

**ARTIGO ORIGINAL**

**LINGUAGENS JUVENIS CONTEMPORÂNEAS: A CONSTRUÇÃO DE DISCURSOS  
MIDIÁTICOS EM REDES SOCIAIS DIGITAIS**

**ORIGINAL ARTICLE**

**CONTEMPORARY YOUTH LANGUAGES: THE CONSTRUCTION OF MEDIA  
DISCOURSES IN DIGITAL SOCIAL NETWORKS**

**Ângelo Bortolon de Alvarenga<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES, Brasil

**RESUMO**

Este artigo procurará discutir sobre as diferentes linguagens adotadas por jovens e adolescentes, sobretudo da periferia das grandes cidades, para a expressão de um desejo de visibilidade, tendo em manifestações cotidianas publicizadas em vídeo caseiros parodiando situações corriqueiras, tutoriais e páginas de “rolezinhos” no Facebook, territórios de uma formação discursiva própria, por meio da qual é dada a comunicação entre estes atores sociais. As manifestações midiáticas produzidas por estes jovens por meio de smartphones são permeadas por linguagens verbais e não verbais, sonoras e visuais, marcadas por gírias, vestuários, gestos, fotos, vídeos e comportamentos, elementos pelos quais também se darão a comunicação entre as juventudes. A pesquisa configura-se como exploratória, de abordagem qualitativa, tendo como métodos de coleta de dados a observação dos sujeitos por meio do Facebook, além de pesquisa de campo. Por meio de características específicas, como o uso de uma escrita contemporânea com abreviações de palavras adaptadas ao frequente uso dos celulares, estes, que permitem novas formações textuais, com a utilização de emoticons, além de novas grafias rapidamente digitadas exigidas pela alta velocidade de emissão e resposta que são acometidos jovens sujeitos mediatizados, aliado a (auto) imagens pulsantes na rede, surge uma espécie de linguagem híbrida proveniente duma sociabilidade da Web, correspondente a um imperativo de visibilidade a ser respondido e a um sentido de pertencimento destes jovens e adolescentes em questão, envolvidos numa contemporânea dinâmica de publicização de suas vidas.

**Palavras-chave:** juventude; linguagem; visibilidade.

**ABSTRACT**

This article will seek to discuss the different languages adopted by young people and adolescents, especially from the outskirts of big cities, for the expression of a desire for visibility, having in everyday manifestations published in home videos parodying everyday situations, tutorials and pages of “rolezinhos” on Facebook, territories of a discursive formation of their own, through which communication is given between these social actors. The media manifestations produced by these young people through smartphones are permeated by verbal and non-verbal, sound and visual languages, marked by slang, clothing, gestures, photos, videos and behaviors, elements through which communication between young people is also given. The research is exploratory, with a qualitative approach, and its data collection methods include observation of the subjects through Facebook, and field research. Through specific characteristics, such as the use of contemporary writing with abbreviations of words adapted to the frequent use of cell phones, which allow new textual formations, with the use of emoticons, as well as new spellings quickly typed required by the high speed of emission and response that are affected by the young mediatized subjects, together with

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação e Territorialidades pela Universidade Federal do Espírito Santo - PÓSCOM-UFES. E-mail: angelobortolon@hotmail.com.

(self) images pulsating on the web, a kind of hybrid language emerges from a Web sociability, corresponding to an imperative of visibility to be answered and to a sense of belonging of these young people and adolescents in question, involved in a contemporary dynamic of publicizing their lives.

**Keywords:** youth; language; visibility.

## 1 INTRODUÇÃO

Classificada como classe C emergente, é possível observar a inclusão desta camada populacional às dinâmicas digitais, permitidas pelo maior acesso à internet, com uso de *gadgets* eletrônicos móveis como smartphones e tablets. Esse acesso permite diversos modos de sociabilização na Web, tendo como instrumental de execução estes novos aparelhos eletrônicos, por meio dos quais novas linguagens são originadas, advindas de suas dinâmicas de funcionamento, formando novas práticas discursivas na construção digital e midiática de seus cotidianos, que “[...] incluem sentidos existentes (representações), orientações da linguagem (a formatação dos códigos), a intervenção dos sujeitos e da situação interativa (relação - contexto).” (GUIMARÃES, 2006, p. 97). Assim, tem-se contemporaneidade “[...] uma dinâmica de linguagem que modifica substancialmente a condição do receptor. Este se transforma em cocriador de mensagens que se constroem por meio de sua interação [...]” (SANTAELLA, 2014, p. 215).

