

GÊNERO OU SUPORTE? O ENTRELAÇAMENTO DE GÊNEROS NO *TWITTER*

Ernani Cesar Freitas*

Pedro Afonso Barth**

Resumo: O presente estudo pretende analisar o *Twitter* com o intuito de investigar os gêneros que são mobilizados por seus usuários. O *Twitter* é uma mescla de rede social e *microblogging* e, aparentemente, os tweets são constituídos por resquícios de diversos gêneros como notícia, bilhete, propaganda, citação, que foram modificados para atender as necessidades de comunicação encontradas na rede social. O objetivo do trabalho é verificar se os textos produzidos podem ser considerados um novo gênero, ou os *tweets* seriam apenas um suporte para a veiculação de gêneros já existentes. O referencial teórico deste estudo está ancorado em Bakhtin (2003), Bazerman (2007), Marcuschi (2008) e Xavier (2011). A pesquisa desenvolvida é descritiva, bibliográfica, com abordagem qualitativa. A partir da análise de *tweets* coletados no dia 22 de fevereiro de 2014, chegou-se à conclusão de que, por mobilizar características do mais variados gêneros e por passar por uma adequação de estilo e de formato, podemos considerar o *tweet* como um gênero híbrido que circula no suporte de comunicação *Twitter*.

Palavras-Chave: Gênero. *Twitter*. Suporte. *Tweet*.

Abstract: This study analyzes the *Twitter* in order to investigate the genres that are mobilized by its users. *Twitter* is a mixture of social networking and microblogging and, apparently, tweets made up of bits of several genres like news story, leaflet, advertising, citation, which were modified to suit the needs of communication found in social networking. The objective of this work is to verify whether the texts produced can be considered a new genre, or whether the tweets would be a support for the placement of existing genres. Bakhtin (2003), Bazerman (2007) Marcuschi (2008) and Xavier (2011) are the principal theoretical referents of this study. The developed research is descriptive, bibliographic with a qualitative approach. From the analysis of tweets collected on February 22, 2014, we came to the conclusion that, by mobilizing the various features and genres, and by going through a style and format adaptation, we can consider the tweet a hybrid genre that is published on *Twitter* communication.

Keywords: Genre. *Twitter*. Support. *Tweet*.

Introdução

O presente artigo elege o *Twitter* como objeto de estudo. No *Twitter*, cada usuário pode fazer uso de apenas cento e quarenta caracteres (tamanho médio de uma mensagem de celular) para expressar opiniões, interagir com outros usuários, comentar uma notícia ou

* Doutor em Letras (PUCRS) com pós-doutorados em Linguística aplicada e estudos da linguagem (PUC-SP/LAEL); Professor do PPG em letras da Universidade de Passo Fundo (UPF). Passo Fundo, Brasil, ecesar@upf.br

** Mestrando do PPG de letras da Universidade de Passo Fundo (UPF) na linha Leitura e Formação do leitor. Bolsista FAPERGS/CAPES, Passo Fundo, Brasil, pedroabarth@hotmail.com

expressar o que quiser. É o chamado *tweet* ou tuíte. Os *tweets*, aparentemente, são constituídos por características de diversos gêneros como notícia, conversa informal, bilhete, citação etc., que foram modificados para atender às necessidades de comunicação encontradas na rede social. Além disso, o texto do *Twitter* mobiliza imagens, símbolos e *links*.

A presente pesquisa justifica-se devido à pertinência da discussão sobre os gêneros digitais, que, nos últimos anos, vêm conquistando espaço nas mais diversas esferas sociais. No caso do *Twitter*, é inegável a importância – inclusive política - que a rede social galgou nos últimos anos. O *Twitter* deixou de ser apenas uma rede social de interação, para ser uma plataforma de influências, pois marcas, políticos e celebridades utilizam o site com o intuito de interagir e influenciar seus interlocutores.

Procuramos investigar, neste trabalho, o seguinte problema de pesquisa: os textos veiculados e produzidos no *Twitter* caracterizam um novo gênero discursivo? Ou o *tweet* é um gênero? Partimos da hipótese de que, apesar de apresentarem algumas características de um suporte, os textos produzidos no *Twitter* têm uma composição, um conteúdo temático e um estilo próprios e, dessa maneira, configuram um gênero digital híbrido diferenciado, cuja característica principal é a de possibilitar novos formatos de comunicação em um suporte específico, que congrega discursos de usuários de diferentes estratos sociais e profissionais.

O objetivo que norteia a pesquisa é o de compreender o funcionamento social do gênero – ou dos gêneros - na rede social *Twitter*. A metodologia que permeou este estudo se dá por meio de uma pesquisa descritiva, bibliográfica com abordagem qualitativa. O *corpus* principal da pesquisa constituiu-se pela seleção de alguns *tweets* de alguns usuários do site *Twitter*.

Este artigo está dividido em três partes. Na primeira, descrevemos brevemente o funcionamento do *site Twitter*. Na segunda, recorreremos a Bakhtin (2003), Marcuschi (2008), Bazerman (2007) e Xavier (2011) para conceituar o que são gênero textuais e discursivos¹. Nessa seção, também, discorreremos sobre os gêneros que eclodiram no meio digital e traçaremos as diferenças entre os conceitos de suporte e gênero. Finalmente, na última parte, faremos a análise de *tweets*.

Twitter: o pássaro azul que conquistou o mundo

¹ Nesse trabalho, o conceito de gênero do discurso de Bakhtin é posto ao lado do conceito de gênero textual, adotado por Marcuschi (2008). Não é o nosso objetivo fazer um aprofundamento teórico acerca das diferenças teórico-metodológicas entre as nomenclaturas, portanto, neste artigo, ao tratar de gênero, utilizamos o termo gênero textual-discursivo.

