

**UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS E LETRAS**  
**CAMPUS DE ARARAQUARA**  
**Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa**

**FERNANDO MORENO DA SILVA**

***O LEITOR DE BLOG:***

**Um estudo com base nos *blogs* mais acessados do Brasil**

**Araraquara**

**2009**

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

**FERNANDO MORENO DA SILVA**

***O LEITOR DE BLOG:***

**Um estudo com base nos *blogs* mais acessados do Brasil**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, Universidade Estadual Paulista (UNESP) “Júlio de Mesquita Filho”, para a obtenção do título de Doutor em Linguística e Língua Portuguesa.

**Orientador: Prof. Dr. Arnaldo Cortina**

**Araraquara**

**2009**

Ao meu Maná,  
que caiu dos céus em minha vida no primeiro dia da primavera de 2006.

# Agradecimentos

A Deus  
pela vida, pelos caminhos serenos, pela força nos momentos de fraqueza...

Ao professor Arnaldo Cortina  
pela dedicação, pelos conselhos, pelas discussões e, sobretudo, pela competência e profissionalismo com que tem me ensinado desde o início de minha jornada acadêmica;

A Sara  
pelo companheirismo e pelo apoio sempre presente;

Aos meus pais,  
que, além do apoio, ensinaram-me o verdadeiro significado da vida;

Aos meus alunos,  
que me mostraram *à la Bakhtin* o valor do outro na nossa formação.

*A solidão humana crescerá na proporção direta da rapidez do avanço das novas formas de comunicação.*

Werner Herzog

## Resumo

A proposta do trabalho é analisar a imagem do leitor brasileiro de *blog*. Para fazê-lo, é preciso analisar primeiro o escrevente das páginas, já que, ao construir a imagem de quem produz o texto, projeta automaticamente a imagem de seu destinatário.

A pesquisa será norteada pela semiótica francesa ou da Escola de Paris, focando os eixos da modalização e enunciação. Com a modalização, trabalharemos as modalidades intencionais e existenciais. Da enunciação, faremos uso dos conceitos de enunciador e de enunciatário, instâncias linguísticas que correspondem ao que a Retórica chama, respectivamente, de *ethos* e de *pathos*: imagens construídas ao longo do texto do destinador e do destinatário do enunciado.

Dentre várias possibilidades e critérios de escolha do material a ser analisado, estabeleço como parâmetro de investigação os *blogs* mais acessados, pois neles estaria, em teoria, a representação da maioria desses leitores. Parto do pressuposto de que nos *blogs* mais visitados estaria a maioria dos blogueiros, e onde estivesse a maioria dos blogueiros estaria o retrato de sua constituição.

Para chegar a um *corpus* que contivesse os *blogs* mais acessados do país, vali-me de duas metodologias, reunindo uma amostragem referente a todo o ano de 2006, ano-base sobre o qual se debruça o estudo. O primeiro método foi proceder a um levantamento dos *blogs* mais votados pelos próprios internautas. Das 41 listas colhidas ao longo do ano, dois *blogs* se destacavam, ambos do portal UOL: “Paz, amor e magia” e “EspalhaMerda”.

No segundo método, apreendi meu *corpus* a partir de duas listas publicadas na mídia. A Revista Época publicou em julho de 2006 os oito *blogs* com maior número de acessos. Ao final de 2006, foi a vez do site *IDG Now!* lançar um *ranking* com os dez *blogs* mais populares da internet brasileira. As duas listas foram construídas pelo número de *links* que cada *blog* possui dentro da blogosfera, de acordo com monitoramento da Technorati, um serviço norte-americano especializado no estudo da blogosfera, indicado como a maior autoridade no assunto.

Do cruzamento dessas duas listas, mantendo os *blogs* que se repetiam e excluindo os que apareciam em apenas uma, cheguei ao *corpus* definido de que trata esta pesquisa.

**Palavras-chave:** *Blog*; internet; semiótica; leitor.

## Abstract

The proposed study is to analyze the image of the Brazilian reader blog. To do so, we must first examine the scribe of the pages, since to build the image of who produces the text, automatically project the image of your addressee.

