



Aposta no estilo humorístico como construção de identidade e conquista de popularidade no Twitter.¹

Leandro Dettenborn²

Camila Cornutti³

Ana Migowski⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

A partir das novas formas de interação possibilitadas pela interconexão de diferentes regiões, os atores sociais constroem suas identidades no ciberespaço e transportam parte dos estilos de sociabilização para este local. O humor, inerente ao ser humano, assim, é utilizado como forma de conquistar espaço e popularidade na rede. Com base nesse cenário, o artigo tem por objetivo abordar elementos de sociabilização online e sua apropriação na construção de identidades múltiplas pelos atores sociais a partir da observação de práticas no Twitter.

Palavras-chave: interação; ciberespaço; humor; identidades; popularidade.

1. Introdução

A abordagem humorística dos fatos cotidianos é consagrada por sua eficiência junto aos grupos sociais presentes na sociedade. Sujeitos em interação, frequentemente, utilizam-se de artifícios humorísticos para facilitar seu acesso a outros grupos ou melhorar sua posição no próprio. Na sociedade da pós-modernidade, no entanto, vem se formando uma forma de pensar a cultura contemporânea como indissociável das tecnologias digitais que estão aliadas às práticas e costumes que configuram um imaginário criado em torno da relação entre vida social e técnica.

Assim, ocorre a apropriação de sites de redes sociais para a construção de identidades no ciberespaço e, como não poderia deixar de ser, os sujeitos sociais, convergentemente,

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Aluno do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: leandrodettenborn@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutoranda em comunicação e informação pela UFRGS e mestre em ciências da comunicação pela Unisinos, email: camilacor@gmail.com

⁴ Coorientadora do Trabalho. Mestranda em comunicação e informação pela UFRGS, email: anamigo@gmail.com



transportam suas formas de sociabilização para este local de interação. Para fins de entendimento, o ciberespaço será considerado como um “espaço transnacional onde o corpo é suspenso pela abolição do espaço e pelas personas que entram em jogo nos mais diversos meios de sociabilização” (LEMOS, 2002, p.137). Assim, encara-se o ciberespaço como um “não-lugar”¹, mais claramente, como um espaço povoado pelo imaginário reificado da pós-modernidade e que privilegia a interação global dos indivíduos.

A internet exemplifica como o processo de comunicação online é marcado pela ausência do eu físico e os sujeitos em interação não são imediatamente discerníveis, facilitando a criação de personas como construções identitárias do ciberespaço. O humor aparece, deste modo, como forma de integração, conforme o é no mundo concreto, e de conquista de popularidade nos sites de redes sociais.

1.2. Objetivo

Este artigo se propõe a tratar do processo de apropriação dos elementos online de sociabilização pelo sujeito social e o desenvolvimento de suas identidade múltiplas no site de rede social Twitter. Será abordada a hipótese de que há uma cultura em convergência agindo sobre os sujeitos sociais e que aposta no humor como uma forma de apresentação do “eu” fragmentado e que busca meios já reconhecidos como capazes de trazerem popularidade.

1.3. Métodos e técnicas utilizados

Será apresentada uma pesquisa qualitativa, tendo em vista que a amostra não é representativa de todo o universo online, mas aponta para a convergência dos sujeitos online, na qual a principal forma de pesquisa será o *desk research*² e a análise documental. Durante a análise documental diversos autores foram utilizados. Com a leitura da obra de Hall (2006) foi possível entender melhor como é e como se formou a identidade na pós-modernidade; com Recuero (2009), busquei conceituar os elementos da rede e caracterizar, com apoio de Jenkins (2009) e Siegel (2008), quais são as principais consequências, positivas e negativas, que os sujeitos da cibercultura passam.

¹ Termo de Marc Augé, “Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade”.

² Também conhecida como pesquisa de dados secundários, consiste no levantamento de informações disponíveis em diversas fontes.



Para a caracterização do elemento humor e sua utilização clara e embasada; busquei referências em Bergson (1980) e, assim, foi possível entender as situações e principais características do “riso”.