Na presente seção, procuramos caracterizar o funcionamento do *Twitter*. O *Twitter* é um *site* que permite postagens de no máximo 140 caracteres. Também chamado de *microblogging*², conquistou milhões de adeptos do mundo inteiro e grande popularidade e é também considerado um dos “gêneros emergentes” no contexto digital (MARCUSHI, 2008). Um *microblogging* é uma ferramenta que permite atualizações rápidas e curtas e, se possível, a partir de uma multiplicidade de suportes diferentes. Pode-se atualizar o *Twitter* tanto pelo *site* na *web*, como por aplicativos no celular. Dessa maneira, a rede incorporou características de dois gêneros anteriores: *blog* e mensagens de texto veiculado no celular – SMS - *short message service* ou serviço de mensagem curta. Apesar de mais antigos, também são gêneros digitais com características próprias. Assim como em um *blog*, no *Twitter* é possível compartilhar impressões pessoais. Porém, a limitação de caracteres e a velocidade de envio de uma mensagem instantânea aproximam os *tweets* da configuração de um SMS.

O *Twitter* é comumente considerado uma rede social, como o *facebook*, já que ambos são *sites* utilizados para diversos objetivos comunicativos de usuários e também como suporte para a circulação de diversos gêneros. Segundo Cardozo (2009), é controverso definir o *Twitter* como uma rede social, pois seu objetivo não é o de servir como uma ferramenta de comunicação. O *Twitter* é um lugar de autopublicação, em que pessoas colocam *links*, falam de seus projetos, divulgam notícias. Não existem regras definidas, há usuários que falam sobre sua vida, sobre suas preferências e postam *links*; alguns divulgam produtos, outros encontram outras utilidades. Mesmo assim, o presente trabalho considera *Twitter* como uma rede social por ter a característica de conectar pessoas, apesar de entender que não é esta sua característica mais proeminente.

Os usuários dispõem de alguns recursos que os auxiliam na interação com outros usuários, que os seguem ou não em seu perfil. A rede de um usuário inscrito no *site Twitter* é composta por dois grupos: *follower* e *following*, que, na versão do *site* em português, correspondem respectivamente a *seguidores* e *seguindo*. O primeiro grupo é composto pelos perfis que seguem determinado usuário, e o segundo grupo corresponde aos usuários que são seguidos pelo usuário. Cada usuário escolhe quem seguir, e não é necessário integrar em sua rede aquele que seguir. Um dos recursos existentes no *site* é o *retweet*, também denominado como RT. O recurso possibilita a ação de reproduzir o *tweet* de outro usuário, isto é, de publicar a mensagem de outro membro sem alterá-la. Outra forma de realizar essa ação é

² *Microblogging* é uma forma de publicação de blog que permite aos usuários que façam atualizações breves de texto (geralmente com menos de duzentos caracteres).

escrever a sigla RT seguida de @ e do nome de usuário do autor do *tweet* antes de colar o texto da mensagem e, então, submetê-lo como um *tweet* comum. (BARROS; COSTA, 2013).

A rapidez com que a interação ocorre no Twitter, a curta extensão formal dos *tweets* e a rapidez com que as mensagens são comentadas – por meio do recurso responder – ou republicadas – por meio do recurso *retweetar* – por outros usuários são fortes indícios de que no *Twitter* são produzidos textos cujo consumo é imediato. Diferente de redes sociais, como *facebook* e a maioria dos *blogs* em que as publicações têm maior “vida útil”, no *Twitter*, o tempo imediato é fundamental para a interação entre usuários. Desse modo, o tempo da enunciação parece ser compartilhado entre os interlocutores que fazem uso do *site*.

As postagens no *Twitter* podem ser de diferentes naturezas, de acordo com os propósitos comunicativos. Dessa maneira, há usuários comuns que conversam entre si, reproduzindo um bate-papo informal, bem como há usuários que representam instituições e empregam uma linguagem mais formal e culta. Também há perfis de notícias que publicam manchetes e informações. Ou seja, vários gêneros parecem conversar e convergir na rede social, tornando impreciso definir o texto produzido no *Twitter* como um gênero textual-discursivo ou como um suporte para outros gêneros.

Porém, antes de apontarmos as diferenças entre gênero e suporte, convém conceituar gênero, e, por isso, na próxima seção, nos ancoraremos em Bakhtin (2003) para definirmos as principais características de um gênero.

De gêneros do discurso de Bakhtin à ascensão dos gêneros digitais: evolução do conceito de gênero

Na presente seção, nos reportaremos a Bakhtin (2003) para iniciar uma discussão sobre o conceito de gênero. Bakhtin (2003, p. 261) ressalta que “o emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais ou escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana”. Portanto, segundo o autor, somente nos comunicamos, falamos e escrevemos por meio de gêneros do discurso formados por enunciados que são reflexos das condições específicas de determinado campo de comunicação. Os enunciados com um formato “relativamente estável” e determinado sócio-historicamente resultariam em gêneros do discurso. Mas o que seria o “formato relativamente estável” de um enunciado? O autor russo pontua a existência de alguns elementos que estruturam os gêneros e os constituem. Seriam apenas três: conteúdo temático, estilo e

construção composicional. A construção composicional, também denominada composição, refere-se ao aspecto formal do gênero. Seria o elemento que rege o formato dos enunciados. O conteúdo temático refere-se às escolhas do autor e os seus propósitos comunicativos em relação à abordagem do assunto. Já o estilo diz respeito ao modo que o conteúdo é apresentado (formal, informal), traduzido no plano composicional do gênero por meio de recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua.

Os gêneros vão sofrendo modificações ao longo do tempo, de acordo com o momento histórico e social em que estão inseridos. Cada situação social origina um gênero, com suas características que lhe são peculiares. Dessa maneira, também é possível observar o entrelaçamento de vários gêneros. Ao pensarmos a infinidade de situações comunicativas e que cada uma delas só é possível graças à utilização da língua, podemos perceber que infinitos também serão os gêneros, como pontua Bakhtin (2003, p. 262): “a riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana”. Além disso, cada campo da atividade humana possui uma gama diversificada de gêneros que podem sofrer modificações conforme o desenvolvimento e a complexificação da atividade.