Defronte à fugacidade das informações, velocidade de emissão-recepção de conteúdo, sobretudo os originados nas redes sociais - ambientes de intensa atuação dos sujeitos contemporâneos em busca de visibilidade, jovens sujeitos contemporâneos apresentam-se imersos numa atual dinâmica sócio cultural em que profanam discursos construídos por meio de novas e diferentes linguagens que marcam a coordenada da vida em sociedade, enchendo-a de elementos dotados de novas significações. Isto posto, é possível observar a escrita tradicional sendo apropriada e reconfigurada, adquirindo híbridos significados em páginas de eventos no Facebook, como as páginas dos Rolezinhos<sup>2</sup> (organizados por “famílias”), em que novas grafias são criadas, adaptadas às velozes tecladas nos celulares, que criaram uma nova formação textual, em que a junção de letras criam novas

---

<sup>2</sup> Encontro de jovens das periferias, agendados anteriormente pelo Facebook, realizados em shopping centers das grandes cidades, com intuito de sociabilização, visibilidade.

significações, acentos gráficos são apresentados por uma linguagem própria destes grupos de jovens, bem como novas gírias são usadas, criando assim, discursos originados por específicos enunciados, formando um conjunto, ao se referirem a um único e mesmo objeto (FOUCAULT, 2007), estando os sujeitos envolvidos neste processo, obedientes, por vezes, em responder a um imperativo de visibilidade, que, se respondido, conferirão prestígio, reputação e autoridade (RECUERO, 2008) a estes jovens. É por meio do Facebook que estes jovens usuários das redes sociais “[...] criam um perfil – que lhes confere visibilidade –, adicionam amigos, ação que está associada a reputação e popularidade, e adquirem autoridade a partir dos comentários e conexões que podem exibir [...]” (RODRIGUES, 2010, p. 7).

Roupas e adereços estabelecem uma linguagem nos Rolezinhos, identificando os frequentadores rolezéros. Semelhantes às novas linguagens textuais manifestadas nas páginas destes eventos, por meio das indumentárias destes atores sociais, a linguagem criada por meio do estilo permeará a comunicação entre eles, estando estes sujeitos, em sua maioria, obedientes em cumprir a ordenação visual atravessada por marcas detentoras de prestígio e reputação. Assim, jovens e adolescentes flaneiam pelos vitrificados corredores dos shoppings atestando aos presentes o estilo do rolezero: os "mano" de bermudas LA, camisas Lacoste, bonés Chicago Bulls, com cabelos talhados em relevo com logomarcas da Nike e Oakley, borrifados com perfumes da Natura; as "novinha" de blusas Hollyster, shorts da Gap e sandálias plataformas, num balançar de cabelos com cortes assimétricos. Estas manifestações, nos Rolezinhos, se apoiam em [...] enunciados de determinado campo discursivo segundo os interesses de cada trama momentânea [...] (GIACOMONI; VARGAS, 2010, p. 122). Deste modo, tais jovens atuam num campo discursivo próprio, por eles criado, composto por neologismos, novas grafias, (auto) imagens, perpassados por uma linguagem em que

[...] o eu pós-moderno consiste principalmente nas manipulações conscientes do próprio corpo, dos padrões de fala, dos modos e do vestuário do eu. O trabalho de apresentação pessoal encenado na e através da internet é de outra ordem, porque consiste exclusivamente na linguagem [...]. (ILLOUZ, 2011, p. 115).

Além dos Rolezinhos, jovens atores sociais ressignificam seus cotidianos por meio da linguagem audiovisual, pela qual se apresentam, através de produções possibilitadas por um acesso mais amplo aos aparelhos de celular com câmera e internet. Deste modo, são criadas paródias de situações cotidianas, vídeo coreografias de divas pop, tutoriais, dentre outras peripécias juvenis, que posteriormente serão postadas como vídeos nas redes sociais, procurando obedecer a linguagem deste território virtual, e, deste modo, dialogando com o público em rede, os amigos do Facebook, que entenderão, por meio da linguagem típica destes micro vídeos, o mundo do qual fazem parte: a periferia e sua escassez financeira, suplantadas por invenções criativas (CERTEAU, 1998).

