

COMUNICAÇÃO ORAL - DISCURSO E MÍDIA

A VIRALIZAÇÃO DISCURSIVA NO LINKEDIN: AS RELAÇÕES IMAGINÁRIAS EM FUNCIONAMENTO PELO ENGAJAMENTO DE DIZERES NA/EM REDE

Lucimara Cristina De Castro (lucimara_castro@hotmail.com)

O LinkedIn é uma rede social profissional que permite aos sujeitos que nela se inscrevem, produzirem dizeres conforme os lugares sociais que ocupam profissionalmente. A plataforma tem diversas finalidades e, atualmente, um papel considerável nas contratações, já que, a maneira como o sujeito se projeta em suas publicações e interação com os demais usuários da rede pode produzir efeitos negativos ou positivos na relação imaginária que se estabelece entre os usuários. Um dos principais objetivos de quem se inscreve na rede é se colocar à mostra para o mercado profissional. Quem não curte, não publica ou comenta, torna-se mero expectador da vitrine alheia. Estar à mostra, no entanto, requer produzir engajamento, levando os dizeres a viralizarem na/em rede. Uma viralização discursiva que se dá pelo digital, mas que produz efeitos também fora dele, em ambientes corporativos. Partindo desses pressupostos, interrogamo-nos de que maneira o engajamento de dizeres no LinkedIn produz imaginários acerca dos sujeitos desta rede, a partir da viralização discursiva. A partir dessa questão, buscaremos, compreender como o engajamento de dizeres no LinkedIn produz relações imaginárias entre os usuários da rede, a partir da viralização discursiva. Para dar conta do objetivo proposto, tomaremos como norte teórico, a Análise de Discurso fundada por Pêcheux e reterritorializada por Orlandi, no Brasil e em pesquisadores analítico-discursivos

que seguem a mesma vertente. O entrelaçamento “sujeito-discurso-LinkedIn” provoca-nos a compreender sobre o modo pelo qual, na rede, um discurso determinado por um lugar e tempo histórico-ideologicamente situados, viraliza, na relação com outros, produzindo sentidos diversos, por meio das formações imaginárias.