A unidade de pesquisa são as publicações do Twitter por atores sociais que mantém determinado padrão apoiado no humor em suas postagens, os nomes dos atores e outras informações não serão exibidos por estarem sendo utilizados para o desenvolvimento de um assunto relacionado a individualidade na pós-modernidade. A discussão entre os autores a respeito das amostras coletadas apoiou-se no autor Rüdiger (2011), a fim de obter esclarecimento sobre os principais autores de cibercultura e de suas respectivas teorias.

2. Identidade Cultural na Pós-modernidade

A questão da identidade já foi extensamente teorizada por diversos pensadores, tais como Tajfel & John Turner (1986), Goffman (1988), Giddens (2002), Bauman (1998, 2001), para este artigo é interessante a teorização e denominações criadas por Stuart Hall. Para Hall (1992), existem três concepções diferentes de identidade, a do sujeito do iluminismo, a do sujeito sociológico e do sujeito pós-moderno. O sujeito do iluminismo seria aquele “indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação” (p.10) e que, em sua essência, permanecia o mesmo durante toda a sua existência. O conceito de sujeito sociológico, em contraponto, concebia a ideia de que ainda existe uma identidade própria, porém, esta é continuamente “formada e modificada num diálogo contínuo com os mundos culturais ‘exteriores’ e as identidades que esses mundos oferecem” (p.11), esta concepção de sujeito é advinda das transformações sociais que ocorriam e complexavam a sociedade moderna; nessa concepção a identidade toma lugar entre o “eu” e a sociedade (interior e exterior), projetando este “eu” na estrutura (sociedade) ao mesmo tempo em que internaliza seus significados, contribuindo para “alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural”. Hall argumenta, contudo, que essas concepções perdem o sentido na pós-modernidade, quando a identidade perde sua unidade, coesão e coerência:



“O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não- resolvidas.” (p.12)

O processo de identificação do eu torna-se mais provisório do que nunca, o sujeito passa a ser reconhecido como produto simbólico da fragmentação do pensamento pós-moderno. Um sujeito possuidor de uma identidade não-fixa, a celebração móvel, caracterizada pela presença de identidades divergentes que, empurrando em diferentes direções, fragmentam o processo de identificação do eu.

Com isso, Hall argumenta que a identidade unificada e bem estabelecida é apenas uma fantasia confortadora, pois o que de fato ocorre é a apresentação de múltiplas formas de expressão, configuradas como identidades, que nos confrontam e que nos causam reconhecimento e simpatia, as quais poderíamos nos identificar, ainda que momentaneamente.

2.1 Indivíduos no ciberespaço

Os sujeitos em uma rede social são representados por nós e são chamados de atores sociais, conforme Recuero (2009), e são o elemento primário da rede social. Assim, “como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais” (p.25).

A comunicação mediada por computador, no entanto, é marcada pelo distanciamento entre os atores sociais e estes não são imediatamente discerníveis. Desta forma, os atores utilizam-se de construções identitárias do ciberespaço que possuem função representativa. Tais representações adquirem outras significações e tornam-se, também, “espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade” (p.25), caracterizando os processos de construção dos espaços de identidade na internet, conforme:

“O comum aos conceitos de ‘identidade cultural’, ‘identidade narrativa, ‘self múltiplo’, ‘self dinâmico’ e ‘self dialógico’ é o foco da construtividade, mudança e diversidade. Precisamente os aspectos que são encontrados nas páginas pessoais. A página pessoal está sempre “em construção”, pode ser regularmente atualizada para



refletir as últimas configurações do ‘self’” (Döring, 2002, online apud Recuero, 2009, p.26).

Assim, o ciberespaço torna-se um local de presença do eu, espaço privado e público que está em constante mutação. Recuero argumenta que por ser demasiadamente marcada pela ausência de informações, a comunicação no ciberespaço faz com que os atores sejam julgados e percebidos por suas palavras e esse tipo de interação requer que as identidades virtuais sejam preenchidas com imagens e “informações que gerem individualidade e empatia”.