Brait e Pistori (2012) destacam que os atuais pesquisadores de gêneros textuais e discursivos precisam ter o cuidado metodológico de evitar que o conceito de gênero seja entendido como uma fórmula mágica, reduzida exclusivamente aos três elementos apontados por Bakhtin (2003): composição, conteúdo temático e estilo. Segundo as autoras, há uma banalização do conceito de gênero. Há o distorcido entendimento que apenas a “fórmula” daria conta da compreensão e ensino de gêneros e também da leitura e produção de textos. “O que se desconsidera [...] é que tanto os textos de forma geral, quanto o conceito de gênero produzido pelo pensamento bakhtiniano, são frutos de um contexto, de uma época” (BRAIT; PISTORI, 2012, p. 374). Consoante a essa questão, na obra *Problemas da poética de Dostoievski*, Bakhtin (2008, p.340) afirma que

ao nascer, um novo gênero nunca suprime nem substitui quaisquer gêneros já existentes. Qualquer gênero novo nada mais faz que completar os velhos, apenas amplia o círculo de gêneros já existentes. Ora, cada gênero tem seu campo predominante de existência em relação ao qual é insubstituível [...] Ao mesmo tempo, porém, cada novo gênero essencial e importante, uma vez surgido, influencia todo o círculo de gêneros velhos: o novo gênero torna os velhos, por assim dizer, mais conscientes, fã-os melhor conscientizar os seus recursos e limitações, ou seja, superar a sua ingenuidade (BAKHTIN, 2008, p. 340).

Tal reflexão pode ser tomada como um importante ponto de partida para a análise de novos gêneros, como o *blog*, o *e-mail*, e os *chats*, pois permite que o novo gênero, além de ser analisado, levando em conta a sua atualidade e inovação, possa ser confrontado com a tradição ligada a outros gêneros como correspondência e/ou diário íntimo e/ou público (BRAIT; PISTORI, 2012). Os novos gêneros analisados de forma isolada podem até ser entendidos a partir de sua estrutura, do seu suporte. Porém, somente analisados levando em conta o corpo da tradição a que pertencem, que a riqueza de sentidos será melhor percebida: “certamente dirão mais sobre os sujeitos que os utilizam e neles se constituem, sobre a sociedade atual e suas formas de enfrentar a vida” (BRAIT; PISTORI, 2012, p. 377).

Segundo Brait e Pistori (2012), considerar gênero enquanto enunciado em sua totalidade, com dupla orientação na realidade, significa que devemos entender a palavra como fato, como um feito histórico, que determina os gêneros. Além disso, é preciso compreender que cada gênero é capaz de somente dominar alguns aspectos da realidade. Esses aspectos seriam o tema de cada gênero. Assim, “[...] essa dimensão do gênero constitui-se com a ajuda de elementos semânticos da língua, pois é com a ajuda da língua que dominamos o tema, mas que este transcende a língua” (BRAIT; PISTORI, 2012, p. 384).

Bazerman (2007) define gêneros como sendo formas de comunicação reconhecíveis e autorreforçadoras de atos de fala. Tal conceito é ancorado na noção de que “cada texto se encontra encaixado em atividades sociais estruturadas e depende de textos anteriores que influenciam a atividade e organização social” (BAZERMAN, 2007, p. 22). Para o referido autor, cada texto bem sucedido criaria um fato social para seus leitores. Fato social consiste em uma ação social significativa realizada pela linguagem, definidos por Bazerman (2007) como atos de fala. E são os atos de fala que dão origem aos gêneros, pois são realizados por formas textuais padronizadas, relacionados a outros textos e gêneros que ocorrem em circunstâncias semelhantes.

Bazerman (2007), no entanto, aponta o perigo de ver os gêneros apenas como uma coleção de elementos característicos. Cada gênero é realmente estruturado por características comuns, porém eles tipificam muitas coisas além da forma textual, pois “são parte do modo como os seres humanos dão forma às atividades sociais” (BAZERMAN, 2007, p. 32). Por esta razão, analisar gêneros selecionando apenas características regulares que percebemos e descrever a razão de tais características, tendo por base o conhecimento de mundo, é absolutamente limitador.

O uso da internet e de redes sociais diversas criaram novas situações comunicativas e modificaram a forma que as pessoas lidam com a linguagem. Novos gêneros textuais e

discursivos passaram a existir, pois novas demandas sociais fazem-se presentes. Atualmente, há muitas possibilidades de interação e, graças a isso, surgiram, para os usuários, situações comunicativas inéditas que, por sua vez, geraram demandas de gêneros específicos para cada uma delas (XAVIER, 2006). A proliferação do hipertexto, o surgimento de redes sociais, entre outros fatores, pressionaram os usuários a usar a língua de certa forma e não mais de outra.

Novos gêneros discursivos e textuais nasceram (ou se modificaram) para atender à diversidade de demandas comunicativas que surgiram no novo suporte. Por exemplo, a presença de *links* que apontam para novos conteúdos nos textos virtuais, denominados como hipertexto. Lévy (1999, p. 33) define hipertexto como sendo um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser tanto palavras como páginas, imagens ou gráficos, bem como documentos complexos, sequências sonoras que podem ser eles mesmos hipertextos. Segundo Xavier (2006, p. 122), “a internet como um microcosmo virtual do mundo real reflete essa pluralidade de contextos comunicacionais” e, assim, oferece as condições sociotécnicas para a emergência de novos gêneros textuais e formas alternativas de utilização das convenções da escrita. Os novos gêneros, que emergem das tecnologias da informação e da comunicação criadas, misturam/hibridizam gêneros: fazem uma composição de características de certo gênero com a possibilidade técnica de efetivar uma determinada ação antes impossível. Um possível exemplo dessa relação de proximidade e transformação/adaptação de gêneros é a carta e o *e-mail*, o *chat* e a conversa, os *blogs* e diários.