The research will be guided by French semiotics or the School of Paris, focusing on areas of modalization and enunciation. With modalization, we work intentional and existential modalities. With enunciation, we will make use of the concepts of enunciator and enunciatee, linguistic instances that match the rhetoric that would, respectively, ethos and pathos: images constructed by the text of the addresser and addressee of the statement.

Among various possibilities and criteria for choosing the material to be analyzed, establish research as a parameter of the most popular blogs, as they would in theory represent the majority of readers. On the assumption that it would most visited blogs in the majority of bloggers, and where were the majority of bloggers would be a portrait of its constitution.

To reach a corpus that contains the most popular blogs in the country, validated me of two methodologies, bringing together a sample for the entire year of 2006, the base year which focuses on the study. The first method was to conduct a survey of blogs most voted by the internet. Of the 41 lists collected over the years, two blogs stood out, both the UOL site: "Paz, amor e magia" e "EspalhaMerda".

In the second method, my corpus comes from two lists published in the media. The "Época" magazine published in July 2006 the eight blogs with the highest number of hits. At the end of 2006, was once the site "IDG Now!" launch with a ranking the ten most popular blogs of Brazilian internet. The two lists were constructed by the number of links to each blog in the blogosphere has, according to monitoring of "Technorati", a service specializing in North American study of the blogosphere, indicated as the major authority on the subject.

The intersection of these two lists, keeping the blogs that are repeated and excluding those who appeared in only one, build the *corpus* of this research

**Keywords:** blog; internet; semiotics; reader.

## Résumé

L'étude proposée consiste à analyser l'image du joueur brésilien blog. Pour ce faire, nous devons d'abord examiner le écrivain des pages, car pour construire l'image de qui produit le texte, produire automatiquement l'image de votre destinataire.

La recherche sera guidée par la sémiologie française ou de l'École de Paris, avec les axes de modalisation et de l'énonciation. Avec modalisation, nous l'avons intentionnelle et existentielle modalités. Avec énonciation, nous allons utiliser les concepts et énonciateur enunciatee, instances linguistiques qui correspondent à des cas de la rhétorique qui appelle, respectivement, l'ethos et pathos: images construites pour le texte de destinateur et destinataire de le énoncé.

Parmi les différentes possibilités et les critères de choix du matériau à analyser, mettre en place la recherche en tant que paramètre de blogs les plus populaires, car ils représentent, en théorie, la majorité des lecteurs. Dans l'hypothèse où il serait le plus visité des blogs, dans la majorité des blogueurs, et où la majorité des blogueurs serait un portrait de sa constitution.

Pour arriver à un corpus qui contient des blogs les plus populaires dans le pays, de me valider deux méthodes, qui rassemble un échantillon pour l'ensemble de l'année 2006, l'année de base qui se concentre sur l'étude. La première méthode est de mener une enquête sur la plupart des blogs ont voté par internet. Sur les 41 listes recueillies au cours des années, deux blogs se distinguent, tant la UOL portail: "Paz, amor e magia" e "EspalhaMerda".

Dans la deuxième méthode, de deux listes publiées dans les médias. Le revue "Época" publié en Juillet 2006 les huit blogs avec le plus grand nombre de hits. À la fin de 2006, le site "IDG Now!" a publié la liste des dix blogs les plus populaires de l'internet brésiliéne. Les deux listes ont été construites par le nombre de liens vers les blogs de la blogosphère a, conformément à la surveillance de Technorati, un service spécialisé dans l'étude nord-américaine de la blogosphère, a indiqué que les principales autorités en la matière.

L'intersection de ces deux listes, en gardant les blogs qui sont répétés et à l'exclusion de ceux qui figuraient dans un seul, j'ai mis le conjoint qui s'occupe de cette recherche.