Desta forma, os sujeitos no ciberespaço, aqueles expostos a novas possibilidades de personalização do eu, tendem a

“explorar sua identidade de forma livre, fluída e idealizada, tanto quanto se inserir em comunidades de interesse e compartilhamento de compromissos. A extrema mutabilidade e multiplicação da identidade, possibilitada pelo ciberespaço, colide com o desejo de construir comunidades baseado na comunicação aberta com pessoas de outros interesses e background (Stallabrass, 1996, apud Rüdiger, 2011, p.39).

As interações sociais entre os atores no ciberespaço formam os laços sociais e, estes, por sua vez, constituem as conexões. As conexões são passíveis de análise graças a característica de rastreamento da comunicação em redes. Recuero cita Parsons e Shill (1975) e explica que a “interação compreende sempre o alter e o ego” (p.31). Um orienta-se pela reação do outro e compreende aspectos como percepção, ação e reação, intenções e atuações que implicam um reciprocidade de satisfação entre os atores.

Watzlawick, Beavin e Jackson (2000, apud Recuero, 2009) entendem que a interação é sempre comunicacional, constituindo-se como um processo com reflexos sociais. Desta forma, analisar o produto da interação entre os indivíduos significa analisar a comunicação entre os atores sociais. Outro conceito importante para esta análise é o de capital social conforme Putnam (2000, p.19 apud RECUERO, 2009, p.45), que “refere-se à conexão entre indivíduos – redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela”. Para a percepção esclarecida do capital social, aponta Recuero, é de grande importância a verificação dos valores construídos nesses ambientes. Os valores



mais comumente percebidos e analisados nas redes sociais são visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. A visibilidade é potencializada pelas redes sociais, pois permitem que os atores estejam mais conectados, significando um aumento da visibilidade dessas partes. O nível ou intensidade de conexão do nó permite que ele tenha mais chances de receber informações que estão circulando. Já a reputação está relacionada às “informações recebidas pelos atores sociais sobre o comportamento dos demais”, é a percepção das impressões dadas pelo outro, implicando três elementos: o eu, o “outro” e a relação entre ambos. A popularidade estaria relacionada à audiência, podendo ser facilmente medida na rede e trata da posição do ator nela inserido. Recuero argumenta que um nó mais centralizado na rede seria mais popular, pois há mais pessoas conectadas a ele e possui, assim, maior capacidade de influência sobre os demais. Por fim, a autoridade estaria relacionada a influência de um nó na rede social.

2.2. Cultura de convergência: duas perspectivas e sua relação com o humor

Interessante à discussão que proponho é a ideia de uma cultura de convergência assim como proposta por Henry Jenkins (2008). O conceito torna-se importante na medida em que surge para denominar uma revolução ligada ao tecnológico, mas que não se reduz aos aparatos técnicos os quais se materializa, antes, começa “nos cérebros das consumidores individuais” (p.28) e parte para as interações sociais com os demais.

O fenômeno da convergência trata do “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório do público dos meios de comunicação” (p.27). A convergência, assim, consegue definir uma série de transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais.

Esse mesmo fenômeno de convergência de uma cultura interconectada é pensado por Lee Siegel, porém com uma perspectiva distinta que permite dizer que a revolução tecnológica vivenciada nas últimas décadas está diretamente relacionada ao processo de fragmentação do pensamento moderno. O desenvolvimento acelerado dos equipamentos telemáticos seria uma reação à nova ordem social e esse processo, advindo da própria sociedade, “permite ao indivíduo reunir e ordenar suas impressões, dispor de um meio de gerenciar o ritmo cada vez mais acelerado e caótico da vida cotidiana” (SIEGEL, 2008, p.5-6).



Os parâmetros de socialização entre os atores sociais estão mudando com o surgimento dos sites de redes sociais e muito se defende a democratização da informação e a promoção da escolha individual ao sermos capazes de construir mais livremente nossas personalidades no ciberespaço, porém manifesta-se um fenômeno tão ou mais homogeneizante (SIEGEL, 2008, p.67-69), no qual ocorre que os atores sociais adaptam suas construções identitárias de acordo com a percepção dos outros, assim, verifica-se que “o tempo de lazer adquire a qualidade de trabalho racional, calculável e consciente num mercado”.

