e que demonstrem um acolhimento e pertencimento à comunidade linguística. Assim, propõe-se analisar estes objetos de estudo, segundo a noção de comunidade linguística e referentes (vocábulos) e o verbete de imprevisibilidade.

Este estudo é justificado pela ausência de material que analise as interações de contas FCs, por intermédio de *tweets* que apresentem vocábulos específicos da comunidade, segundo a noção de comunidade linguística, referentes e o verbete de imprevisibilidade e na necessidade de se compreender os demasiados meios de interações sociais existentes na vida em rede (vida *online*), além de vocábulos nativos dessa interação em rede que nos representem como sujeitos e demonstrem parcialmente uma faceta da construção identitária de quem somos *online.*

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMUNIDADES LINGUÍSTICAS COMO LUGAR DE ACOLHIMENTO E PERTENCIMENTO

Denominam-se comunidades linguísticas ou comunidades de fala, grupos de interação entre sujeitos que compartilham um vocabulário próprio de aceitação e conhecimento de todos os membros da comunidade para estabelecer a comunicação. Spolsky (2016) define a noção de comunidade linguística como:

> [...] uma comunidade de fala – aqueles que compartilham uma rede de comunicação, unidos pela relativa aceitação da adequação do uso das múltiplas variedades usadas naquela comunidade. (SPOLSKY, 2016, p. 33).

Ao passo que a comunidade linguística dispõe de um vocabulário específico socializado e conhecido pelos falantes da comunidade que podem não ser compreendidos por indivíduos que não estão inseridos na comunidade, entendemos que a noção de comunidade linguística está indispensavelmente relacionada à noção de variação linguística. Então, a comunidade linguística pode ser compreendida como o discurso de um grupo de pessoas, com vocábulos variantes de conhecimento implícito do grupo à luz de suas intuições implícitas sobre os usos da língua e referentes. Para Kennedy (2008), essas intuições implícitas sobre a língua nos possibilitam conhecer o vocabulário de uma determinada comunidade linguística em que estamos inseridos e a sempre entoar frases novas. Kennedy (2008) salienta que “[...] os falantes de uma língua tenham *intuições* sobre as estruturas sintáticas que produzem e ouvem”. (KENNEDY, 2008, p. 133).

Ao compreendermos a noção de comunidade linguística, podemos percebê-la como um lugar de acolhimento e pertencimento dos sujeitos que estão inseridos nessa comunidade. Uma vez que o vocabulário específico utilizado pelos sujeitos determina relações interativas entre eles, deve-se compreender os vocábulos utilizados para ser acolhido por esses grupos que compartilham cultura e interesses semelhantes.

Por fim, podemos dizer que muito mais que uma comunidade de fala que socializa vocábulos semelhantes, uma comunidade linguística, por vezes, compartilha cultura, interesses e experiências semelhantes que constroem

identitariamente os sujeitos da comunidade e estabelecem um sentimento de acolhimento e pertencimento, mediante o compartilhamento de vivências semelhantes. Portanto, sobre o uso de uma variante linguística ou vocábulos em uma comunidade linguística que promovem o sentimento de pertencimento e acolhimento, Vargas (2020) evidencia que:

> [...] as identidades do sujeito multi-identitário estão conectadas com as línguas que esse sujeito utiliza ao interagir em diferentes eventos, influenciando profundamente na reconstrução da identidade desse sujeito e o formular de suas visões de língua e pertencimentos linguísticos, assim como a história, identidades e costumes culturais [...] agregam nos perfis identitários desses indivíduos. (VARGAS, 2020, p. 77).

2.2 NOÇÃO DE REFERENTES: OBJETOS DE DISCURSO

O objetivo central desta pesquisa é analisar as interações entre usuários de FCs, por intermédio de *tweets,* que apresentem objetos de discursos comuns a comunidade linguística, por meio da noção de comunidade linguística de Spolsky (2016) e as noções de objetos de discurso de Marcuschi (2001) e Koch (2002).