O artigo aqui apresentado visa investigar e compreender os processos de socialização e sentido de pertencimento dos “rolezeiros” – frequentadores dos rolezinhos. Para isso, como procedimento metodológico foi realizada pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, utilizando-se como instrumento de coleta entrevista semi-estruturada dirigida a uma amostra não-propabilística de atores sociais – “rolezeiros”, frequentadores dos “rolezinhos”, no Shopping Moxuara, localizado no município de Cariacica, no período de abril a setembro de 2017. Também foi realizada observação dos sujeitos da pesquisa em sua linguagem e socialização em páginas do Facebook.

Por meio do compartilhamento destas aventuras audiovisuais, tais produtores procuraram abarcar o ansiado capital simbólico (BOURDIEU, 2006), que se dará através de curtidas, comentários e compartilhamentos dos materiais postados, sendo cada manifestação nas postagens promotoras de prestígio e propulsora para novas produções. Podemos considerar esta dimensão simbólica pretendida por estes jovens sujeitos sociais, “[...] como a principal e mais visível forma de comunicação, expressa nos comportamentos e atitudes pelos quais se posicionam diante de si mesmos e da sociedade [...]” (DAYRELL, 2002, p. 119).

Tais manifestações contemporâneas instauram “[...] uma realidade discursiva; e sendo o ser humano um ser discursivo, criado ele mesmo pela linguagem [...] os sujeitos e objetos não existem a priori, são construídos discursivamente sobre o que se fala sobre eles [...]” (GIACOMONI; VARGAS, 2010, p. 122).

Assim, produções no ciberespaço dialogam com diferentes linguagens, num conjunto emaranhado, que trarão à tona novas produções discursivas, que vão além do discurso verbal, uma vez que a territorialidade<sup>3</sup> virtual,

[...] se apropria e mistura, sem nenhum limite, todas as linguagens pré-existentes: a narrativa textual, a enciclopédia, os quadrinhos, os desenhos animados, o teatro, o filme, a dança, a arquitetura, o design urbano etc. Nessa malha híbrida de linguagens, nasce algo novo [...]. (SANTAELLA, 2014, p. 212).

## 2 "IMBIK QUE NOIS É MIDIA": A LINGUAGEM DOS ROLEZINHOS

Uma nova linguagem midiática, advinda dos dispositivos móveis, conduz a formação discursiva construída nas páginas dos Rolezinhos. Rolezinhos são encontros organizados por jovens das periferias das cidades, caracterizados por encontros presenciais previamente agendados pelo Facebook, utilizando vocábulos adequados aos emoticons, elementos essenciais na construção das narrativas discursivas. Tais discursos surgem atravessados por uma linguagem que, como tantas outras, "[...] categoriza o mundo, que dá a ele uma ordem [...]" (FIORIN, 2014, p. 63). Por esta ordenação, serão dinamizados os eventos nos shoppings.

Organizados inicialmente por meio de páginas do Facebook, os rolezinhos tem na rede social seu instrumento de construção, manutenção, assim como de legitimação, de um evento que vai além dos espaços físicos, tendo no território virtual, sua base (por iniciar os encontros por meio dos convites, confirmações e interações) e conclusão (por finalizar o encontro nas páginas originárias, em que rolezinhos publicam fotos e interações afetivas dos acontecimentos ocorridos no Rolezinho). Por meio de gírias próprias, novas grafias, símbolos (emoticons) e acentos ortográficos ressignificados pela repetição de vogais, formando neologismos, são construídos discursos textuais midiáticos que "[...] incluem sentidos existentes (representações), orientações da linguagem (a formatação dos códigos), a intervenção dos sujeitos e da situação interativa (relação - contexto)"

---

<sup>3</sup> Consideremos territorialidade como espaço onde são vividas as experiências cotidianas dos atores sociais.

(GUIMARÃES, 2006 p. 96). Tais construções discursivas são realizadas por meio de seus aparelhos de celular, os *smartphones*, dotados, logo, de internet. Esse instrumental discursivo contribui para esta nova formação discursiva textual, uma vez que estão condicionadas à velocidade de digitação, criando assim, novas e diminutas palavras, visto que, na euforia da sociabilidade virtual, a resposta à interação deve ser imediata, não devendo ser obstruída por termos desnecessários a comunicação juvenil.

