

INFLUÊNCIA MIDIÁTICA NA FALA DOS ADOLESCENTES: O YOUTUBE COMO UM FATOR PARA VARIAÇÃO LINGUÍSTICA

Palavras-Chave: variação linguística, influência midiática, YouTube.

Clara Orlandi, IEL–UNICAMP

Prof^ª. Dr^ª. Livia Oushiro (orientadora), IEL–UNICAMP

INTRODUÇÃO

O presente estudo tem por objetivo investigar em que medida o grau de exposição e o engajamento com mídias digitais, mais especificamente vídeos publicados na plataforma YouTube, podem influenciar a variação nos padrões linguísticos dos adolescentes. O corpus é composto de amostras de fala semi-espontâneas de adolescentes de 9º ano de uma escola municipal do distrito de Sousas, Campinas (SP), na qual a presente pesquisadora participou do projeto de Iniciação à Docência Residência Pedagógica (R.P.), oferecido aos alunos do curso de Licenciatura em Letras-Português, desde novembro de 2022. Além da facilidade de acesso a essa comunidade, a escolha da escola em questão e do público adolescente se justifica pelo relativo isolamento da região de Sousas do centro da cidade de Campinas, pela relativa estabilidade do círculo social desses jovens e por sua mobilidade urbana reduzida, o que permite mais bem isolar o possível efeito midiático sobre sua fala: a presença de traços linguísticos em princípio não locais — por exemplo, a realização de /r/ em coda (como em ‘porta’) como tepe — presumivelmente poderá ser associada ao contato desses adolescentes com mídias digitais, em vez de suas interações cotidianas em casa ou na escola.

O interesse em compreender a influência das mídias sobre o comportamento linguístico surgiu da percepção popular do fenômeno sobre uma "forma de falar" incomum entre crianças e adolescentes, sendo a exposição frequente a vídeos do YouTube uma das possíveis causas, segundo depoimentos de usuários nas redes sociais. A matéria "Crianças portuguesas estão falando como brasileiros: entenda porquê",¹ publicada pela revista digital EXAME em 11 de novembro de 2021, ilustra essa discussão com depoimentos de pais portugueses afirmando que seus filhos "só falam brasileiro", atribuindo isso à influência de youtubers do Brasil.

¹Disponível em: <https://exame.com/casual/criancas-portuguesas-estao-falando-como-brasileiros-entenda-por-que-2/>

A mídia escolhida para a realização deste trabalho assemelha-se aos conteúdos de televisão, mas é nativa da era da internet: vídeos de canais de criadores postados no YouTube. A diferença mais evidente entre canais do YouTube e canais de televisão está no grau de interatividade entre o produtor e o espectador. Ao contrário da televisão, em que toda e qualquer produção transmitida é resultado de trabalho conjunto de muitas pessoas, um blog, site ou canal de vídeos na internet pode ser pensado, criado e mantido inteiramente por uma pessoa só. Além disso, os recursos necessários para criação de um canal no YouTube são muito mais acessíveis quando comparados às condições necessárias para participar da televisão, levando a uma diversificação de pessoas e realidades representadas. Na relação com a televisão, o papel do espectador é relativamente passivo e sua interação com o apresentador do programa (ou "quem fala") é indireta, intermediada pela equipe de produção e limitada aos espaços definidos pela emissora. Já na internet, o usuário espectador pode efetivamente se comunicar com o youtuber, pois o gerenciamento das interações do público, muitas vezes, é feito pelo próprio dono do canal. Esse maior contato e interatividade mais dinâmica entre o público e a mídia conduz à necessidade de reconsiderar o papel da mídia apenas como intermediador irrelevante de contato linguístico.

Desse modo, a presente pesquisa pretende se debruçar sobre o potencial de influência linguística das mídias sobre a fala, com interesse especial voltado para uma mídia nativa da era digital e suas particularidades com relação aos estudos voltados à influência televisiva, contribuindo para a ampliação do debate sobre o tema na Sociolinguística Variacionista.

REVISÃO DA LITERATURA

Pesquisadores na área de Sociolinguística, de modo geral, são céticos quanto à influência que a mídia pode ter sobre a fala, pois a relação apresentador-espectador não representaria um contato dialetal verdadeiro (STUART-SMITH, 2007). Trudgill (1986) afirma que a influência da televisão sobre o sistema linguístico estaria restrita a situações específicas, como a ampliação de vocabulário e expressões idiomáticas, ou como modelo para que falantes de um dialeto conheçam a variedade padrão de uma língua, exigindo uma motivação consciente do falante.