Os objetos de discurso são elementos textuais presentes em um universo textual interpretativo. Os linguistas Marcuschi (2001) e Koch (2002) nomeiam esses elementos como referentes (anáforas) ou objetos de discurso e os dividem em duas categorias: as anáforas diretas e as anáforas indiretas.

Segundo Koch (2002), os objetos de discurso ou, também chamados, referentes são introduzidos no texto com base em algum tipo de associação a elementos já presentes, ou seja, anáforas diretas que rotulam um co-texto e idealizam um novo referente. Desta maneira, o objeto anterior, introduzido pelo narrador, é referenciado pelo seguinte. Para exemplificar, pensaremos em uma menina e os seus estudos. O primeiro referente introduzido no texto seria “menina” como, por exemplo, na frase “a menina tinha quinze anos”, ou seja, “a menina” seria o primeiro referente. Ao desenvolver esse arcabouço textual, o próximo referente introduzido seria “ela” como na frase “ela estudava língua francesa”. Isto posto, “ela” referencia “menina”, objeto de discurso, introduzido anteriormente no ambiente textual que está sendo retomado por meio do referente “ela”. Koch (2002) determina que:

> [...] um nódulo já presente na memória discursiva é reintroduzido na memória operacional, por meio de uma forma referencial, de modo que o objeto-de-discurso permanece saliente (o nódulo continua em foco). (KOCH, 2002, p.32).

Para Marcuschi (2001), as anáforas indiretas, por sua vez, são expressões estabelecidas na dependência interpretativa do texto (ou narrativa) de acordo com a estrutura textual. Portanto, não necessitam de referentes explícitos (âncoras) anteriores. Para exemplificar, utilizaremos um exemplo proposto pelo autor. Deste modo, pensaremos em um funcionário de um restaurante que interpretativamente conhecemos como o “garçom” e não necessita ser introduzido anteriormente ao conversarmos sobre um restaurante, pois queda-se na superfície interpretativa da narrativa, ou seja, dispensa âncoras (referentes) introduzidas anteriormente no ambiente textual, para que seja compreendido como um objeto de discurso presente no ambiente textual. Marcuschi (2001) explana que:

> A expressão o garçom ativa um referente novo e, ao ancorar num universo textual precedente, de certo modo também reativa "um restaurante". Há, pois, algo similar a uma ativação-reativação na continuidade do domínio referencial. Assim, podemos dizer que a AI é uma espécie de ação rematica e temática simultaneamente na medida em que traz a informação nova e a velha, ou seja, produz uma "tematização rematica". (MARCUSCHI, 2001, p. 224).

Seguindo essa linha de raciocínio, os objetos de discurso, como anáforas diretas ou indiretas, determinam objetos linguageiros, no ambiente textual, sobre os quais os falantes estão desenvolvendo a sua narração escrita, não necessariamente precisando apresentar um objeto anterior, a fim de ser rotulado ou recapitulado por outro. Os objetos podem ser independentes e dispostos no ambiente interpretativo do texto, sem a necessidade de um objeto introdutório que será recapitulado. (MARCUSCHI, 2001).

2.3 TEORIA DO DISCURSO DIGITAL: O VERBETE DE IMPREVISIBILIDADE E O ATO DE TORNAR-SE VIRAL

Os conteúdos midiáticos assim que produzidos e disponibilizados pelas mídias digitais apresentam a possibilidade de tornar-se virais. Isto posto o enunciador-escrileitor ou producer, termos propostos pela estudiosa Paveau (2017), que denominam o usuário e produtor de conteúdos no ambiente digital,

não possui um domínio sobre o seu conteúdo produzido e disposto na mídia social e uma previsão de seu engajamento e possíveis replicações. Paveau (2017) nos explica este fenômeno, por meio do verbete digital de "imprevisibilidade". De acordo com a autora:

> A imprevisibilidade dos tecnodiscursos resulta da impossibilidade de o enunciador-escrileitor planejar a forma, a circulação ou mesmo o conteúdo de suas produções linguísticas on-line. (PAVEAU, 2017, p.1).