Pelos celulares, emite-se e espera-se uma resposta de acordo com a contemporânea dinâmica de conexões virtuais, vinte quatro horas por dia, sete dias por semana (CRARY, 2014), como afirma uma frequentadora dos rolezinhos, quando, ao ser questionada se a formação discursiva - as interações - nas páginas dos eventos se davam por celular ou computador: “Pelo celular, hoje em dia são vinte e quatro horas no celular”. Por meio dos celulares, logo, os sujeitos contemporâneos farão adesão ao “tempo real”, amparados numa dinâmica de emissão de conteúdo em que os discursos construídos nestas páginas obedecerão a essa premissa de conexão, geradora, portanto, de formações discursivas adaptadas à linguagem dos *smartphones*, ou seja, rápida, fluida, produtora de sentido, significando que as “[...] *tecnologias de inscrição*, de comunicação, não são meros instrumentos com os quais os sujeitos produzem sentido. Elas antes representam o horizonte a partir do qual algo como o próprio sentido em geral pode surgir” (FELINTO, 2001, p.11).

É pelas redes sociais, por meio de sua linguagem, que são dinamizadas as diferentes etapas do Rolezinho, que vão dos convites às fotos tiradas no encontro. Deste modo, é escolhida a rede social de maior alcance entre os participantes. De acordo com o organizador do *Rolezinho dos Beneth*, o famosinho do Facebook, JV Beneth - da “família” Beneth - a escolha do Facebook para divulgação dos encontros se dá por uma razão enfática: “Todo mundo tem Facebook, quem não tem Facebook hoje?”. Nesta dinâmica de organização dos Rolezinhos, é importante considerar a existência dos famosinhos, ídolos da internet, mais especificamente do Facebook. O termo foi criado pelos próprios jovens envolvidos nos rolezinhos. Famosinhos são sujeitos que alcançaram um grande sucesso nas redes sociais, por meio das inúmeras curtidas e comentários de suas fotos postadas na rede, alçando

assim o status de famosos. Tais jovens atores sociais destacam-se "[...] pela construção digital do "eu", em imagem associada à simpatia [...]" (SERELLE, 2014, p. 51). Desta forma, os famosinhos tornaram-se a razão primeira para criação dos encontros nos shoppings centers, pois pretendia-se, por meio destes eventos, que moradores distantes de seus ídolos, pudessem ter um dia de tiete nestes encontros, fazendo *selfies*, continuando nos espaços físicos, processos de sociabilidade advindos da internet. Por meio das páginas dos eventos, estimam o sucesso do Rolezinho a ser realizado, através das confirmações que serão contabilizadas diariamente, dado este que será, inclusive, usado como elemento atrativo ao evento.

Assim, por meio de *hashtag*, *emoticons*, neologismos, palavras com novos acentos gráficos e imagens "[...] a formação dos objetos de um discurso, tenta-se identificar os relacionamentos que caracterizam uma prática discursiva [...]" (FOUCAULT, 2007, p. 54), pela qual serão formuladas as sociabilidades nas páginas dos Rolezinhos, estes, não apenas dos Beneth, mas também, dos Kolsch, dos Forlan, dos Oliveiras, todos organizados pelas "famílias", através de seus membros que atendem por um "sobrenome" em comum, numa solidariedade própria em que todos se sentem parte de um mesmo movimento (DAYRELL, 2002), sob regras de formação discursiva, que para Foucault são

[...] as condições a que estão submetidos os elementos dessa repartição (objetos, modalidade de enunciação, conceitos, escolhas temáticas). As regras de formação são condições de existência (mas também de coexistência, de manutenção, de modificação e de desaparecimento) em uma dada repartição discursiva. (FOUCAULT, 2007, p. 43).

Consideremos os enunciados das páginas dos Rolezinhos, que, "[...] diferentes em sua forma, dispersos no tempo, formam um conjunto quando se referem a um único e mesmo objeto [...]" (FOUCAULT, 2007, p. 36): o encontro no shopping, contendo nestas páginas "familiares", tema, nome, data, horário e local, informações que serão apropriadas por outras páginas criadas por um organizador, sobretudo famosinho, para que este adquira seu próprio prestígio, por meio de intensa divulgação pelo Facebook, bem como pelos pedidos de divulgação feitas aos membros das páginas. Assim,

[...] um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva* [...] (FOUCAULT, 2007, p. 43).