Uma das principais características dos gêneros digitais apontadas por Marcuschi (2008) é a dinamicidade da interação *on-line*. Os gêneros textuais e discursivos já têm caráter evolutivo, porém esse processo se torna ainda mais acelerado na comunicação virtual que, ao contrário do suposto isolamento do indivíduo, permite uma interação bastante participativa e interligada. Além disso, há uma influência considerável nas relações com a oralidade e a escrita, pois a maioria das relações interpessoais em ambientes não virtuais são orais, enquanto que em um *chat* as relações são construídas pela escrita, porém com funcionalidades típicas da oralidade.

Uma discussão necessária é a diferenciação de gênero e suporte, principalmente, ao levarmos em conta que o suporte serve de modo de transporte, fixação e exibição do gênero. No meio digital, suporte e gênero podem ser confundidos. Apesar de ser consenso geral que todo gênero é vinculado a um suporte, a distinção entre os dois conceitos não é muito clara. Marcuschi (2008, p. 174-175) alerta que suporte não é algo neutro, e o gênero não fica indiferente a ele. O autor apresenta o seguinte comentário:

DEFINIÇÃO DE SUPORTE: *entendemos aqui como suporte de um gênero um locus físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto.* Pode-se dizer que suporte de um gênero é uma superfície física de formato específico que suporta, fixa e mostra um texto. Essa ideia comporta três aspectos:
a) suporte é um lugar (físico ou virtual);
b) suporte tem formato específico;
c) suporte serve para mostrar e fixar o texto.
(MARCUSCHI, 2008, p. 174-175, grifo do autor)

Ou seja, segundo Marcuschi (2008), suporte é sempre algo material - que pode estar no meio virtual -, e apresenta um formato específico - que pode ser um livro, um site, um jornal – visto que foi comunicativamente produzido para portar textos. Porém, há de se destacar que a distinção entre suporte gênero pode ser imprecisa, já que alguns suportes podem ser influenciados pelo gênero e vice-versa. Marcuschi exemplifica a questão com o caso do *Outdoor*, que já foi considerado um gênero, mas hoje é tido como um suporte para determinados gêneros, especialmente gêneros de um domínio discursivo ligado à publicidade, como anúncios, propagandas, convites e editais. Porém, um suporte tem limitações em relação aos gêneros que pode conter, por exemplo, seria inadequado a veiculação de uma receita médica em um *outdoor*.

Marcuschi (2008) divide os suportes em dois tipos: convencionais e incidentais. Os suportes convencionais são aqueles elaborados exclusivamente para portarem e fixarem textos como livros, jornais, revistas, entre outros. Já os suportes incidentais são aqueles eventuais, os quais servem de base para o texto apenas ocasionalmente, como roupas, corpo humano, muros etc. Marcuschi acrescenta que os gêneros digitais e a evolução da sociedade trouxeram consigo outro conceito, o serviço que seria um aparato específico que permite a realização ou veiculação de um gênero em algum suporte. O autor classifica como serviço – e não como gênero ou suporte - os sistemas de correios, os programas de e-mail, as malas diretas e as *home pages*. Um mesmo texto, pertencente a um mesmo gênero, pode ser veiculado por diferentes suportes. Por exemplo, uma notícia pode ser veiculada tanto em um jornal impresso, como em um site de notícias, ou então, ser veiculada em uma rede social. Marcuschi (2008) aponta para o fato de que um texto, ao ser transportado de um suporte para outro, não altera o entendimento da leitura do sujeito, mas apenas a sua relação com o texto.

Levando em conta o conceito de suporte, podemos pontuar que o *Twitter*, como site, pode ser considerado um suporte, pois ele é um *locus* virtual que serve para a materialização de textos de cento e quarenta caracteres: os *tweets*. No próximo tópico empreenderemos a

análise de alguns *tweets*, com o objetivo de chegar a uma conclusão: *tweets*, textos produzidos no *Twitter*, podem ser considerados um gênero?

Análise do estilo, composição e conteúdo temático de *tweets*

Nesta seção, empreenderemos a análise de *tweets*. O objetivo é analisar a construção de textos no *Twitter*, para identificar características comuns e compreender se o *tweet* é um suporte para os mais variados gêneros ou se configura um gênero digital. Foram selecionados cinco usuários da rede social. Para a seleção dos *tweets*, um dia aleatório foi escolhido, no caso, o dia 22 de fevereiro de 2014.

A escolha dos usuários teve estreita relação com os objetivos da pesquisa. Como temos o objetivo de compreender o funcionamento social dos gêneros mobilizados na construção de textos no *Twitter*, selecionamos usuários representativos de diferentes propósitos comunicativos em uma rede social. Desta maneira, pretende-se mostrar a influência de diversos gêneros no contexto textual-discursivo dos *tweets*, de acordo com as motivações comunicativas de cada usuário. Foram selecionados quatro usuários, @silviorogério, @UniversidadeUPF; @pontofrio e @dilmabr que são, respectivamente, um usuário comum, um perfil institucional, um usuário representante de uma marca que se preocupa com a venda e marketing de produtos e um perfil de humor.

A análise tem como referência a perspectiva bakhtiniana de gênero (BAKHTIN, 2003), além das contribuições de Bazerman (2007) e Marcuschi (2008). Ao mesmo tempo, Xavier (2006) e Marcuschi (2008) são importantes para ancorar a análise do *tweet* como gênero digital com características muito próprias. Na análise, o foco será a constituição dos *tweets*: uso de abreviações, presença de figuras de linguagem, a variante linguística que os usuários utilizam na própria formatação escolhida no *tweet* e, assim, serão descritos os procedimentos linguístico-discursivos utilizados pelos *twitteiros* para a composição de um texto com apenas cento e quarenta caracteres. Em suma, buscaremos um denominador comum entre os *tweets* para caracterizar o estilo, a composição e o conteúdo temático dos *tweets* como gênero híbrido.