Siegel, assim, argumenta que a cultura digital está se torando ela mesma parte de um processo de massificação da individualidade. A escolha individual, contextualizada no ciberespaço, está se transformando em artifício de fantasia para o uso de fórmulas familiares e estilos já consagrados de auto-apresentação que são capazes de trazerem popularidade aos atores sociais. Desta forma, o ciberespaço é transformado em palco de uma cultura de massas caracterizada pela busca da popularidade por sujeitos que moldaram uma apresentação provisória do próprio eu num produto talhado de modo a encaixar-se nas necessidades de outros.

Neste contexto da convergência e tendo em vista que neste trabalho tem-se o foco de analisar elementos de sociabilização online e sua apropriação na construção de identidades múltiplas pelos atores sociais apoiadas no humor, é necessário que se aponte algumas considerações acerca do assunto. Assim, o teórico Henri Bergson (1980) argumenta que não há cômico fora do que é humano. O pensador define o ser humano como o animal que ri, mas também como o animal que faz rir. Através dessa perspectiva, pode-se afirmar, por exemplo, que “uma paisagem poderá ser bela, graciosa, sublime, insignificante ou feia, porém jamais risível” (p.07). Um animal ou objeto será risível quando reconhecermos nele uma “atitude de homem ou certa expressão humana” (p.07). Assim, o riso surge junto ao elemento humano e Bergson também ressalta a falta de sentimento associada ao riso. Para ele o cômico é acompanhado de momentos de insensibilidade por parte de quem ri e caracterizado por criar uma atmosfera bem articulada e naturalmente indiferente ao sentimento. Assim, “o cômico exige algo como certa anestesia momentânea do coração para produzir todo o seu efeito. Ele se destina à inteligência pura” (p.08).



Nessa perspectiva, não é possível conceber o cômico como autônomo, pois, por estar direcionado à inteligência, necessita estar articulado a outras inteligências. Segundo Bergson (1980, p.8-9), o riso precisa de eco, ele não existiria ou seria o mesmo se ocorresse em ambiente isolado. O cômico pode surgir e repercutir

“no interior de um círculo tão amplo quanto se queira, mas, ainda assim, sempre fechado. O nosso riso é sempre o riso de um grupo. Ele talvez nos ocorra numa condução ou mesa de bar, ao ouvir pessoas contando casos que devem ser cômicos para elas, pois riem a valer. Teríamos rido também se estivéssemos naquele grupo.” (p.08)

Como produto da interação social de um grupo, o riso, tem seu ambiente natural na sociedade e, nela, possui função social. O riso corresponde a certas exigências da vida em grupo como significação social e assim, sendo o cômico tão próximo da malícia, da crítica e do deboche, o riso pode funcionar como normatizador da sociedade, uma forma de “gesto social”.

3. Humor e identidade no Twitter

É possível afirmar que os parâmetros de socialização estão mudando com o surgimento dos sites de redes sociais e muito se difunde a ideia de liberação dos polos de emissão da informação e ocorre, em larga escala, a promoção da escolha individual. Em contrapartida, verifica-se um movimento de fragmentação da identidade, que atinge os sujeitos no ciberespaço e que se utiliza da afirmação da individualidade como artifício para esconder a apresentação de perfis construídos, tendo como base aqueles reconhecidos há muito tempo na sociedade analógica como capazes de trazerem popularidade aos sujeitos.

O que ocorre, via o ciberespaço, é a interação entre sujeitos de diferentes partes do mundo, que normalmente não poderiam interagir tão facilmente, e, agora, em contato, vivenciam novas experiências de integração que irão alterar (e já alteram) não só a forma de se comunicar com os demais sujeitos sociais, mas, também, a forma de construir sua própria personalidade, pois, "à medida que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra" (Giddens, 1990, p. 6). Desta forma, a intensa interação entre os sujeitos espalhados pelo mundo, aliada ao momento histórico, à pós-modernidade, ao próprio sistema econômico vigente, contribuiu para a fragmentação da



identidade dos sujeitos. Não falo essencialmente da perda da identidade propriamente dita por parte do sujeito social, mas sim pela incorporação de outras à “original” ou “própria”. Em meio a esse processo de fragmentação do “eu” e da contínua construção de uma identidade como referência à “celebração móvel”, esses sujeitos, já inseridos no ciberespaço, tornam-se atores sociais e passam, também, a personalizar esse outro “local de fala”, com suas imagens, mensagens e preferências. Como parte característica da personalidade e da interação com outros, surge a ocorrência de humor como reconhecimento e conquista na internet.