Entretanto, desde a década de 1990, diversos pesquisadores têm confrontado essas afirmações. Stuart-Smith et al. (2013) investigaram a ocorrência de dois traços linguísticos associados ao dialeto cockney — th-fronting, como em *thing* (coisa) e l-vocalization, como em *milk* (leite) — no vernáculo de adolescentes de Glasgow, Escócia. Muitos fatores foram associados a essa mudança, incluindo a identificação com práticas sociais locais, contato dialetal e forte envolvimento emocional com a telenovela londrina EastEnders. A televisão, especialmente EastEnders, mostrou-se presente no dia a dia desses jovens, que reproduziam os traços linguísticos dos atores. A pesquisa concluiu que a difusão

desses traços envolvia uma combinação de fatores linguísticos e extralinguísticos, como o contato dialetal e o envolvimento com a telenovela.

Já no artigo de Androutsopoulos (2001), a televisão é tratada como um agente mediador no processo de difusão de padrões etnolectais. O dialeto investigado por Androutsopoulos (2001) é o Türkendeutsch ("Turk-German" ou "Alemão-Turco"), uma fusão de traços lexicais e prosódicos dessas duas línguas, característica de comunidades estrangeiras residentes na Alemanha, que começou a ser imitado e utilizado por jovens nativos. Um dos motivos aparentes e percebidos pela população local seria o engajamento desse grupo com programas de televisão que reproduziam esse dialeto. Nas conclusões, Androutsopoulos (2001) destaca duas importantes propriedades sociolinguísticas demonstradas pelo fenômeno do Türkendeutsch: as mídias afetam a consciência linguística dos falantes, tornando-os familiarizados com diferentes estilos e dialetos e possivelmente conscientes da própria variedade; e os conteúdos, consumidos pelos espectadores, são pauta de conversas face-a-face e certas formas linguísticas próprias desse conteúdo podem ser evocados, de maneira explícita ou implícita.

METODOLOGIA

Para a obtenção das amostras de fala, foram gravadas e transcritas sete entrevistas em grupos de três a quatro participantes, 22 ao todo, de acordo com os pressupostos teórico-metodológicos da Sociolinguística Variacionista (LABOV, 2008 [1972]). O roteiro para as entrevistas sociolinguísticas foi parcialmente adaptado do roteiro de Oushiro (2015), desenvolvido em sua pesquisa sobre avaliação, produção e percepção linguística na capital paulista. Adaptando as perguntas e temáticas para o contexto do atual projeto, o roteiro foi organizado em 7 temas: "Cidade", "Mobilidade", "Escola", "Trabalho", "Lazer", "Percepção linguística" e "Futuro". Para além de garantir certa espontaneidade, as perguntas foram pensadas para obtenção de dados relevantes sobre os participantes. Para a obtenção de dados objetivos — tais como dados sociodemográficos (idade, gênero, local de nascimento e de residência), hábitos de uso dos aparelhos eletrônicos e de navegação na internet —, foi aplicado um questionário online em sala.

Com a finalização dos processos de gravação e aplicação do questionário, as entrevistas foram transcritas e codificadas no software ELAN. Foram tabuladas informações sociais e linguísticas sobre os youtubers mencionados durante as entrevistas e o questionário, como local de origem e residência, ano de criação do canal e qual variante do /r/ em coda costuma ser utilizada nos vídeos. Os dados extraídos das entrevistas estão em processo de sistematização e análise qualitativa e quantitativa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a atual pesquisa, as perguntas e temáticas do roteiro para as entrevistas foram adaptadas para o contexto dos adolescentes, resultando em um roteiro contendo 7 temas: "Cidade", "Mobilidade", "Escola", "Trabalho", "Lazer", "Percepção linguística" e "Futuro". Para além de garantir certa espontaneidade, as perguntas foram pensadas para obtenção de dados relevantes sobre os participantes, por exemplo "Você gosta de morar em Campinas?"; "Em qual bairro você mora?"; "Você tem contato frequente com pessoas que moram fora da cidade?"; e "Gosta de assistir filmes/séries e/ou vídeos na internet?". Ao todo, o roteiro conta com 23 perguntas principais e 21 perguntas alternativas (dependendo da resposta à pergunta principal), somando 44 perguntas. As gravações das entrevistas foram realizadas no espaço da biblioteca da escola, cedido durante o período das aulas da manhã (7h15 às 13h00), o que impôs o limite de 45 minutos (uma aula simples) ou 1h (uma aula dupla) às gravações, a depender do dia em que foram realizadas. O tempo das gravações varia entre 24'38" e 01h04'22", estando a maioria entre 35 e 44 minutos.