As características analisadas partem do pressuposto bakhtiniano de que todo gênero corresponde a um enunciado que se estabiliza (BAKHTIN, 2003). É preciso ressaltar que o *Twitter* impõe algumas limitações na composição dos *tweets*, por exemplo, o fato de apenas

serem disponíveis cento e quarenta caracteres, as formas de *retweetar*, a configuração dos usuários em *followers* e *followings*.

Na Figura 1, temos o *tweet* de @silviorogério, um usuário comum, que não possui nenhuma vinculação com empresas, *sites* ou propagandas publicitárias. Podemos observar, no *tweet*, a abreviação (vc), o uso dos cento e quarenta caracteres, a coloquialidade (num), a ausência de pontuação, a clareza e concisão da mensagem. O usuário escreveu o *tweet* de forma funcional e esquemática, pois, de acordo com Xavier (2011), os usuários da internet precisam de agilidade do manuseio do teclado e, por isso, as abreviações tornam-se regras:



Figura 1 – Tweet de @Silviorogério

Percebe-se também que o usuário escreve para ser lido por outros usuários que estão familiarizados com as abreviações e com a linguagem virtual. Podemos afirmar isso por meio do termo “likes”. Usuários de redes sociais, como *Facebook* e *instagram*, *conhecerão o uso do termo “like”* como uma ferramenta cuja função seria a de indicar que as fotos postadas foram apreciadas. Talvez, fora do meio virtual, a frase tivesse de ser reelaborada para ser compreendida. Os *twitteiros* necessitam adequar-se ao fato de que têm a sua disposição apenas cento e quarenta caracteres, e, desta maneira, é preciso sintetizar ideias, usar uma linguagem precisa e objetiva, sem rebuscamento. Ou seja, os usuários do *Twitter* precisam manobrar o que é definido por Bakhtin (2003) como o formato relativamente estável do gênero.

Na Figura 2, observamos uma sequência de *tweets* da @UniversidadeUPF:

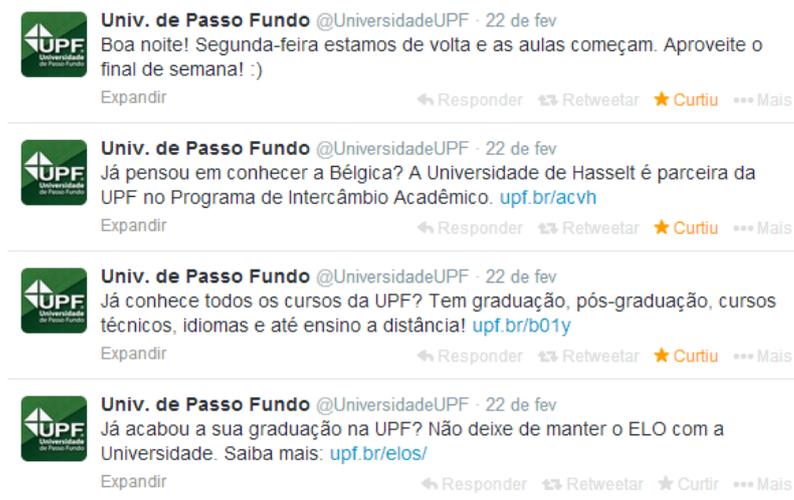


Figura 2 – Sequência de *Tweets* de @UniversidadeUPF

O usuário representa a Universidade de Passo Fundo e, portanto, estabelece interações muito diferentes das de um usuário comum. Verificamos nos *tweets* a ausência de abreviações, o predomínio da linguagem culta. Porém, os cento e quarenta caracteres limitam a extensão do texto, tornando a mensagem concisa. Entretanto, é possível observar que a imposição da limitação de espaço é transgredida com o uso de *links*, de hipertextos. No segundo *tweet*, o usuário fala em intercâmbio acadêmico e, obviamente, o espaço dos 140 caracteres impede que ele seja descrito. Por isso, o *tweet* traz em sua composição um *link* que direciona quem clicar para a página da Universidade Passo Fundo, que possui maiores informações sobre esse intercâmbio. Algo semelhante ocorre no terceiro *tweet*. O perfil @UniversidadeUPF faz uma pergunta retórica – Já conhece todos os cursos da UPF? – para, em seguida, direcionar os usuários até a página do site da Universidade, que possui as informações sobre todos os cursos.

Podemos afirmar que as perguntas que iniciam o segundo, o terceiro e o quarto *tweet* da Figura 2 são retóricas, pois, provavelmente, o objetivo de @UniversidadeUPF não tenha sido a interação de outros usuários, mas que o *link* contido no *tweet* seja clicado. Provavelmente, a maioria dos usuários do *Twitter* sabe que o objetivo é não estabelecer contatos informais, já que nenhum dos *tweets* da @UniversidadeUPF recebeu uma resposta. No quarto *tweet*, o termo ELO tem destaque. O termo está, provavelmente, em maiúsculo para identificar que se trata de um dos programas da Universidade de Passo fundo. Porém, os usuários do *Twitter* só saberão após clicar no *link*. Todos esses *links* podem ser considerados hipertextos, visto que, conforme Lévy (1999, p. 33), são um conjunto de nós ligados por

conexões. O usuário que clicar nos links não abandonará, necessariamente, o site *Twitter*. Provavelmente, abrirá outra janela de conteúdo de forma concomitante ao *microblogging*.

Partindo do pressuposto bakhtiniano de que todo gênero textual-discursivo é caracterizado por exercer uma função social específica, no concernente ao *Twitter*, a característica mais marcante não é a manutenção das relações sociais, mas o compartilhamento de informações e a instauração de efeitos de sentido de acordo com o projeto de dizer do usuário e o contexto sócio-histórico no qual ele se encontra. Sendo assim, a característica mais marcante do *Twitter* é mais próxima dos *blogs* do que do *Facebook*, mais *microblogging* do que rede social.

