

O ATO DA LINGUAGEM E AS REDES SOCIAIS: DO EU-COMUNICANTE AO EU-IDEALIZADO

Aline Raquel Konrath¹, Kári Lúcia Forneck²

Resumo: Este estudo tem como fundamento teórico o conceito de ato da linguagem proposto por Charaudeau (2010), para especificar como as relações interpessoais ocorrem nas redes sociais, numa perspectiva enunciativa. Com o avanço dos meios de comunicação tecnológicos, percebemos que essas linguagens vão adquirindo novas dimensões que, ao serem problematizadas, permitem compreender, também, novas concepções dos atores sociais. Assim, com o objetivo de utilizar o estudo das linguagens para compreender como os sujeitos do discurso articulam a fala nas redes sociais, que vêm se proliferando mundialmente, neste artigo realiza-se um estudo empírico de como o “eu” vem projetando a sua própria imagem social, idealizada e personificada pelo “outro” à luz da teoria de Charaudeau (2010).

Palavras-chave: Ato da linguagem. Enunciação. Redes sociais. Imagem social.

1 INTRODUÇÃO³

A Linguística é a ciência que estuda os fatos da linguagem, que, por sua vez, é inseparável do homem, pois ensina a sua própria definição (BENVENISTE, 1995). No âmbito da Linguística, os estudos pragmáticos auxiliam a entender como os sujeitos da fala “podem compreender mais do que as expressões significam e por que um falante prefere dizer alguma coisa de maneira indireta e não de maneira direta” (FIORIN, 2012, p. 168).

Essa situação também é percebida nas relações virtuais, as quais têm se tornado cada vez mais presentes no dia a dia dos indivíduos, que passam a preferi-la devido às vantagens, como rapidez e facilidade, que as redes sociais oferecem.

Tendo em vista o incremento das redes sociais e considerando que o homem se constitui pela linguagem também nesse meio, o presente estudo pretende analisar como as relações entre os sujeitos do discurso – “Eu” e “Tu” - ocorrem nas redes sociais numa perspectiva enunciativa.

Para Fiorin (2012, p. 168), “enunciado é uma frase a que se acrescentam as informações retiradas da situação em que é enunciada, em que é produzida”. Logo, compreende-se que o enunciado vai além daquilo que realmente é dito. Ele considera também o que está implícito na frase e pode variar de acordo com o seu contexto e, também, de acordo com o que o sujeito receptor (Tu) realmente conhece sobre o sujeito emissor (Eu).

Nesse contexto, considerando a proliferação das redes sociais, neste artigo pretende-se explicar e fundamentar, de maneira descritiva e explanatória, como se dá o ato da linguagem no contexto virtual, a partir da perspectiva teórica de Charaudeau (2010), que desde os meados de 1980 estuda como se dão os contextos enunciativos.

1 Acadêmica do Curso de Letras do Centro Universitário UNIVATES. aline-konrath@hotmail.com.

2 Professora do Centro Universitário UNIVATES, mestre em Linguística Aplicada. klforneck@uol.com.br

3 Agradecimento especial a Leandro Oliveira Rocha, por suas contribuições na realização deste estudo.

Assim, apoiado na teoria de Charaudeau (2010), este artigo foi dividido em cinco partes: na Introdução é apresentada a justificativa deste estudo: analisar como o homem se configura no contexto das redes sociais; na segunda é apresentada a abordagem enunciativa de Charaudeau (2010) para os atos de linguagem; na terceira, é problematizada a disseminação da virtualização das relações interpessoais e, conseqüentemente, do ato da linguagem; na quarta, é analisado como ocorrem as relações entre os sujeitos do discurso no contexto virtual à luz da Teoria Semiolinguística de Charaudeau (2010); por fim, na quinta parte são apresentadas considerações de como o ato da linguagem pode explicar de que forma o Eu pode articular a sua fala no contexto virtual a fim de que o outro (Tu) construa uma imagem personificada dele que ele não pode ter no mundo real.

2 O ATO DA LINGUAGEM COMO ENCENAÇÃO

Sendo a fala natural ao homem, subentende-se a necessidade da existência de um outro com quem articulá-la. Assim, o homem utiliza-se do ato de linguagem para expressar suas considerações e julgamentos e, conseqüentemente, o seu retrato moral, pois “todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu autorretrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si” (AMOSSY, 2005, p. 9).