Deste modo, são criados discursos mediatizados na Web, com uma linguagem própria, não mais refém das formações de palavras tradicionais do vocabulário da língua portuguesa, mas, indo além, com novas significações e novos sentidos pretendidos por estes jovens atores sociais, construindo desta forma "[...] um saber que não quer se constituir como hegemônico, mas construir novos sentidos para a inserção do homem no mundo, potencializando suas interações comunicativas e despertando a consciência dos atores sociais [...]" (GUIMARÃES, 2006, p. 41).

As formações discursivas nas páginas dos Rolezinhos são compostas de escritas que fazem o indivíduo “[...] desligar-se do caráter fluido e não reflexivo da experiência e transforma a experiência afetiva em palavras emocionais e num conjunto de entidades observáveis e manipuláveis [...]" (ILLOUZ, 2011 p. 52). Assim, nestas páginas, fotos de capas estampam grupos de jovens reunidos - as “famílias” dos Rolezinhos - dando a cada membro, sentido de pertencimento, acometidos por uma união “familiar”, muitas vezes não obtido em seus lares de origem, compensando nas amizades ausências sentimentais familiares de lares, por vezes, conturbados por conflitos e pobreza. Tais páginas construídas são perpassadas pela linguagem destes jovens e adolescentes, composta não apenas de palavras, mas também de imagens, estando estes atores sociais em busca de visibilidade, dispendo assim, da “[...] existência de um mundo de imagens compartilhadas, provenientes de repertórios coletivos apropriados pelos atores individuais [...]" (GUIMARÃES, 2006, p. 35). Nestes repertórios coletivos apropriados pelos jovens atores sociais, incluem-se mensagens interativas entre os participantes dos encontros como enunciados “imbik que nois é mídia”, numa perspectiva de autoafirmação, com linguagem própria dos participantes dos Rolezinhos, que traz como significado, o convite a participar do encontro, pois, se assim fizerem, terão destaque nas redes sociais, uma vez que estarão associados

às figuras ilustres, os famosinhos. Ao “imbikar” junto a eles e fazer um #31<sup>4</sup>, sem vácuo<sup>5</sup>, pra brocar<sup>6</sup> e ser mídia<sup>7</sup>, as fotos postadas no Facebook ganharão maior visibilidade e por consequência maior prestígio, reputação, motivos pelos quais expressiva maioria vai aos Rolezinhos, como afirma a rolezera frenética, ávida por famosinhos: “Tem que tirar foto com o famosinho pra que nossa foto ganhe muita curtida”<sup>8</sup>. Desta forma é estabelecida uma obediência a um imperativo de visibilidade, tendo nesta nova dinâmica de publicização dos sujeitos uma nova linguagem denotativa de sentido de pertencimento ao grupo do qual fazem parte.

Assim, os sujeitos dos Rolezinhos dialogam por meio de um discurso construído, em que o próprio discurso é o propulsor que mantém este diálogo, por meio de interações entre os participantes das páginas dos encontros, sendo estas interações dadas não apenas por textos escritos, mas também por fotos e vídeos<sup>9</sup>, numa linguagem audiovisual, estabelecida por edições realizadas pelos aplicativos dos celulares, tendo como trilha sonora o funk, batida nervosa que conduz as sociabilidades cotidianas, sendo um hino da juventude da periferia.

### **3 “FAMOSOS CONHECIDOS”: A CONSTRUÇÃO DO “EU” ATUANTE NAS REDES SOCIAIS.**

Por meio da página “Famosos Conhecidos”<sup>10</sup>, jovens e adolescentes, sobretudo da periferia, encarregam-se eles próprios de se tornarem famosos na Web, via Facebook, dando visibilidade a indivíduos de pouca ou nenhuma notoriedade, através da interação ordenada pelos administradores da página, assim como pela publicização de fotos e vídeos em que os sujeitos envolvidos se tornarão “Famosos Conhecidos”. Assim, obedecendo a uma linguagem que perpassa pela

---

<sup>4</sup> Namorar ou se relacionar com uma menina(o) sem o conhecimento de amigos e conhecidos, sobretudo nas redes sociais.

<sup>5</sup> Ato de desprezar um amigo(a) ou namorado(a).