Isto posto, o enunciador-escrileitor, ao produzir um conteúdo em um ambiente virtual dispõe desta imprevisibilidade de prever o engajamento e a movimentação de seus conteúdos no meio digital. Sendo assim, não é possível prever a qual público o conteúdo será repassado, recomendado ou irá atingir, devido aos possíveis compartilhamentos, replicações e reformulações deste conteúdo, que são característicos do ambiente digital. Paveau (2017) indica que:

> [...] a circulação extremamente rápida e quantitativamente massiva dos conteúdos é um poderoso fator de imprevisibilidade no que diz respeito aos locais de circulação, à natureza dos receptores e aos efeitos de sentido produzidos. (PAVEAU, 2017, p. 2).

Tendo em vista a imprevisibilidade destas produções, a possibilidade dos conteúdos torna-se virais e o atingir de novos públicos é ampliada, que não foram o público-alvo iniciado idealizado pelo enunciador escri-leitor. Isto posto, os tweets produzidos dentro das comunidades linguísticas de FCs no twitter, que apresentam os vocábulos nativos desta comunidade, possuem a possibilidade de serem replicados a outros públicos (twitters pessoais, de empresas, afins...) que não façam parte da comunidade de FCs.

4 ANÁLISE DE DADOS

A geração de dados deste estudo foi propiciada por *tweets* produzidos por FCs, em tempo real, na *"timeline"*[9] do Twitter.

Para a seleção dos excertos de interações, a pesquisadora utilizou a sua conta pessoal do Twitter para pesquisar diferentes FCs, pesquisando-os por meio de palavras-chaves como fãs, nome de artistas, indústria musical, nome de

[9] A *"timeline"*, ou linha do tempo em português, é a página inicial do *twitter,* em que são socializados todos os *tweets* em tempo real de perfis seguidos pelo perfil em questão.

autores e sagas literárias adolescentes que levassem a pesquisadora a alguns dos perfis dispostos na rede social.

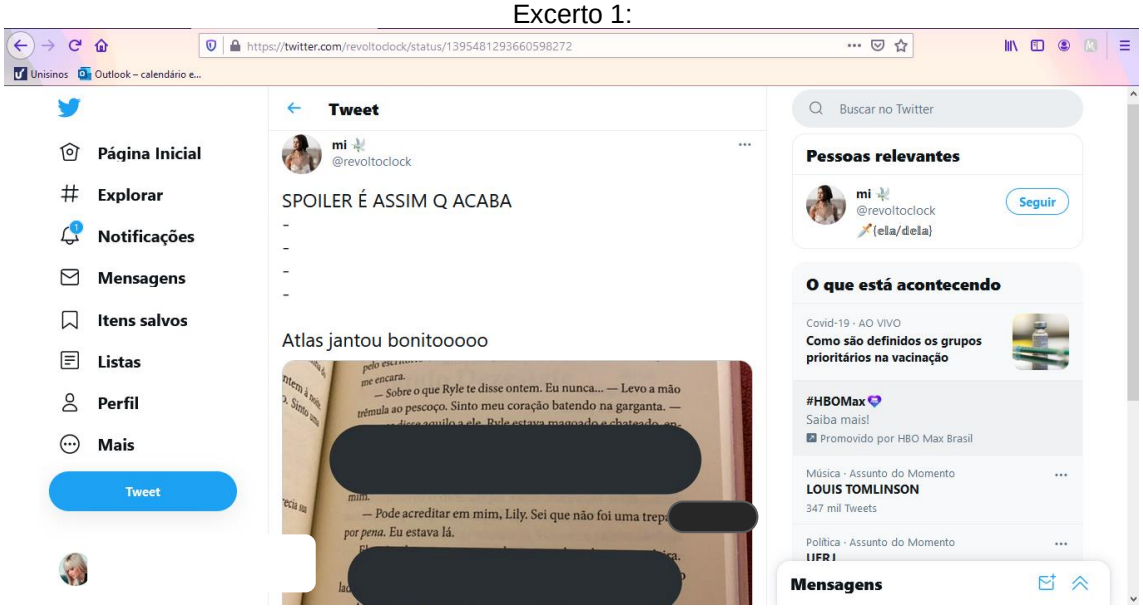
Os participantes deste estudo são três FCs distintos, pertencentes ao público delimitado na seção anterior, que disponibilizaram *tweets* na *timeline* da pesquisadora, por intermédio de referentes comuns socializados na comunidade linguística de FCs.