**Mots-clés:** *blog*; internet; sémiotique; lecteur.

# Sumário

Introdução .....	9
1. Uma centelha prometeica	
1.1. Da calma ou estagnação à intempérie ou progresso .....	15
1.2. <i>Blog</i> .....	23
2. A vitrina dos olímpicos mortais	
2.1. Seleção do <i>corpus</i> .....	34
2.2. Configuração modal do blogueiro.....	40
2.3. Configuração enunciativa do blogueiro.....	50
3. Análise dos <i>blogs</i>	
3.1. Kibe Loco.....	60
3.2. Interney.....	69
3.3. Cocadaboa.....	75
3.4. <i>Blog</i> do Noblat.....	79
3.5. Paz, amor e magia.....	86
3.6. EspalhaMerda .....	91
4. Balanço da contemporaneidade	
4.1. Narcisismo.....	103
4.2. Liberdade.....	113
4.3. Ludicidade.....	127
Considerações finais.....	134
Referências bibliográficas.....	140
Anexos.....	150

# Introdução

*O objeto da busca encontra-se habitualmente em outro reino, num reino diverso,  
que pode estar situado muito distante em linha horizontal ou a grande altura ou  
profundidade em linha vertical.*

Vladimir Propp

*Da nossa vida em meio da jornada  
Achei-me numa selva tenebrosa  
Tendo perdido a verdadeira estrada.*

Divina comédia, Inferno, canto 1

O homem é fruto da relação social. Em sua disponibilidade para o outro, fenômeno muito bem sintetizado por Maffesoli (2007) mediante a expressão “osmose com a alteridade”, forma-se o eu e o outro. Se um dos constitutivos do homem é a relação, verdadeiro é, portanto, asseverar que a comunicação é a base de todo o processo. Nesses termos, o homem seria comunicativo por natureza.

Essa conclusão nos leva a entender por que o indivíduo — como peça de um quebra-cabeça — é responsável pela caracterização do social — a figura completa e montada. Para discorrer sobre o vínculo indivíduo-sociedade, convidarei algumas ideias da Física para nos ajudar em nossas reflexões.

Albert Einstein (1879-1955) conturbou as teorias de Isaac Newton (1643-1727) quando compôs suas Teorias da Relatividade, termo que sintetiza as teorias que supõem que os fenômenos físicos devem ser compreendidos relativamente a um referencial. Em suas teses, Einstein (ISAACSON, 2007) afirma que tempo e espaço não são absolutos, mas variam segundo o referencial.

Traçando um paralelo com as leis da Física contemporânea, podemos igualmente ratificar que indivíduo e sociedade não são instâncias absolutas. São, ao contrário, uma instância viva, assentada na imbricação e na reciprocidade, variando segundo a comunicação, vetor precípua de formação.

Para tipificar toda essa dinâmica do individual/social como um corpo lábil e vivo diretamente envolvido pela comunicação, é preciso que compreendamos toda essa “relatividade da mecânica comportamental”. Mecânica Quântica é um ramo da Física que estuda o comportamento de sistemas submetidos à ação de uma ou mais forças. Da mesma

forma, o individual/social é um sistema, ou melhor, um organismo vivo que sofre a ação dessa força principal que é a comunicação (revolucionada com o advento da internet). Daí a relatividade com a qual devemos mensurar todo o mecanismo do comportamento individual e social, considerando toda a conjuntura.

Depois de assistir ao surgimento dos *blogs*, e toda a internet num sentido geral, é possível afirmar que essa nova ferramenta é uma força, nos termos da Mecânica Quântica, capaz de influenciar o comportamento dos sistemas individual e social por ter introduzido uma nova forma de comunicação, mesmo sabendo que paira sobre essa nova tecnologia um maniqueísmo. De um lado, a esperança de que o ciberespaço possa ser um salto para a emancipação humana, com todos os benefícios oferecidos à humanidade. De outro, o medo de que ele possa ser o “zepelem” que provocará profundamente uma decadência cultural, com total empobrecimento da cultura humanística.

Mas, afinal, o que é um *blog*?