<sup>6</sup> Ato sexual.

<sup>7</sup> Ser destaque no Facebook, conseqüentemente no Rolezinho.

<sup>8</sup> Declaração obtida por meio de entrevista em profundidade em abordagem empírica no Rolezinho.

<sup>9</sup> Disponível em: <

<https://www.facebook.com/igor.stein.146/videos/vob.100008245001864/1588109111473907/?type=2&theater> > Acesso em: 27 julho 2015.

<sup>10</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/events/489037794604420/493961217445411/> > Acesso em: 27 julho 2015.

interação, são questionados aos seguidores da página, sugestão para fotos de capas, fotos de perfil e demais formas de sociabilidades, permeadas pela rede social em questão, dando desta maneira a manutenção, prestígio e sucesso da página “Famosos Conhecidos”, bem como de seus integrantes, que, ao obedecerem a ordenação dos administradores e/ ou usuários mais ativos, tornam-se um “Famoso Conhecido” no Facebook, logo, também detentor de popularidade, visto que serão visíveis, passíveis de curtidas e comentários, conexões importantes na somatória do capital simbólico (BOURDIEU, 2006) do sujeito midiaticizado contemporâneo. Assim, ser amigo de “Famosos Conhecidos” trará os seguintes benefícios no que concerne a visibilidade, segundo os motivos publicados na página como atrativo:

"Quer Virar um Famosinho no Facebook 😁👤  
- 50.000 Seguidores 👤  
- Seu Facebook Lotado 👤  
- 5.000 Amigos 👤  
- 👍👍  
- Te Divulgo 😊  
- Só Me Seguir Ou ADD 👤 . "

É possível observar os elementos de formação discursiva já mencionados nestes escritos, como os *emoticons*, denotativo de significados específicos, usados em construções textuais, em sua maioria, produzidos pelos *smartphones*.

Vale ressaltar que em “Famosos Conhecidos”, as divulgações de cunho de erótico terão maiores chance de sucesso, não sendo essa conotação, sobretudo ao público feminino, um empecilho para que seus membros se divulguem na rede. Ao contrário, como afirma um participante da página, por meio de entrevista<sup>11</sup>, membro de um dos Rolezinhos do Shopping Moxuara, “As meninas postam até foto pelada pra aparecer”. Assim, vídeos<sup>12</sup> de danças sensuais, tendo como trilha sonora funks lascívos, são produzidos para fãs seguidores de um famoso da página. Desta forma, pelo uso da linguagem audiovisual, proveniente da publicação não apenas de

---

<sup>11</sup> Entrevista realizada por meio de uma pesquisa empírica junto aos participantes dos Rolezinhos que estão sendo realizados no Shopping Moxuara em Cariacica-ES.

<sup>12</sup> Disponível em: <

[https://www.facebook.com/groups/1780947852131759/1782553915304486/?notif\\_t=group\\_activity](https://www.facebook.com/groups/1780947852131759/1782553915304486/?notif_t=group_activity) >  
Acesso em: 27 julho 2015.

vídeos, mas também de fotos, serão construídas as qualificações dos sujeitos midiáticos, em que suas valorações estarão intimamente ligadas a seu prestígio e reputação no Facebook, tendo estes jovens e adolescentes, nesta territorialidade virtual, um crivo de significação.

Outras novas linguagens têm se apropriado do espectro audiovisual para promoção de prestígio, reputação e popularidade nas redes sociais, com a divulgação de vídeos paródias feitas por adolescentes. Ao realizarem tal feito, tornam-se, com o uso desta nova linguagem (que tem na comicidade seu alicerce), famosos para além do Facebook, indo a programas televisivos como é o caso do adolescente Saullo Berck, que por meio de uma criativa solução, diante da impossibilidade econômica (CERTEAU, 1998), usa sapatos feitos de tijolos, simulacros dos caros saltos altos de grifes, para a performance de vídeos de divas pop, como a feita para “Work Bitch” de Britney Spears. Através de seu vídeo<sup>13</sup> postado na rede social, Saullo obteve a pretendida visibilidade para além da internet, chegando ao “Programa da Eliana”, de veiculação nacional, atestando a dimensão comunicacional da Web, uma vez que, já sabendo do poder de produzir famosos, tal programa do SBT, dedica preciosos minutos da audiência à divulgação de casos de sucesso da internet no quadro “Famosos da Internet”, onde Saullo se apresentou com os referidos sapatos de tijolos. A inserção de um quadro, que, de certo modo, é oriundo de uma manifestação da internet, atesta o alcance da Web junto aos sujeitos contemporâneos, visto que, será sucesso na TV, certamente algo que já é sucesso na internet, fazendo com isso que as TV’s repensem sua linguagem, tendo em vista o sucesso do “faça você mesmo” que traz consigo produções caseiras divulgadas na Web, obtendo considerável número de curtidas, comentários e compartilhamentos.