Os dados serão apresentados na forma de excertos de interação registradas no Twitter e serão analisados conforme a noção de comunidade linguística de Spolsky (2016) e objetos de discurso de Marcuschi (2001) e Koch (2002).

Os três excertos selecionados apresentam três vocábulos distintos socialmente utilizados nessa comunidade linguística para estabelecer interações sobre conteúdos diversos. São eles: “jantou”, “old”[10] e “fada”.

No primeiro excerto, apresenta-se um *tweet* em que o usuário/a do FC @revoltoclock (público) introduz o referente “jantou” para comentar sobre a ação de um personagem em um livro de romance adolescente que a pessoa está lendo no momento:

Excerto 1:



tweet verificado em 16/06/2021

O referente “jantou” introduzido pelo FC público @revoltoclock refere-se ao

[10] Do inglês, velho. (tradução nossa).

ato de conquistar uma discussão ou validar a sua enunciação com argumentos coerentes que fundamentem o posicionamento do sujeito sobre determinado assunto em uma discussão. Sendo assim, a usuária faz uso desse referente para elucidar que o personagem do livro foi coerente em sua escolha de vocábulos linguísticos para validar o seu argumento.

No segundo excerto, o FC @jaypenct introduz o referente "*old*" para comentar sobre uma situação corriqueira que acontece em sua casa com certa frequência:

Excerto 2:



tweet verificado em 16/06/2021

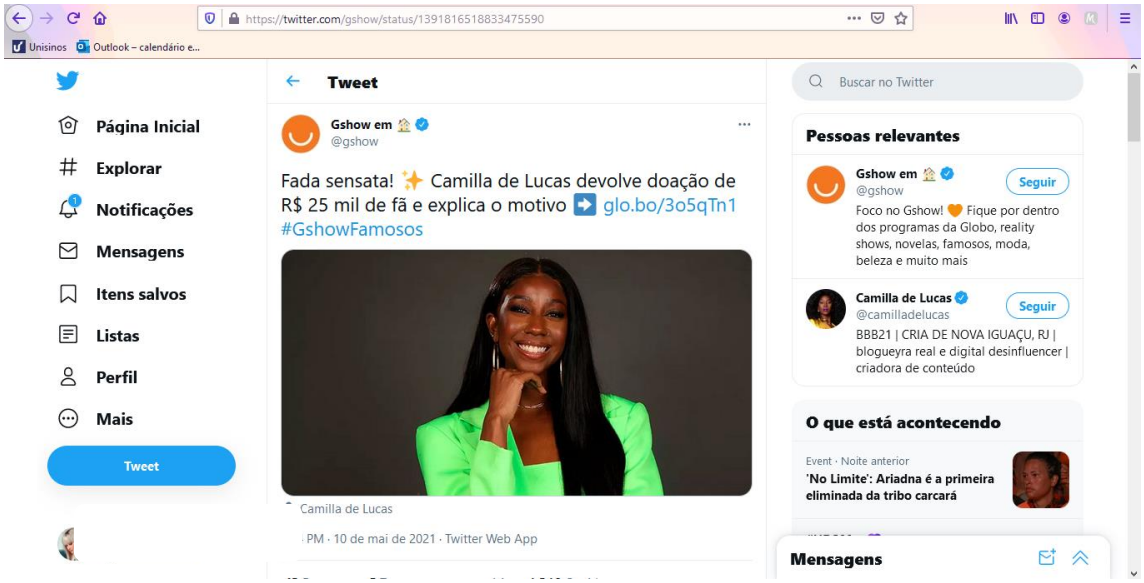
O referente *"old"* introduzido pelo FC @jaypenct refere-se ao ato de reivindicar ou comentar questões antigas já socializadas entre os pertencentes da comunidade linguística e que já são de conhecimento geral. Neste caso, o ato de enunciar que essa questão não se faz mais relevante, uma vez que é conhecida por todos os interagentes da comunidade linguística, salienta que a ocorrência já é esperada no contexto devido às experiências passadas. À vista disso, nesse *tweet*, o usuário/a está salientando que a compra dos ovos do carro do ovo é uma situação repetitiva e, por isso, não se faz mais relevante, sendo, portanto, *"old"*.