Nossa proposta não é servir de um guia de como criar ou usar o *blog*. Não. Tampouco confrontar o que mudou na comunicação humana, embora saibamos que na prática houve grandes mudanças no comportamento das pessoas, seja na escola, no trabalho, no lazer, nos relacionamentos. “A era da informação nos impõe um novo modo de pensar, as tecnologias da informação determinam novas formas de execução de nossas atividades específicas.” (MATTES, 2005, p. 54). Em meio a tantas novidades que surgem, sobretudo da área tecnológica, muitos ainda se encontram “numa selva tenebrosa no meio de sua jornada sem saber a verdadeira estrada”. Irremediavelmente, o *blog*, para ser mais preciso com o objeto de nosso estudo, mudou, tem mudado e mudará a visão de mundo que temos da comunicação.

Foi assim que aconteceu no jornalismo, quando o *blog*, um fenômeno de massa, concretizou uma mudança profunda na comunicação ao permitir que o cidadão comum se transformasse numa testemunha participativa, produzindo e distribuindo informação. A esse fenômeno se tem dado vários nomes: jornalismo *open source*, “citizen journalism”, jornalismo participativo e jornalismo cidadão.

Longe das discussões polêmicas que envolvem a ideia de que qualquer um possa ser jornalista, por motivos éticos, acadêmicos ou até mesmo culturais, a verdade é que, se de direito a função de jornalista cidadão não existe, de fato ela tem se tornado atuante.

No atentado de 11 de setembro, quando ataques suicidas capitaneados pela organização terrorista Al-Qaeda contra os Estados Unidos da América atingiram as torres do *World Trade Center* em Nova York, cenas exclusivas foram vistas por milhões de pessoas no

ato das explosões. Mas não foram cenas exibidas nas emissoras de TV. Foram gravações feitas do aparelho celular, transmitidas em *blogs*. Antes mesmo que a mídia registrasse o fato, pessoas comuns foram responsáveis pela captação de cenas de todo o desespero, seja por meio de fotos, seja por vídeos. O mesmo aconteceu com o atentado de sete de julho de 2005 em Londres, na Inglaterra, com a série de explosões que atingiu o sistema de metrô no centro da cidade. Com a possibilidade de atualizar o *blog* a partir do telefone celular, novamente o cidadão comum foi responsável pelo registro de cenas no momento da tragédia. Os *blogs* anteciparam a TV e o rádio, transformando-se na principal fonte de informação, com imagens que não eram vistas pela mídia. Por isso, diz-se que o *blog* revolucionou o jornalismo.

Mas nossa proposta não é focar a ferramenta em si. É analisar o publico-leitor de *blog* inserido num contexto geral que tem sido chamado de pós-modernismo, uma maneira de ver o mundo com postura diferente: novos usos da linguagem e das formas de narrativa; fragmentação; pluralidade; e volatividade. O desafio é buscar uma possível identidade desse destinatário. Antes de mais nada, não se deve confundir identidade com personalidade. Personalidade privilegia uma perspectiva individualista e também biológica ao encarar o ser enquanto uma estrutura psíquica inata. Identidade, por seu turno, considera o homem enquanto sujeito social, inserido num contexto sócio-histórico, embora a ampla conotação que o termo comporte. Tanto a psicologia analítica do eu quanto a psicologia cognitiva entendem identidade como um produto da socialização e garantida pela individualização. Portanto, o mais correto seria “identidade social”, já que carrega duas instâncias em sua constituição: social e individual.

Traçar uma identidade é refletir a imagem da sociedade e de seu imaginário. Ora, aqui entraremos no complexo comportamental do homem contemporâneo, no qual o blogueiro está incluído. Para essa incursão, far-se-á necessário convidar algumas linhas teóricas para nos ajudar na compreensão do comportamento do leitor contemporâneo, como por exemplo, a Psicanálise, a Sociologia, a Filosofia e a Cibercultura.

Quando falamos que nosso objetivo é a investigação do leitor de *blog*, é preciso que se façam algumas considerações, à luz da semiótica francesa, com a qual trabalharemos como suporte teórico principal para análise, para que não se venha confundir a nomenclatura.