Conforme Bergson, o cômico é um algo essencialmente humano e os sujeitos podem ser considerados não apenas aqueles que riem, mas que fazem rir. Assim, o humor, muito antes do surgimento das redes sociais na internet, já era consagrado por sua influência junto aos grupos sociais. Isso se dá pelo fato de o riso estar intimamente relacionado à interação de inteligências e, conforme Bergson, o riso possui significado sempre que repercutir no interior de um grupo.

Podemos, então, dizer que uma personalidade considerada humorística é aquela que conquistou certa popularidade e reputação, uma pela rede social que estabeleceu e outra por ser reconhecida como tal. Desta forma, o que ocorre nas redes sociais na internet é a aposta nesse estilo humorístico enquanto construção de uma identidade, a fim de impulsionar os esforços na busca pela popularidade e reputação e, eventualmente, autoridade em determinados assuntos.

No Twitter há como identificarmos um fenômeno de convergência no comportamento dos atores sociais, de identidade fragmentada, que utilizam esta rede social como forma de externalizar e organizar suas impressões sobre fatos extraordinários e cotidianos, de forma caracteristicamente cômica, e o que parece ocorrer é certo esforço para manter tal conduta baseada no humor. Assim, conforme Siegel, os atores sociais adaptam suas construções identitárias no ciberespaço de acordo com suas expectativas à percepção de outros. É a ocorrência de formas de auto-apresentação do “eu” que encontram respaldo em estilos consagrados na sociedade e que rendam popularidade e reputação.

Tendo essa perspectiva, as amostras que seguem, selecionadas em minha própria *timeline*¹ e a partir das atualizações de amigos e amigos de amigos serão analisadas tendo como enfoque as postagens externalizadas e trocadas com outros atores sociais. As postagens podem ser categorizadas conforme Recuero (2003) denominou de diários eletrônicos, aquelas em que as mensagens expressam grande parte do cotidiano do ator social e possuem uma importância maior quanto a expressão dos seus pensamentos, de publicações eletrônicas, aquelas que tratam exclusivamente da publicação de informações, pois evita a expressão de comentários por parte do ator social e, por último, as publicações mistas, que são aquelas que unem comentários pessoais, ou seja, a opinião de cada um, com informações sobre algum assunto ou acontecimento.

Nesse sentido, as diferentes construções identitárias na internet, notavelmente no Twitter, utilizam-se de uma linguagem e raciocínio que usufrui de forma humorística dos acontecimentos do dia, significantes para cada ator social e seu grupo, conforme pode ser visto na Figura 1, logo abaixo: o extrato da *timeline* do Twitter:

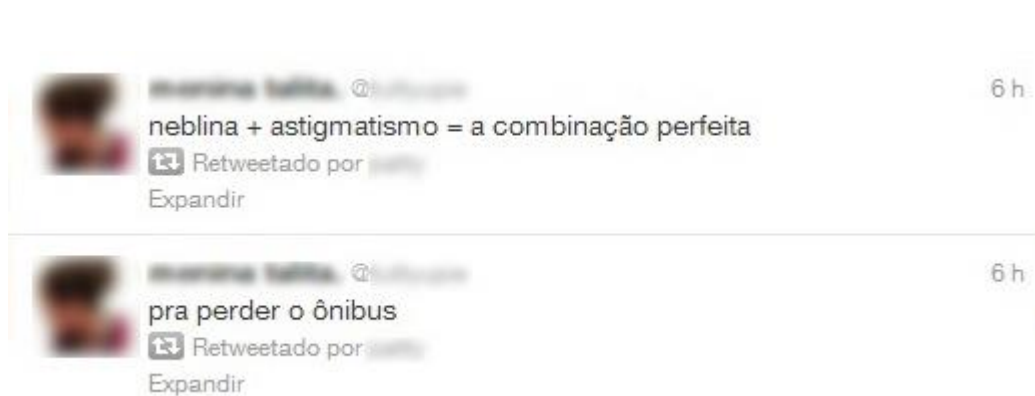


Figura 1: extrato A da timeline do Twitter.