A partir dessa análise, torna-se possível concluir que o hipertexto e o uso de *links* também são características marcantes da estrutura composicional do gênero *tweet*. Podemos observar, na Figura 3, o uso de abreviações, de hipertextos e de concisão. O usuário é @pontoFrio e representa uma empresa que tem por objetivo divulgar e vender os seus produtos. O perfil oficial da empresa assume a identidade de um pinguim. Para atrair consumidores, o perfil tenta aproximar-se da linguagem de um usuário comum, coloquial, impregnada de traços de oralidade – *pros, correeeee, pra-*, ao mesmo tempo em que constrói uma identidade.



Figura 3 – *Tweets do Ponto Frio*

Na Figura 3, podemos perceber o uso de neologismos, como o da palavra *Píncriveis*, que seria a união de pinguim + incríveis. Essa seria uma estratégia de personalização do perfil do Ponto Frio para chamar a atenção dos usuários: para a empresa conseguir destaque não basta apenas a divulgação dos produtos, mas também um trato diferenciado da linguagem. Assim, observa-se a utilização de abreviações ou termos modificados como o *correeee*. É preciso pontuar que, para alcançar os seus objetivos de divulgação da marca e produtos, o espaço de cento e quarenta caracteres é restrito. Portanto, a utilização de *links*/hipertextos é necessária.

No primeiro *tweet*, podemos inferir que o produto anunciado é um fritadeira. No segundo *tweet*, verificamos o uso da expressão “aqui você também”. O “aqui”, certamente, faz referência ao site do Ponto Frio, representado pelo perfil do *Twitter*; O “você” refere-se aos usuários que seguem e leram o *tweet*. Já o “também” traz a ideia de que a maioria das pessoas não esperaria encontrar no Ponto Frio produtos automotivos.

Em ambos os *tweets*, podemos constatar a presença de termos que, de certa maneira, convidam os usuários a clicarem nos *links*. No primeiro, o já mencionado *correeeee* e, no segundo, *Vem conferir*. A ênfase ao ato de clicar no *link* pode indicar que o objetivo do perfil @pontofrio não é de buscar uma interação com os usuários, e sim que os *links* sejam clicados e seu *site* visitado. As abreviações e neologismos indicam que o perfil tenta aproximar-se ao máximo da linguagem empregada pelos usuários comuns. Provavelmente, tal recurso é empregado, porque os usuários comuns são o público alvo da empresa Ponto Frio.

Na sequência, usamos as Figuras 4, 5 e 6 para analisar mais detalhadamente o estilo e o conteúdo temático do gênero *tweet*. No dia 22 de fevereiro de 2014, o aplicativo para *smartphones*, o *whatsapp*³, parou de funcionar por algumas horas. O *Twitter* repercute intensamente as notícias e fatos de forma praticamente simultânea à sua ocorrência, e foi isso que aconteceu naquele momento. Grande parte dos usuários comentou ou manifestou-se ao mesmo tempo sobre a ausência de serviço do aplicativo. Porém, cada usuário comentou o fato de acordo com os objetivos que o seu perfil no site apresenta. Por exemplo, o usuário @silviorogério - Figura 4 - deu *retweet* em um *tweet* que fez uma paródia com a música *As quatro estações*, da dupla *Sandy & Junior*. Já o usuário @pontoFrio utilizou o fato para atrair a atenção para os seus produtos e, para isso, faz uso dos *links*, sendo que mais uma vez é possível perceber o uso da coloquialidade e abreviações.



Figura 4 – *Retweet* do usuário @silviorogério

³ *Whatsapp messenger* é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS.



Figura 5 – Tweets do @pontofrio sobre a queda do Whatsapp

Na Figura 4, observamos um enunciado que, provavelmente, visa fazer piada, extrair humor. O usuário elenca *sites* que “caem”, ou seja, os seus serviços são interrompidos por alguns momentos. Logo depois, introduz o termo amor, afirmando que ele não cai, pois é imortal. Essa sentença final apresenta uma intertextualidade com a canção *As quatro estações*, de *Sandy e Junior*. Na música, existe o seguinte verso: “No outono é sempre igual/ As folhas caem no quintal/ Só não cai o meu amor/Pois não tem jeito, não/É imortal”, em que há uma interessante relação intertextual utilizada com o intuito de provocar humor, e concomitantemente, o usuário do *Twitter* tece um comentário sobre o fato que estava acontecendo no momento da escrita do *tweet*. Podemos pontuar que o *tweet* não busca informar, nem vender produtos, nem é uma resposta a uma interação específica de algum usuário: é apenas uma tentativa de fazer rir por meio do contexto imediato dos demais usuários do site.

Conforme a Figura 5, verificamos que @pontofrio utiliza as mesmas estratégias já analisadas na Figura 3, clareza na linguagem e destaque para o *link*. Como o perfil busca uma aproximação com o usuário comum, poderíamos afirmar que ele utiliza o assunto que está em destaque no *Twitter* com o intuito de chamar a atenção para seus produtos. Assim, os *tweets* são construídos com duplos sentidos. O verbo cair, que, no caso do *Whatsapp*, significa a interrupção dos serviços, nos *tweets*, indica uma queda de preços em determinados produtos.

Para compreendermos a Figura 6, torna-se necessária uma pequena contextualização. O perfil @dilmabr ou Dilma Bolada é uma personagem virtual que faz uma paródia da presidenta Dilma. Por meio do humor, o perfil *fake*⁴ faz-se passar pela Presidenta, assumindo sua identidade e comentando as notícias a respeito de Dilma, para defender suas ideias e programas, mas sempre com um tom debochado e exagerado. Por essas razões, o perfil possuía no dia sete de abril de 2014 cerca de cento e oitenta e quatro mil seguidores, e é muito popular no site. Para entender e interpretar os *tweets* do usuário Dilma Bolada, o interlocutor

⁴ No *Twitter* são abundantes os perfis falsos de celebridades e personalidades. Alguns são feitos com intenções criminosas, sem a autorização das personalidades reais. Alguns são assumidamente *fakes* e têm o objetivo de produzir humor, parodiar ou até satirizar a personalidade alvo.

precisa entender a natureza *Fake* do perfil e reconhecer a paródia do perfil oficial da Presidenta da República, além de compreender a relação de intertextualidade que o perfil faz com partidos políticos rivais, no caso dos *tweets* analisados, o PSDB.