Vídeos paródias de situações cotidianas também tem sido uma grande vertente da Web. Jovens de periferia de terra batida criam vídeos em que satirizam a violência<sup>14</sup>, tão costumeira em seus ambientes, que, uma vez compartilhados,

---

<sup>13</sup> Disponível em: <

<https://www.facebook.com/saulloberck/videos/vb.751058701652802/845055598919778/?type=2&theater> > Acesso em: 28 julho 2015.

<sup>14</sup> Disponível em: <

<https://www.facebook.com/100008175610765/videos/vob.100008543385010/1603883349894170/?type=2&theater> > Acesso em 08 agosto 2015.

atingem grande sucesso junto aos amigos de Facebook. Para produção dos vídeos são suplantadas as dificuldades econômicas pelas invenções cotidianas (CERTEAU, 1998), semelhante ao que é feito pelo criador de sapatos de tijolos. Assim, mesas de totó são improvisadas com pequenas caixas para que possam, além de se divertirem, gravarem e editarem seus vídeos<sup>15</sup> por meio de seus celulares, posteriormente divulgados na Web, para recebimento dos esperados comentários, curtidas e compartilhamentos. Vídeos<sup>16</sup> cômicos, de situações cotidianas, roteirizado com a linguagem juvenil dotada de gírias e suas específicas significações também são produzidos com o uso da linguagem audiovisual por adolescentes.

Outra categoria de vídeos<sup>17</sup> produzidos pelos jovens são os tutoriais, estes, também dotados da linguagem “faça você mesmo” da Web. Tendência de estilo entre alguns adolescentes por um determinado período, os aparelhos ostentação<sup>18</sup> - simulacros dos aparelhos ortodônticos - feitos com parte das tampas das garrafas “pet”, tiveram sua confecção divulgada por meio de vídeos e fotos disseminados na web, com as instruções de como montar um “aparelho ostentação” nas cores Coca-Cola, Fanta Laranja, Sprite, Guaraná Antarctica e Dolly, em que as rodela de plástico que compõe as garrafas de refrigerante serão o novo adorno adolescente. Após a confecção deste novo acessório, instalado na arcada dentária, registra-se com fotos e vídeos postados em seus perfis digitais para que seus pares de estilo possam estabelecer as conexões pretendidas pelos jovens, ou seja, curtidas, comentários, compartilhamentos, que lhes conferirão visibilidade. Em minutos, não mais que trinta, uma avalanche virtual de fotos e vídeos com todos da rede usando seus respectivos aparelhos produzidos artesanalmente serão espalhados na territorialidade virtual, estando todos os pares ligados pelo elemento de distinção (BOURDIEU, 2008) - o uso do aparelho - através do qual serão legitimamente aceitos e claramente distinguidos dos demais jovens que não possuem esta

---

<sup>15</sup> Disponível em: <

<https://www.facebook.com/100008175610765/videos/vob.100008543385010/1596064390676066/?type=2&theater> > Acesso em: 28 julho 2015.

<sup>16</sup> Disponível em: <

<https://www.facebook.com/100008175610765/videos/vob.100008543385010/1589839234631915/?type=2&theater> > Acesso em: 28 julho 2015.

<sup>17</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=ebNzZB5eyR4> > Acesso em: 28 julho 2015.

<sup>18</sup> Disponível em: <<http://www.ahnegao.com.br/2014/02/como-fazer-seu-aparelho-ostentacao.html>>. Acesso em: 28 Julho 2015.

“credencial de distinção”, elemento simbólico, promotor de visibilidade e prestígio, produtor e mantenedor do capital social.