Em nenhum momento julgo como leitor aquela figura real, de carne e osso, que se debruça sobre um livro para ler. Não. Com essa figura trabalham outras disciplinas, como a Sociologia. No nosso caso, privilegamos uma instância linguística que corresponde ao que a Retórica Clássica chama de *pathos*. É a imagem que se pressupõe pelo enunciado como destinatária do discurso de um destinador. Dentro dos estudos da enunciação, a semiótica

considera que em toda produção de linguagem há duas instâncias: por um lado, o enunciador, a imagem extraída do texto, pressuposta, que se coloca como produtora do discurso; por outro, o enunciatário, como equivalência, é a imagem corporificada a quem o enunciador se dirige como destinatário.

Esclarecidos os termos, nosso foco é o enunciatário de *blog*. Muitos são os caminhos para tratar a questão da leitura: pedagógico, sociológico, literário. O caminho pelo qual trilharemos é o da linguística, procedendo ao exame da imagem e da configuração do leitor construído no texto.

Mas se o leitor é extraído do texto, qual texto, ou seja, qual *blog* devemos analisar? Essa parece uma tarefa difícil quando se busca um objeto que se encontra em outro reino — a blogosfera — um reino obscuro, incerto, muito distante em linha horizontal e em grande altura ou profundidade virtualmente falando.

No meio de minha jornada — minha pesquisa — achei-me numa selva tenebrosa da imaterialidade do mundo virtual, sem noção alguma de qual verdadeira e segura estrada caminhar!

Analisar qualquer *blog* poderia ser um insulto à cientificidade, pois estaria me governando a bel-prazer. Critérios seriam indispensáveis. A solução veio com a grande imprensa. Que ironia! Como há pouco disse, o *blog* viria a revolucionar a comunicação. E veio também para minha pesquisa. Depois da publicação dos *blogs* campeões de audiência, estava composto o *corpus*, nosso conjunto significante. Como veremos ao longo do trabalho, um conjunto heterogêneo na heterogeneidade do próprio mundo da blogosfera: tão variado e complexo como a própria internet. Desse rudimento, lançamos as bases da configuração do leitor de *blog*. Mas isso conferiremos em seguida, com a leitura da leitura dos *blogs*.

O trabalho se estrutura em quatro capítulos.

No primeiro, faremos duas exposições: as mudanças trazidas pela internet, incluindo o meio e seus usuários; e a caracterização do *blog*, discutindo a materialidade da ferramenta e a relação de cumplicidade entre escrevente e leitor.

Logo em seguida, no capítulo dois, discutiremos com mais detalhes o que já expusemos superficialmente nesta introdução sobre os critérios de escolha do *corpus* com o qual trabalharemos nas análises. Introduziremos também as bases da semiótica greimasiana para falar das configurações modal e enunciativa do blogueiro.

As análises propriamente ditas estarão no terceiro capítulo. O *corpus* é constituído de seis *blogs*, a saber:

Interney (<http://www.interney.net>);  
*Blog* do Noblat (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>);  
Kibe Loco (<http://www.kibeloco.com.br>);  
Cocadaboa (<http://www.cocadaboa.com>);  
Espalhamerda (<http://espalhamerda.zip.net>);  
Paz, amor e magia (<http://paz.amore.magia.zip.net>).

No último capítulo, abordando, respectivamente, os conceitos de narcisismo, liberdade e ludicidade, faremos um balanço dos traços característicos encontrados na constituição do leitor de *blog*.

# 1. Uma centelha prometeica

*Estou propenso a crer que o que mais tememos é o que nos tira de nossos hábitos.*

Ródion Raskólnikof (*Crime e castigo*)

*Isto só vem com o hábito. Assim uma criança não aceita a princípio voluntariamente o seio materno, todavia dentro em pouco nutre-se com prazer.*

Mefistófeles (*Fausto*)

**E**mbora o termo tenha sido cunhado em 1982, a Internet é fruto de um projeto criado em 1966, por Bob Taylor, um pesquisador da Agência de Projetos de Pesquisa (ARPA), nos EUA. Por isso, no início ela foi chamada de ARPANET. Taylor talvez não tivesse previsto a revolução não só tecnológica mas também social que seu projeto provocaria.