A organização das entrevistas em grupo se mostrou uma conjuntura bastante produtiva: os alunos puderam escolher seus colegas de modo que se sentissem mais confortáveis em falar sobre sua vida pessoal, o que resultou numa espontaneidade ainda maior. Além de responder às perguntas planejadas, muitos fizeram perguntas entre si e complementaram as respostas uns dos outros, suscitando interações mais espontâneas.

As perguntas do questionário foram distribuídas em três seções: "Sobre os aparelhos eletrônicos", "Sobre os sites/aplicativos" e "Sobre o YouTube". Na seção "Sobre os aparelhos eletrônicos", as questões referem-se aos hábitos gerais, como "Em média, quantas horas por dia você costuma utilizar aparelhos eletrônicos? (celular, tablet, computador, videogame, etc)" e "Quais aparelhos eletrônicos você mais utiliza no seu dia a dia?". Na seção "Sobre os sites/aplicativos", as questões referem-se aos sites/aplicativos mais utilizados para conversar e qual a forma preferida de entretenimento, como "No seu tempo livre, o que você mais gosta de fazer na internet?" e "Onde você costuma ficar no tempo livre?". Por fim, na Seção "Sobre o YouTube", são repetidas as questões das seções anteriores, mas referentes ao uso da plataforma, e pedido que o participante indique seus canais favoritos — "O que você mais faz no YouTube?" e "Quais canais do YouTube você mais gosta e mais assiste? Faça um 'Top 3' ou 'Top 5' ". A aplicação do questionário foi feita em sala de aula para garantir que as respostas de todos os participantes fossem corretamente registradas, com a pesquisadora estando presente para explicar os enunciados e elucidar possíveis dúvidas. A escola disponibiliza chromebooks nas salas para uso durante as aulas, mediante a autorização do professor responsável, e foi esse o aparelho utilizado.

Atualmente, o projeto encontra-se no estágio de análise qualitativa e quantitativa dos dados. Nas análises preliminares, foram observadas diversas ocorrências de itens lexicais "da linguagem da internet", como

palavras em inglês conjugadas com regras gramaticais do português brasileiro — por exemplo, a palavra "spawn", no sentido de "surgir", "brotar", sendo conjugada no infinitivo, "spawnar", e no pretérito, "spawnou", "spawnaram" —, em especial na fala dos participantes com maior exposição à internet. Também foi registrado o uso de expressões características de vídeos publicados na plataforma por diversos youtubers, como o jargão “*se inscreve e deixa o like*”, ao final de uma das entrevistas, como “despedida” para os “ouvintes” da gravação.

De maneira geral, não foram observadas ocorrências significativas de variantes do /r/ em coda atípicas à região dos participantes, onde predomina a variante aproximante alveolar. Apenas em um único grupo de participantes, composto pelos três adolescentes com o maior tempo de exposição à internet (superior a 6h diárias), foram observadas ocorrências pontuais das variantes de /r/ como tepe, como vibrante e como fricativa, evocadas em contextos de reprodução ou imitação "do jeito que é falado" da internet. Esses casos serão detalhadamente analisados nas próximas etapas do projeto.

CONCLUSÕES

Ainda que as ocorrências de variantes de /r/ em coda atípicas à região dos participantes sejam pontuais e limitadas a situações aparentemente estilísticas, de imitação ou reprodução, como afirma Trudgill (1986), esses casos serão detalhadamente analisados em relação com variáveis linguísticas e sociais para que sejam melhor compreendidas as condições que propiciam tais ocorrências.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ANDROUTSOPOULOS, Jannis. From the streets to the screens and back again: on the mediated diffusion of ethnolectal patterns. LAUD Linguistic Agency, p. 1-24, 2001.

LABOV, William. Padrões sociolinguísticos. Tradução: M. Bagno, M. M. P. Scherre e GC. R. Cardoso. São Paulo: Editora Parábola, 2008 [1972].

OUSHIRO, Lívia. Identidade na pluralidade: Avaliação, produção e percepção linguística na cidade de São Paulo. 2015. Tese (Doutorado)

STUART-SMITH, Jane. The Influence of Media. In: LLAMAS, Carmen; MULLANY, Louise; STOCKWELL, Peter (Ed.). The Routledge Companion to Sociolinguistics. [S.l.]: Routledge, 2007. p. 140-148. ISBN 978-0-415-33849-3.

STUART-SMITH, Jane et al. Television can also be a factor in language change: evidence from an urban dialect. *Language*, v. 89, n. 3, p. 501-536, 2013. DOI:10.1353/lan.2013.0041.

TAGLIAMONTE, Sali A. Situating media influence in sociolinguistic context. *Journal of Sociolinguistics*, v. 18, n. 2, p. 223-232, 2014.

TRUDGILL, Peter. *Dialects in Contact*. Oxford: Blackwell, 1986.