No terceiro e último excerto, verifica-se um *tweet* publicado pela conta da rede televisa Globo, utilizando um dos variados vocábulos introduzidos pelos FCs na rede social. Paveau (2017) elucida que os vocábulos nativos do ambiente digital, assim como os memes, são socializados até que se tornem públicos e de

conhecimento de mais interagentes, fora da comunidade em que foram originados, fazendo-se viral. Paveau (2017) indica que “[...] são objetos de operações e repetição e reformulação, no contexto de uma difusão viral, isto é, rápida e numerosa”. (PAVEAU, 2017, p. 12).

O perfil televisivo utiliza o vocábulo “fada” para referir-se à ação de uma ex-participante do programa televisivo *Big Brother Brasil* como pode ser verificado no excerto a seguir:

Excerto 3:



tweet verificado em 16/06/2021

O referente “fada”, introduzido pelo perfil televiso @gshow, demonstra uma avaliação sobre atos ou enunciações de sujeitos. É equivalente a um adjetivo utilizado para elogiar. Deste modo, esse referente está sendo utilizado para avaliar a ação de Camila como uma ação benéfica, sensata e de reconhecimento. À vista disso, ela está sendo categorizada como “fada” por realizar um ato de sensatez e hombridade segundo a avaliação do perfil.

Os três referentes apresentados (“jantou”, “*old*” e “fada”) são representações das anáforas indiretas propostas por Marcuschi (2001) em seu “barco textual e suas âncoras”, ao passo que não necessitam estar ancorados em elementos já apresentados anteriormente para que a comunidade linguística os compreenda. A interpretação dos referentes, que já são socializados na comunidade, limita-se ao ambiente interpretativo em que foram dispostos e

requerem um conhecimento prévio do contexto de utilização dos referentes, significação e os propósitos de uso para que sejam compreendidos em seu ambiente interpretativo.

Além disso, o referente “fada” demonstra, parcialmente, os resultados das replicações de vocábulos, segundo a imprevisibilidade do *producer* sobre o seu conteúdo disposto em uma mídia virtual e a possibilidade de tornar-se viral e ser conhecido por um outro público, ademais do público-alvo de origem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados indicam que, assim como Marcuschi (2001) propôs, por vezes, os vocábulos introduzidos na produção não necessitam ser associados aos elementos já presentes no texto, pois podem quedar-se no ambiente interpretativo que é de conhecimento de certa comunidade na qual o vocábulo está sendo introduzido novamente. Isto é, ao passo que o vocábulo já é socializado na comunidade ou reproduzido, como indica Paveau (2017), não há necessidade de ancorá-lo em elementos presentes para fazer-se o sentido do texto escrito.

Outrossim, os vocábulos que são socializados em uma comunidade linguística, no ambiente digital, podem ser replicados, ao passo de serem conhecidos por um público maior, assim como indica os resultados desta pesquisa e salienta Paveau (2017).

Além disso que as produções nativas do ambiente digital, diferem-se de acordo com o ambiente em que estão sendo produzidas e isso requer um estudo do *producer* para compreender quais são as práticas sociais que são desenvolvidas no uso da rede social ou ferramenta que está sendo utilizada para a produção de textos nativos.

Ademais, a noção de pertencimento a um grupo ou comunidade linguística é perceptível entre os interagentes, ao passo que todos compartilham de um vocabulário seleto que os insere neste grupo e propiciam as práticas linguageiras, entre eles, nesta comunidade.