De acordo com Amossy (2005), a imagem do indivíduo que fala é concretizada pelo outro, ou seja, o Tu, a quem compete compreender os implícitos presentes na fala do indivíduo a fim de caracterizá-lo. Nessa perspectiva, Charaudeau (2010) vem contribuindo já há décadas para o processo de comunicação, uma vez que defende que o ato da linguagem vai além de um simples processo de envio de mensagem de um emissor para um receptor. De acordo com Charaudeau (2010), os sujeitos do discurso participam de um processo de produção ou de interpretação, que vai depender “dos saberes supostos que circulam entre os protagonistas da linguagem” (CHARAUDEAU, 2010, p. 44).

Considera Charaudeau (2010) que, em um ato de linguagem, há um Eu, que é o sujeito produtor da linguagem, e um Tu, que é o sujeito interlocutor. No entanto, o Tu não é um simples receptor da mensagem, pois ele constrói uma interpretação da mensagem que pode não ser a interpretação que o Eu enunciador da linguagem tentou transmitir.

Desse modo, Charaudeau (2010) considera dois Tus: o Tu destinatário (TUD), e o Tu interpretante (TUI). O TUD é considerado o destinatário ideal pelo EU interlocutor, enquanto que o TUI escapa do domínio do Eu, interpretando a mensagem de acordo com a intencionalidade do Eu, ou não (CHARAUDEAU, 2010).

Uma vez que o TUI pode não compreender corretamente a intenção comunicativa do EU, ele cria uma imagem desse Eu denominado EU enunciador (EUE), que é diferente do eu produtor da fala, designado Eu-comunicante (EUC).

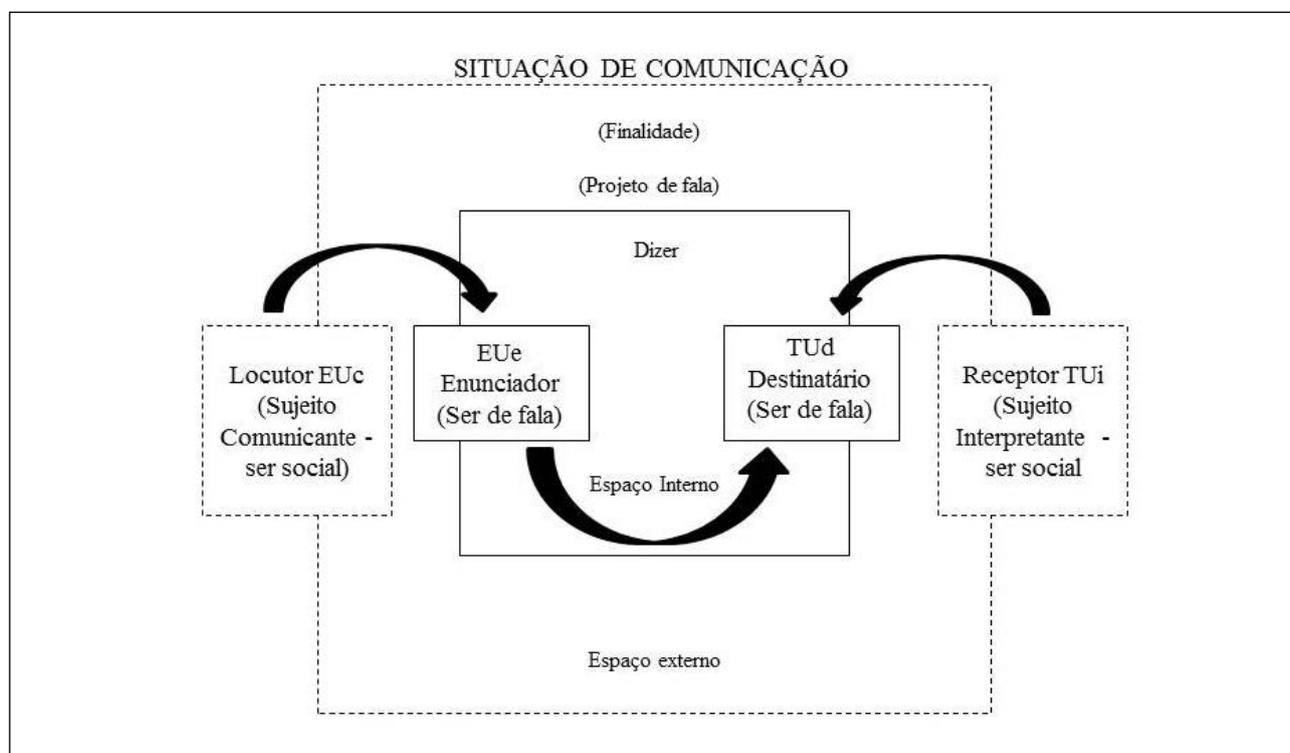
Portanto, segundo Charaudeau:

O ato da linguagem deve ser visto como um encontro dialético entre dois processos:
- processo de Produção, criado por um EU e dirigido a um TU-destinatário.
- processo de Interpretação, criado por um TU'- interpretante, que constrói uma imagem EU' do locutor (CHARAUDEAU, 2010, p. 44).