O extrato acima trata de um fenômeno meteorológico, a neblina, e suas implicações somadas a uma deficiência visual humana na qual o sujeito em questão é prejudicado na identificação dos objetos. Aqui, o cômico é evidenciado pela ironia e pelo deboche de uma situação que foge do controle do homem e por uma deficiência biológica que podem causar confusão e transtorno em um momento de atividade demasiadamente cotidiano. Nota-se o duplo *retweet*² que o ator social em questão, através da publicação mista acima e pelo uso de humor, conseguiu com um dos integrantes de sua rede,

¹ Linha do tempo que organiza a sequência das postagens e conduz o usuário na conversa.

² Ato de (re)transmitir a publicação de outro usuário no Twitter.



também, como forma de ressaltar a aprovação e o aumento de popularidade, pelo fato da exposição da mensagem, agora, a atores sociais de outras redes e grupos.

O *retweet* também permite observar a identificação gerada no outro como uma forma de riso repercutir no interior de um mesmo círculo e como forma de apropriação de um mesmo fato, o humorístico, para a construção do perfil desse outro. Através da apropriação, assim, é como se o ator social concordasse com o riso do outro e, ainda mais, afirmasse que aquele humor também é o seu.

É comum o uso de postagens mistas por parte dos atores, principalmente aquelas que se utilizam de aspectos e produtos culturais que se encaixem em seus cotidianos, conforme pode ser visto na Figura 2:

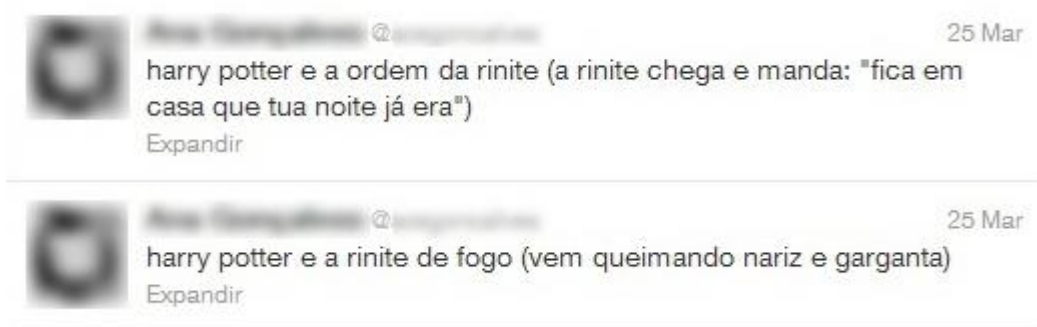


Figura 2: extrato B da timeline do Twitter.

Nesse extrato, há o característico uso de combinações e formas de paródia de produtos culturais com a adição do cômico como meio de personalização das publicações. Ocorre o uso de uma franquia inglesa famosa em todo o mundo, caracterizada por possuir milhares de fãs, associada a outro fato caracteristicamente humano como a rinite.



Figura 3: extrato C da timeline do Twitter.

Nota-se, com o extrato acima, o esforço de continuidade na mesma linha de atitude anterior, gerando certo padrão exposto em seu perfil virtual. Também é comum a utilização, compartilhamento e apropriação de conteúdo gerado em perfis *fake*, construções identitárias de sujeitos que fingem ser outrem e que são marcados por intensa postagem de publicações mistas que relacionam opinião, informação e humor, conforme Figura 4:

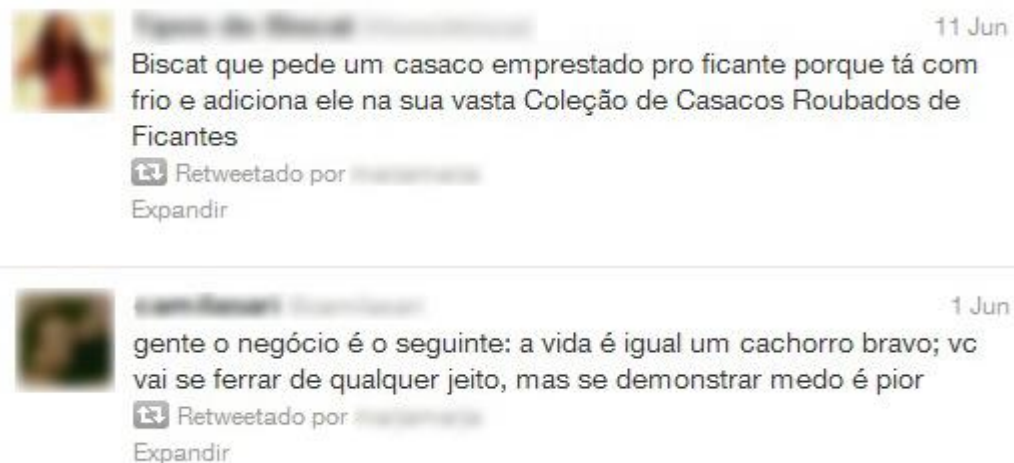


Figura 4: extrato D da timeline do Twitter.

Duas postagens de perfis *fake retweetados*¹ por um mesmo ator social exemplificam a apropriação e concordância com o conteúdo, marcadamente ligado a situações humanas, tipificados, caricaturados e risíveis pelo absurdo. A popularidade dos perfis *fake*, comprovada pelo aumento de suas redes sociais altamente conectadas, sua reputação cômica largamente difundida e sua autoridade no quesito humor e opinião, são transportados, em parte, para as construções identitárias de atores sociais no ciberespaço. Assim, as construções do “eu” no ciberespaço perdem o sentido de ser algo “próprio”, “interior” e individual. Tornam-se múltiplas, híbridas, fragmentadas. É a caracterização da “celebração móvel”, a união de várias identidades, com múltiplas preferências e referências.

¹ Usa uma mensagem de um usuário no Twitter e retransmitir aos seus seguidores.

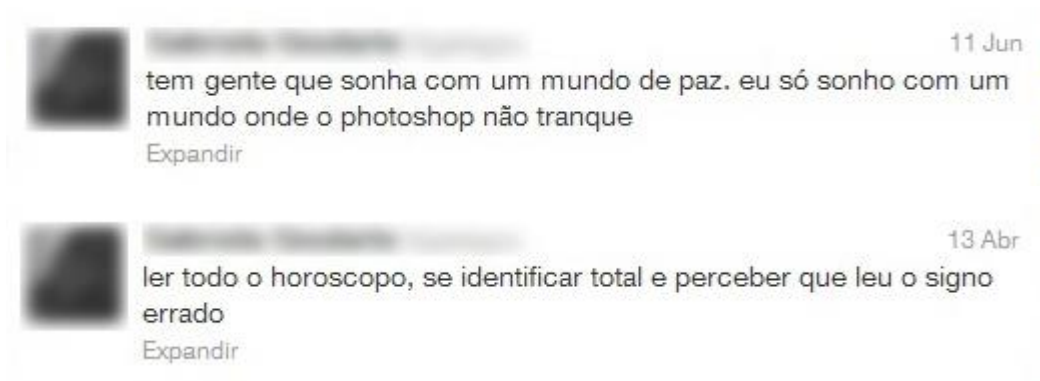


Figura 5: extrato E da timeline do Twitter.