Os aparelhos de tampa de garrafas de plástico procuram suplantar a escassez de recursos econômicos dos adolescentes da periferia, dando a estes, novos sentidos ao cotidiano em que os percalços financeiros dão lugar a criativas invenções (CERTEAU, 1998), tendo sua legitimação através da midiatização, por meio das curtidas, comentários e compartilhamentos no Facebook.

Estas diferentes dinâmicas de publicização de conteúdos na Web, sobretudo no Facebook, traz à tona, as apropriações das linguagens contemporâneas da internet na construção do “eu” atuante em rede, em busca de uma significação que vai além dos espaços físicos urbanos, perpassando pelo espaço virtual no que tange o sentido de condutas cotidianas do ator social pós moderno, em que não tendo suas experiências midiatizadas, não há quase experiência alguma, já que a midiatização, e a linguagem que ela traz consigo, tornou-se onipresente, diária, dimensão essencial de nossa experiência na contemporaneidade (SILVERSTONE, 2005)

#### **4 CONCLUSÃO**

Midiatizados, os jovens sujeitos contemporâneos têm seu cotidiano ressignificado pelo crivo da visibilidade, sendo este, admitido como um valor a ser conquistado. Para tanto, as formações discursivas, bem como a linguagem nelas empregadas, perpassam por uma ordenação de visibilidade a ser cumprida, para assim adquirirem prestígio, reputação e autoridade junto ao grupo social ao qual pertencem estes sujeitos.

Assim, jovens e adolescentes fazem uso de diferentes linguagens em suas manifestações cotidianas, em que textos com novas grafias típicas da linguagem da Web, imagens, fotos, vídeos, roupas, compõem o arcabouço necessário para a comunicação mediada pelos dispositivos móveis, na qual estes atores sociais estão imbuídos em desenvolver.

A comunicação mediada pela midiatização, trará, desta forma, novos contornos de linguagem, bem como de apropriação de códigos e signos do cotidiano para que sejam construídos sentidos ao que está em torno. Acentos gráficos são ressignificados, suplantando uma convenção linguística, criando assim, novos sentidos por meio da recomposição de palavras, estas, presentes sobretudo nas formações discursivas de jovens e adolescentes na territorialidade virtual.

Sapatos luxuosos, criados por designs renomados, são substituídos por tijolos e cones sinalizadores<sup>19</sup> adaptados por adolescentes envoltos na busca por sucesso e notoriedade através de produções conduzidas pela linguagem das redes sociais, em que vídeos e fotos trarão uma nova significação a cotidianos por vezes opacos pela escassez de recursos econômicos, todavia, inventivamente contornada pela criatividade juvenil, capaz de apropriar-se de diferentes linguagens na produção de sentido, por meio de discursos textuais e audiovisuais.

## REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 3. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- CRARY, Jonathan. **24/7** - Capitalismo tardio e os fins do sono. São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- DAYRELL, Juarez. O rap e o funk na socialização da juventude. **Educação e Pesquisa**. São Paulo, v.28, n.1, p. 117-136, jan./jun. 2002.
- FELINTO, Erick. Materialidades da comunicação. **Ciberlegenda**, n.5, edição especial, 2001.
- FIORIN, José Luiz. Argumentação e discurso. **Bakhtiniana**, São Paulo, Número 9 (1): 53-70, Jan./Jul. 2014.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7° ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

---

<sup>19</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/saulloberck/photos/pb.751058701652802.-2207520000.1438205976./852849878140350/?type=1&theater> > Acesso em: 29 julho 2015

GIACOMONI, M. P.; VARGAS, A. Z. Foucault, a Arqueologia do Saber e a Formação Discursiva. **Veredas on line - Análise do discurso**. Juiz de Fora, ano 2, p. 119-129, 2010.

GUIMARÃES, Cesar. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

ILLOUZ, Eva. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

RODRIGUES, Carla. Capitalismo tardio, redes sociais e dispositivos móveis. In: Compós, 19. 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos**. GT: Comunicação e sociabilidade.

SANTAELLA, Lúcia. Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia. **Bakhtiniana**, São Paulo, 9 (2). p.206-216, Ago./Dez. 2014.

SERELLE, Márcio. A Guinada dos Populares: mídia e vida social no Brasil. **Revista Contracampo**. Niteroi, v.30, n.1, p. 44-59, 2014.

SILVERSTONE, Roger. **Porque estudar a mídia**. São Paulo: Ed. Loyola, 2005.