Ainda de acordo com Charaudeau (2010), o ato da linguagem nasce de circunstâncias de discurso específicas, se realiza no ponto de encontro entre os processos de produção e interpretação e é efetivado por dois sujeitos, cada um desdobrado em sujeito de fala e agente.

Logo, o ato de linguagem é composto por quatro sujeitos: EUC, EUE, TUD e TUI em dois universos de discurso distintos, o que pode ser representado pelo esquema abaixo.

Figura 1 - Ato de linguagem



Fonte: Charaudeau (2010, p. 52).

Vimos nessa seção como se configura o ato da linguagem na perspectiva de Charaudeau (2010). Na próxima seção, será abordado como a teoria enunciativa sugerida por Charaudeau (2010) pode ser utilizada para fundamentar como ocorre o ato da linguagem no mundo virtual, e como o Eu, sujeito emissor da fala, pode articular a sua fala a fim de que o outro – Tu – construa uma imagem sua projetada que não pode ter no mundo real.

3 AS REDES SOCIAIS E AS “IMAGENS” PROJETADAS

O ato de linguagem, devido aos avanços tecnológicos e a uma rotina tumultuada, tem-se tornado cada vez mais virtual, uma vez que as redes sociais facilitam e agilizam a comunicação entre as pessoas. Explicam Azevedo, Souza e Istoe (2012, p. 3):

O desenvolvimento tecnológico vivido nos últimos anos, principalmente no final do século XX, tendo como catalisador a Globalização, possibilitou as enormes mudanças nas concepções de comunicação e formação de subjetividade. Entretanto, essa alteração da subjetividade, seja como causa ou consequência, modifica e transforma a estrutura social e suas relações de poder, além de possibilitar o surgimento de uma nova cultura baseada na informação.

A cultura da informação, originada pelo fenômeno da globalização que exige dinamismo e resultados instantâneos, busca estreitar o processo de comunicação entre os sujeitos da linguagem, o que ocorre por meio do uso das ferramentas tecnológicas.

Essa cultura já ultrapassou os limites de seu uso profissional, uma vez que, cada vez mais, a sua geração utiliza a tecnologia da informação como mecanismo de relacionamento interpessoal.

De acordo com Azevedo, Souza e Istoe (2012), a geração da informação se fortifica pelo culto às redes sociais e vem influenciando direta e indiretamente os costumes e os hábitos das mais diversas populações e classes sociais.

Nesse contexto, as redes sociais, além de ferramenta de mecanismo interpessoal, passam também a ser um instrumento por meio do qual o indivíduo forma a sua identidade. De acordo com Castells (1999, p. 41), “cada vez mais, as pessoas organizam seu significado não em torno do que fazem, mas com base no que elas são ou acreditam que são”. Essa concepção é fruto de uma sociedade que, conforme Castells (1999), atualmente, é caracterizada por movimentos e expressões culturais passageiras, logo, a identidade é vista como uma das poucas fontes de significado.

Considerando a atual relevância dada à formação de uma identidade pautada naquilo que sugere como ideal na sociedade e tendo em vista a proliferação das relações virtuais, compreende-se que a Teoria Semiolinguística de Charaudeau (2010) pode fundamentar como o indivíduo busca a personificação de sua imagem por meio da criação de uma identidade virtual - que só pode ter em um ambiente subjetivo como as redes sociais - que deseja ter perante os outros, mas que não lhe pertence em um mundo real.

Justifica-se a escolha de uma teoria enunciativa para compreender como ocorrem as relações virtuais e a formação de imagens projetadas dos indivíduos, uma vez que considera-se que o homem se define através da linguagem (BENVENISTE, 1995). Portanto, a formação da identidade sugerida por Castells, em um contexto virtual, estaria diretamente ligada ao ato da linguagem, nesse estudo à teoria de Charaudeau (2010), uma vez que ela pode ser utilizada para compreender como agem os sujeitos da fala – Eu e Tu - no ambiente virtual e como o usuário das redes sociais procura na internet a satisfação de poder ser quem ou como quiser.