As características elencadas permitem que façamos uma conexão com o que é comentado por Marcuschi (2008), em relação aos gêneros textuais no contexto digital. Esse linguista explicita que os gêneros digitais oferecem possibilidades de rever alguns conceitos tradicionais a respeito de textualidade, além de mudar sensitivamente nossa relação com a oralidade e a escrita, o que nos obriga a repensá-la. No caso do *tweets* do perfil Dilma Bolada, é importante destacar que a linguagem empregada é muito próxima da oralidade. O contexto do *microblogging* permite afirmar que a personagem *fake* tenta uma aproximação com os usuários comuns, tenta tornar a figura da presidenta acessível, mais corpórea e real. Pela linguagem, Dilma Bolada reconstrói a figura real da presidente Dilma, dando-lhe uma nova personalidade, mais debochada, mais combativa, mais agressiva e, de certa forma, arrogante.

É possível perceber na Figura 9 o modo com que o perfil utilizou a notícia da queda do serviço do *whatsapp*, em benefício comunicativo próprio:



Figura 6 – Sequência de *tweets* da Dilma Bolada sobre a queda do *Whatsapp*

Os três *tweets* da Figura 6 tratam da queda do aplicativo *whatsapp*. No primeiro *tweet*, observamos o uso da palavra *ocêis*, provavelmente inspirado no fato de Dilma ser mineira. Também percebemos o uso da *hashtag* #PSDBnuncaMais. As *hashtags* assumem uma função anafórica no *Twitter*, pois remetem a situações ou informações externas. No caso do *tweet*, a referência direta que podemos identificar é aos anos que o Brasil foi governado pelo partido PSDB.

Dilma Bolada assume a personalidade de uma líder, chefe de estado e, talvez, por isso, o tom afirmativo de seus textos no *Twitter*. No segundo *tweet*, ela não se limita a comentar, mas fala algo que pode fazer para contornar a crise encadeada pela queda do aplicativo, que seria a criação de um aplicativo brasileiro com o nome de “Aplicativo O que” (tradução de *whatsapp*). Novamente, verificamos que o sentido dos dêiticos é negociado pelos enunciados (BARROS; COSTA, 2013), já que o pronome demonstrativo “esse” apenas tem sentido no contexto do *tweet*. O pronome remete ao aplicativo citado pela Dilma Bolada. No terceiro *tweet*, há a menção a outro aplicativo que tem uma função parecida com o *whatsapp*: *viber*. *Viber* seria uma alternativa a ser utilizada no caso da queda do *whatsapp*, mas que é sumariamente descartada pelo usuário @dilmabr por meio da expressão fática “Que inferno!”. Tal expressão, além de ser coloquial, é absolutamente inusitada ao imaginarmos que foi, supostamente, uma presidente que a proferiu.

Bakhtin (2003) define que o conteúdo temático diz respeito às escolhas do autor e os seus propósitos comunicativos em relação à abordagem do assunto. No *Twitter*, podemos observar que os propósitos comunicativos são muito diversificados. O perfil do usuário é determinante para o conteúdo temático dos *tweets*. Assim, um usuário comum pode tratar de uma gama ilimitada de assuntos. Porém, um usuário que representa uma entidade ou um usuário que representa uma empresa possui uma limitação temática. No caso do @pontofrio, é esperado que seus *tweets* tenham como principal objetivo a divulgação e venda de produtos e, para isso, pode fazer o uso de diferentes estratégias, como o humor. Porém, dificilmente comentará assuntos aleatórios que não possam ser vinculados a algum dos produtos e/ou à divulgação da marca. Em relação ao perfil @UniversidadeUPF, observamos que há uma limitação temática ainda maior. Como o perfil do *Twitter* representa uma entidade, seria inadequado utilizar uma linguagem coloquial e/ou discorrer sobre qualquer assunto. O @UniversidadeUPF apenas produz enunciados que possuem relação com notícias e informações da Universidade.

O estilo, como elemento constitutivo do gênero, é definido por Bakhtin (2003) como sendo o modo como o conteúdo é apresentado, ou em um formato formal, ou informal e como os recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua são manifestados no plano composicional. Na escrita de *tweets*, da mesma forma que o conteúdo temático, o estilo é determinado pelo usuário. O estilo pode ser marcado por escolhas muito pontuais como as do perfil Dilma Bolada, cujos *tweets* parodiam uma personagem real.

Após analisarmos as diferenças de estilo, conteúdo temático e composição dos *tweets*, podemos considerar o *tweet* como um gênero? Podemos, com total segurança, a partir dos

conceitos de Marcuschi (2008) caracterizar o *Twitter* como um suporte, pois ele é um suporte material – mesmo que virtual – que fixa os textos, os *tweets*. Porém, é necessário levar em conta que ele não fixa qualquer texto, é preciso que os enunciados façam parte de toda uma configuração específica como a situação comunicativa. Assim, mesmo que exista uma variação muito grande do estilo e dos temas dos *tweets*, podemos considerá-los, sim, como um gênero híbrido e não textos de diferentes gêneros sendo vinculados pelo mesmo suporte.

Na análise, verificamos que os *tweets* apresentam muitas diferenças em relação ao conteúdo temático e ao estilo. Porém, isso não descaracteriza o *tweet* como gênero. Isso porque, segundo Brait e Pistori (2012), os novos gêneros só podem ser analisados levando em conta a tradição a que pertencem e assim a riqueza de sentidos será percebida. No caso do gênero digital *tweet*, é imprescindível perceber como ele se apropria de outros gêneros que existem e circulam na sociedade. Bazerman (2007) apresenta uma visão convergente ao apontar razões plausíveis para evitar a análise de um gênero, tendo como ponto de partida único a análise de características comuns. O autor destaca que é preciso levar em conta que gêneros são flexíveis em qualquer instância, e qualquer característica apontada pode mudar com o passar do tempo.