O extrato Figura 5 exemplifica a questão, traz publicações de um mesmo ator social, em diferentes períodos de tempo, que demonstram interesse em diferentes assuntos, mas estão aptos a externalizar suas opiniões sobre todos. São relatos de humor, marcados pelo desvio, pelo engano e pela confusão. Também é de se observar que a aceitação destes infortúnios acaba incorporando parte do cômico, como se mesmo as publicações que seriam consideradas como “de má sorte” são tidas como cômicas, expressão de um humor negro que tenciona ao autodepreciativo, como pode ser verificado na Figura 6, abaixo:

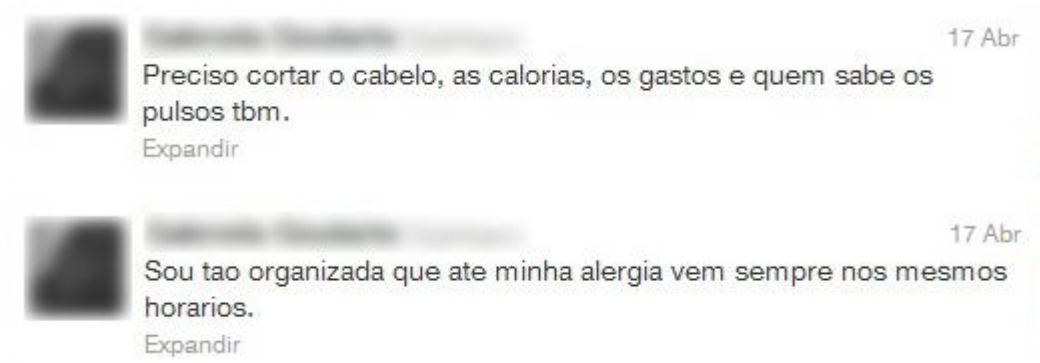


Figura 6: extrato F da timeline do Twitter.

Mais uma vez, a típica utilização de fatos cotidianos com diferentes assuntos, com diferentes temáticas que são somadas ao humor no momento de externalizar suas impressões do real e construir uma identidade caracteristicamente cômica no ciberespaço.

4. Considerações finais



A partir da discussão e análise das amostras de comunicação, foi possível identificar que os atores sociais de diferentes regiões, em interação, são capazes de elaborar construções identitárias no ciberespaço marcadas pela publicação de conteúdo e este pela multiplicidade de temas, preferências e renovação, configurando-se como indivíduos que exploram suas identidades de forma fluida, livre e idealizada.

Essa multiplicidade de preferências parece convergir para um cotidiano marcado para a tônica do humor, daqueles fatos diários e banais, por vezes negativos ao ser, que são publicados e republicados em um ciclo que garante não apenas o aumento das conexões e popularidade dos atores sócias, mas, também, a concordância com tal humorização. Ocorre, também, a utilização de produtos culturais e perfis de atores sociais de identidade não confirmada como parte da construção do “eu” no Twitter, pois a apropriação de conteúdo já conhecido ou publicado garante o elo não apenas com a própria rede, mas com diversas outras interligadas.

Verificou-se, assim, que a identidade construída com o auxílio do conteúdo disponibilizado no ciberespaço perde o sentido de “própria”, passando a ser múltipla e externa. Ocorre que os atores exploram diferentes atividades socioculturais e verifica-se, frequentemente, a externalização destas através dos meios de comunicação online, no caso o Twitter, e da humorização das mesmas. Sendo este artigo fruto de uma investigação inicial da utilização do humor no contexto do Twitter, acredito que o tema possa ser ampliado e que estas análises primeiras possam inspirar novos questionamentos para futuras pesquisas, tais como o porquê da autodepreciação dos atores sociais no Twitter e sua estreita relação com o humor e a larga apropriação de material produzido e circulado por perfis *fake* quando possuem a tônica do humor.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **O Mal-Estar da Pós-Modernidade**. 1.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- BERGSON, Henri. **O riso: ensaio sobre a significação do cômico**. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2002.



GOFFMAN, E. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo : Aleph, c228, 2009.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre : Sulina, 2002.

PUTNAM, Robert D.. **Bowling alone: the collapse and revival of american community**. New York : Simon & Schuster, 2000.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes sociais na internet**: diversidade cultural e tecnologias do poder. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SIEGEL, Lee. **Against the machine**. Nova York: Spiegel & Grau, 2008.

TAJFEL, Henri; TURNER, John. **The social identity theory of intergroup behaviour**. In S. Worchel & W. G. Austin (eds.), *Psychology of intergroup relations*. Chicago, IL: Nelson-Hall, 1986.