Assim, com base na teoria de Charaudeau (2010), o EUC, nesse processo, é representado pelo sujeito que se utiliza das redes sociais para projetar uma imagem que por ele mesmo pode ser criada.

Contudo, é necessário enfatizar que é o TUi quem personifica a suposta imagem do EUC, influenciado por uma sociedade de relações transitórias (CASTELLS, 1999) e potencializado pelas redes sociais. De um lado, o TUi possibilitaria promover uma imagem social desejada pelo EUC e, de outro, funcionaria “como um grande grupo que exerce influência sobre os comportamentos dos componentes e subjuga a identidade individual” (AZEVEDO; SOUZA; ISTOE, 2012, p. 5) .

Por fim, vale lembrar que, na cultura da informação, o processo de comunicação entre os sujeitos deve considerar fatores como velocidade, quantidade de informações, acessibilidade e interatividade, em que o sujeito sai de uma figura passiva de receptor e passa a ser emissor-receptor.

Como emissor-receptor, o sujeito assume simultaneamente o papel de EUC e TUi, articulando nas redes sociais com o intuito de construir perante o outro uma imagem que espera que esse outro tenha dele. Esse processo subjuga a verdadeira noção de real nas redes sociais.

Nesse contexto, a perspectiva teórica de Charaudeau (2010) é utilizada pelo indivíduo para idealizar a sua própria imagem nas redes sociais, que é baseada em padrões impostos pela sociedade.

4 A IDEALIZAÇÃO DO EUC POR MEIO DAS REDES SOCIAIS

Retomando o objetivo deste artigo – verificar como o ato da linguagem contribui para interpretar a relação entre o “Eu” e o “Tu” nas redes sociais –, defende-se que o EUC se utiliza das redes sociais para promover uma autoimagem social pautada pela própria representação de poder expressa pelas redes sociais. Essa imagem, por sua vez, pode, ou não, ser personificada pelo TUi. Isso porque “de uma maneira geral, todo ato de linguagem envolve *n* estratégias para o EUC e muitas possibilidades interpretativas para o TUi” (CHARAUDEAU, 2010, p. 51).

Mesmo sabendo que o EUC, bem como o TUi, são sujeitos agentes localizados na esfera externa do ato de linguagem, e que o “real”, testemunhado pelo EUC, depende do conhecimento que o TUi tem sobre esse “real”, destaca-se que o EUC é o iniciador responsável pelo ato de produção cuja relação EUC-EUE produz um certo efeito pragmático sobre o Interpretante (CHARAUDEAU, 2010).

Esse efeito pragmático utiliza como parâmetro a “realidade” em comum do EUC e do TUi. Por exemplo: um certo cantor romântico de muito sucesso pode ter a sua carreira arruinada por trair a sua mulher. Nesse contexto, as fãs (TUi) que, até então, tinham o cantor como ídolo, homem fiel e romântico (EUE), passam a repudiá-lo ao se deparar com o cantor infiel (EUC). Ou seja, até a traição ser descoberta, o TUi só conhecia o EUE e ignorava quem de fato é EUC.

Logo, nas relações virtuais, esse efeito pragmático é utilizado a favor do EUC, uma vez que, em muitos casos, o TUi não conhece a sua realidade.

Voltemos ao contexto das redes sociais. Nesse sentido, o EUC, sabendo que é o TUi quem personifica o EUE, com o objetivo de adquirir *status* social, ou seja, ascender socialmente, constrói um perfil pessoal pautado na forma que pretende dar a si mesmo e a divulga nas redes sociais a fim de que o TUi personifique a sua imagem social idealizada – que definiremos como o “eu-idealizado” (EUi).

O EUi, nessa relação, é visto como o produto final intencionado pelo EUC, que garantiria uma posição de destaque, cujo resultado seria as vantagens que essa tal posição oportuniza, em um mundo em que há uma supervalorização de imagens e *status*. De acordo com Charaudeau (2010, p. 49):

EUE é apenas uma máscara de discurso usada por EUC. É por isso que EUC, consciente desse estado de fato, pode jogar, com finalidades estratégicas, tanto o jogo da transparência entre EUE e EUC quanto o da ocultação do EUC por EUE.

Quanto às redes sociais, elas teriam fator decisivo na promoção do EUi, devido a três fatores primordiais: a possibilidade de escolha e de omissão de determinadas informações para serem postadas no perfil; a alta velocidade de propagação dessas informações; e o impacto em massa por meio dos incontáveis acessos em nível global.