Como vimos em Bakhtin (2003), quando nasce um novo gênero nunca suprime ou substitui qualquer gênero, e que qualquer gênero novo nada mais faz do que completar os velhos. Verificamos nos *tweets* analisados diversos gêneros textuais coexistindo, resignificando-se. Observamos que alguns gêneros foram sendo resignificados, como, por exemplo, o gênero publicitário nos *tweets* do @pontoFrio, o gênero conversa nos *tweets* do @silviorogério, o gênero piada/paródia nos *tweets* da Dilma Bolada e o gênero notícia/comunicado nos *tweets* do @UniversidadeUPF. A análise dos *tweets* deixa esse ponto muito claro: não são apenas os cento e quarenta caracteres disponíveis que farão que o usuário utilize o *Twitter* de determinada forma. Os fatores mais determinantes na sua escrita são o perfil do usuário e os seus propósitos comunicativos. Porém, é necessário ressaltar que não são apenas as características formais que definem um gênero e, sim, sua localização em um sistema de relações de gêneros.

Considerações finais

No presente artigo procuramos estabelecer uma reflexão sobre gêneros digitais, especialmente o *Twitter*. Revisitamos diferentes conceituações de gênero – tanto gêneros

discursivos, como gêneros textuais – e para tanto nos reportamos aos estudos de Bakhtin (2003), Bazerman (2007) Marcuschi (2008), e Xavier (2011). Procuramos responder ao seguinte problema: os textos veiculados no *Twitter* caracterizam um novo gênero discursivo? Ou o *Twitter* seria um suporte para os mais diversos gêneros? A hipótese que tínhamos era de que, apesar de apresentar algumas características de um suporte, os textos produzidos no *Twitter* têm uma composição, um conteúdo temático e um estilo próprios e, dessa maneira, configuram um gênero digital diferenciado, cuja característica principal é a de unificar diversas esferas sociais. Durante a análise, confirmamos nossa hipótese ao ressaltar que há uma diversidade de temas e estilos, porém o formato dos 140 caracteres e as particularidades da veiculação de uma mensagem do *Twitter* demonstra que estamos diante de um gênero e não de um suporte.

O objetivo que norteou a pesquisa foi o de compreender o funcionamento social do gênero *tweet*. Alcançamos esse objetivo, no sentido de que apontamos a forma que a linguagem é utilizada pelos *twitteiros*, e a forma que características de diferentes gêneros se entrelaçam para alcançar os propósitos comunicativos dos usuários. Porém, o presente trabalho tem suas limitações devido ao recorte teórico-metodológico estabelecido. Portanto, acreditamos que há muito mais a analisar e descrever sobre o gênero. Tal recorte - muito específico - fez-se necessário devido à enormidade de questões que os gêneros digitais suscitam. Nessa perspectiva, o estudo deixa como sugestão, às futuras leituras, uma proposta de aprofundamento dos estudos sobre o *Twitter* e sobre a hibridização de gêneros observada na rede social.

O *Twitter* apresenta possibilidades infinitas para observar como os percursos de escrita e de leitura em meio digital se constituem, e de como a linguagem se adapta a um novo meio de propagação. Os *tweets* são textos integrantes de uma prática social e a reflexão sobre o gênero torna-se uma reflexão sobre as relações sociais e a modernidade. Quando analisamos um gênero digital, estamos nos debruçando sobre a capacidade infundável de transformação da linguagem humana e essa é a riqueza das possibilidades contemporâneas de comunicação social que instigam e desafiam seus usuários.

Referências

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

BAZERMAN, Charles. Atos de fala, gêneros textuais e sistemas de atividade: como os textos organizam atividades e pessoas In: BAZERMAN, Charles; HOFFNAGEL, Judith Chambliss;

DIONISIO, Ângela Paiva (Coord.). *Escrita, gênero e interação social*. São Paulo: Cortez, 2007. p. 19-46.

BARROS, Alana Kercia; COSTA, Maria Helenice. Oralidade e escrita: o hibridismo no Twitter. *Entrepalavras*, Fortaleza, ano 3, v.3, n.1, p. 98-108, jan./jul. 2013.

BRAIT, Beth; PISTORI, Maria Helena Cruz. A produtividade do conceito de gênero em Bakhtin e o Círculo. *ALFA*, Revista de Linguística, São José do Rio Preto, v. 56, n. 2, p.371-401, maio/ago. 2012.

CARDOZO, Missila Lourdes. Twitter: microblog e rede social. *Caderno.Com*, São Caetano do Sul, v. 4, n. 2, p. 24-38, jul./dez. 2009.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Trad. de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. Parábola Editorial, 2008.

TWITTER DILMA BOLADA. Disponível em: <<https://Twitter.com/dilmaabr>> Acesso em: 22 fev. 2014.

TWITTER PONTO FRIO. Disponível em: <<https://Twitter.com/pontofrio>> Acesso em: 22 fev. 2014.

TWITTER SILVIO ROGÉRIO. Disponível em: <<https://Twitter.com/silviorogério>> Acesso em: 22 fev. 2014.

TWITTER UNIVERSIDADE UPF. Disponível em: <<https://Twitter.com/UniversidadeUPF>> Acesso em: 22 fev. 2014.

XAVIER, Antonio Carlos. Reflexões em torno da escrita nos novos gêneros digitais da internet. *Investigações*, Recife, v. 18, p. 115-129, 2006.

_____. Letramento digital: impactos das tecnologias na aprendizagem da Geração Y. *Calidoscópio*, Unisinos, São Leopoldo, vol. 9, n. 1, p. 3-14, jan./abr. 2011.

Artigo recebido em: 25.12.2014

Artigo aceito em: 16.06.2015

Artigo publicado em: 28.07.2015