Por fim, o conhecimento das práticas sociais, exigências e limitações para utilizar-se qualquer ferramenta de escrita, rede social ou afins nos possibilita interagir com os outros *producers* à maneira em que estes já conhecem e que é de comum uso da rede para não promover práticas que desviam e rompam a

ordem interacional; ordem em que as coisas comumente acontecem em determinada prática social ou comunidade, como elucida Goffman (2020).

REFERÊNCIAS

ABERASTURY, A.; KNOBEL, M**. Adolescência normal: um enfoque psicanalítico.** 10. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992.

ALVES, G. M. **A construção da Identidade do adolescente e a influência dos rótulos na mesma.** *In*: Alves, G.M. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Psicologia) – Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC, Criciúma, 2008. Disponível em: <http://newpsi.bvs-psi.org.br/GabrielaMacileAlves>. Acesso em 20. abr. 2021.

Canaltech. 2021. **Tudo sobre Twitter - História e Notícias.** Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/twitter/>. Acesso em: 19 abr. 2021.

HALL, Stuart; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro-11. ed. - Rio de Janeiro: DP&A, *2006.*

Help.twitter.com. 2021. **Política de contas de paródias, feed de notícias, comentários e fã-clubes (a "política").** Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/parody-account-policy>. Acesso em: 19 abr. 2021.

Identidade e diferença: a perspectivas dos estudos culturais / Tomaz Tadeu Silva (org). Stuart Hall, Kathryn Woodward. 15. Ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

KENEDY, Eduardo. Gerativismo. In: MARTELOTTA, Mário (Org.) **Manual de Linguística**. São Paulo: Contexto, p. 127-140, 2008.

LOPES, Luiz Paulo da Moita. **Identidades fragmentadas: a construção discursiva de raça, gênero e sexualidade em sala de aula.** Campinas. SP: Mercado das Letras. 2002.

MARCUSCHI. ***Anáfora Indireta: O barco textual e suas âncoras***. In: Revista Letras, Curitiba, n. 56, p.217-258, jul/dez. 2001. Editora da UFPR.

MONDADA, L.; DUBOIS, D. **Construção de objetos de discurso e categorização: uma abordagem dos processos de referenciação**. In: CAVALCANTE, M. M.; BIASI-RODRIGUES, B.; CIULLA, A (Orgs.). Referenciação. São Paulo: Contexto, 2003.

PALADINO, E. **O adolescente e o conflito de gerações na sociedade contemporânea**. 1. ed. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005.

PAVEAU, M.-A. L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques, Paris, Hermann, 2017. Tradução brasileira. Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas. Campinas: Pontes Editores b (no prelo para a publicação em 2021).

RANGEL; Ana Paula, TORMAN; Ronalisa, FOCESI; Luciane Varisco. **Adolescência: Construindo uma identidade.** Revista Conhecimento Online. Vol. 1. 2012.

Sociolinguística Interacional: perspectivas inspiradoras e desdobramentos contemporâneos. Rio de Janeiro: Mórula. 38-78. N. 23 de outubro - Encontro virtual, 2020.

SPOLSKY, Bernard. **Para uma Teoria de Políticas Linguísticas**. Revel, vol. 14, n. 26, 2016. Tradução de Paloma Petry. Revisão técnica de Pedro M. Garcez. [www.revel.inf.br].

VARGAS, J.S**. "É a nossa língua né?": Um estudo das narrativas sobre aprendizagem de língua portuguesa por descendentes de Imigrantes Alemães no interior do Rio Grande do Sul**. *In*: VARGAS, J.S. 2020. Trabalho

de Conclusão de Curso (Monografia) Curso de Letras - Inglês – Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. São Leopoldo. 2020.

VILLAÇA KOCH, Ingedore G**. Linguagem e cognição: a construção e reconstrução de objetos-de-discurso**. Juiz de Fora. Revista de Estudos Linguísticos, 2002.