Explicam Azevedo, Souza e Istoe (2012, p. 8):

E é exatamente sobre esse processo de comunicação que a mídia e, mais especificamente, as Redes Sociais e a internet, de um modo geral, têm mais impacto que qualquer outra instância. A verdade posta nas Redes é aceita de forma crua, sem preocupação de análise ou senso crítico, pois as massas apenas a absorvem simplesmente porque o grupo afiançou.

Enfatiza-se que o sujeito passa a preferir as relações virtuais, uma vez que atribui às redes sociais a possibilidade de estar inserido na sociedade, por meio de uma imagem que no mundo real não pode ter. Essa tal imagem é idealizada a partir da linguagem. Nessa perspectiva, com base na teoria de Charaudeau (2010), acredita-se que o indivíduo usuário das redes sociais assume a posição de EUC, articulando suas palavras a fim de que seus amigos da rede – como TUi – personifiquem a imagem de um EUE idealizado pelo EUC.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos autores lidos para a produção deste artigo, compreende-se que a globalização traz inúmeras vantagens à população no que diz respeito à velocidade, à acessibilidade, à quantidade

e à interatividade com que as informações são recebidas. No entanto, percebe-se que o mundo globalizado exige de sua geração o acompanhamento de seu ritmo acelerado.

Na sociedade contemporânea, mudanças ocorrem quase que instantaneamente e cabe ao indivíduo procurar mecanismos que agilizem e facilitem o seu dia a dia, a fim de que não seja considerado um desatualizado.

Nesse contexto, as relações interpessoais tornam-se cada vez mais virtuais, motivadas pela rapidez com que um indivíduo pode se comunicar com o outro sem se locomover; pela valorização à economia de tempo e, principalmente, pela criação de estereótipos difundidos pela globalização e a possibilidade de representação desse padrão imposto pela sociedade nas redes sociais.

Daí a importância da perspectiva teórica de Charaudeau (2010) neste trabalho, referida como o ato da linguagem como encenação para explicar e para fundamentar, de maneira descritiva e explanatória, como as relações entre os sujeitos do discurso ocorrem nas redes sociais numa perspectiva enunciativa, como possibilidade de compreensão das relações humanas na sociedade contemporânea.

Considera-se que o sujeito passaria a preferir o mundo virtual, onde, por meio do ato da linguagem, ele poderá articular seu discurso para que os outros construam uma imagem sua idealizada.

Muito se tem discutido acerca da validade e da utilidade das redes sociais como ferramentas de interação humana, em diferentes áreas do conhecimento. A geração da informação busca praticidade nas relações e consegue isso por meio de mecanismos virtuais. Logo, muitas situações comunicativas que antes ocorriam pessoalmente pelos sujeitos do discurso foram substituídas por situações comunicativas virtuais.

Cabe destacar que não é pretensão deste estudo generalizar as ferramentas de relacionamento interpessoal, como as redes sociais, como simples instrumentos de personificação da imagem e de realidades distorcidas, tampouco sugerir que elas não devam ser utilizadas.

Pretende-se mostrar que os estudos enunciativos podem contribuir, de forma crítica, para explicar de que maneira ocorre a enunciação entre os agentes do discurso em um contexto virtual, que é mais suscetível a interpretações irrealistas dos enunciados. Conforme explica Fiorin (2012), nas interações humanas, a maioria das coisas que são ditas vão além da literalidade da frase. Portanto, o indivíduo deve, sim, valer-se das ferramentas virtuais tendo em vista as suas inúmeras vantagens, mas ciente de que as informações ali postadas podem ser, ou não, verdadeiras.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica do *ethos* à análise do discurso. In: _____. **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo: Contexto, 2005. Disponível em: <<http://lojahaggai.com.br/images/sumario/50906.pdf>>. Acesso em: 02 dez. 2012.

AZEVEDO, Jefferson Cabral; SOUZA, Carlos Henrique Medeiros; ISTOIE, Rosalle Santos. A coisificação do "eu" e a personificação da "coisa" nas redes sociais: Verdades e mentiras na formação das estruturas de identidades. **Revista Texto Livre: Linguagem e Tecnologia**. Belo Horizonte. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/textolivres/article/view/1810>>. Acesso em: 02 dez. 2012.

BENVENISTE, Émile. A subjetividade na linguagem. In: _____. **Problemas de Linguística Geral I**. Campinas: Pontes, 1995.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura**. v. 1. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. O ato de linguagem como encenação. In: _____. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2010.

FIORIN, José Luiz. A linguagem em uso. In: _____. **Introdução à Linguística**. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2012. p. 165-186.