Ainda que não seja um previdente, foi um Prometeu que usurpou as prerrogativas da ciência para dar aos homens a chance de desafiar o tempo e o espaço com a centelha da navegação digital. Sua ousadia contra os deuses fora necessária porque o segredo das pesquisas científicas não é nenhuma dádiva que deva ser privada do conhecimento dos homens, acorrentada no alto de uma montanha no meio de um deserto, cujo propagador seja devorado diariamente pelos abutres invejosos.

Mas pode alguém dizer: era apenas um experimento tecnológico! Sim, era só isso e nada mais. No entanto esse novo mecanismo, que logo impulsionou setores e ações no mercado, tornou-se uma “Lenora”, deusa fulgurante, amada por todos, quebrando barreiras e fronteiras. Ficar sem ela, nunca mais.

Quando pensamos no mundo sem essa ferramenta fantástica, imaginamos um corvo, antigo e singular, como um espectro noturno. É necessário, portanto, grasnar com protesto, ainda que a seda rubra da cortina arfe em lúgubre surdina ou o ruído forte repercuta nos vitrais, duas palavras sempre iguais: nunca mais.

Desse período não muito distante, desconhecedor das correspondências eletrônicas e do mundo virtual, resta apenas um ritornelo, o ritornelo de “Nunca, nunca, nunca mais”.

## 1.1. Da calma ou estagnação à intempérie ou progresso

Nós vivemos um segundo dilúvio: o da informação. Com o mar de mensagens, em diferentes meios e em diversos formatos (textuais, imagéticas, audiovisuais, etc.), o homem não morre afogado mas sofre da “síndrome da fadiga da informação”, uma angústia provocada pela incapacidade de absorver tudo que ouve e vê. O mundo saiu da escassez para a saturação de informação. “Mais informações têm sido produzidas nos últimos 30 anos do que nos cinco mil anos anteriores. Uma edição de um dia de semana do *New York Times* contém mais informações do que tudo aquilo que um homem médio do século XVII ficou sabendo em toda sua vida” (SERVA, 1997, p. 148).

Na canção “Alegria, alegria”, Caetano Veloso ironiza: “o sol nas bancas de revista me enche de alegria e preguiça. Quem lê tanta notícia?”. Só em relação aos periódicos, embora o número seja controverso, estima-se que sejam mais de 3 mil títulos vendidos em banca. A Associação Nacional dos Editores de Revista (ANER)<sup>1</sup> registra mais de 2 mil títulos.

Todo esse cenário foi impulsionado ainda mais com as prerrogativas da internet, que potencializa os sentidos do homem. Quem muito bem percebeu essa possibilidade humana de se estender por meio de projeções artificiais foi Marshall McLuhan, que analisava as tecnologias como extensões do homem: “Sob pressão das necessidades, é mais natural fragmentar nossa própria forma corpórea, de maneira que uma parte dela se traduza em outro material, do que transferir movimentos de objetos externos em outros materiais”. (1979, p. 207). Ele compreendia a evolução tecnológica como aprimoramento ininterrupto da capacidade de captação (sentidos), processamento (inteligência), produção (potência), acúmulo (memória) e partilha de informações cada vez mais rápidas (linguagem ou código comum).

O homem nunca está contente com sua condição; acalenta em sua vivência sempre o desejo de mudança, como nos revela o método dialético: o ser, em seu percurso, depara-se com a contradição, que provoca movimentos, chegando finalmente à mudança desse ser. A dialética nos ensina que tudo é contradição. Logo, chegamos à conclusão, por exemplo, de que o maior bem do homem é também sua desgraça. Como nos disse o psicanalista Erich Fromm (1961, p. 37), “a razão, bênção do homem, é também sua maldição”, pois tendo consciência de si, ele descobre sua impotência e as limitações de sua existência: visualiza seu próprio fim, a morte.

---

<sup>1</sup> [www.aner.org.br](http://www.aner.org.br)

Goethe (1964) teve a fina percepção de tomar o caso do Dr. Fausto, um pseudomédico alemão praticante de magia, que teria vivido entre 1480 e 1540, e transformá-lo numa obra-prima da literatura universal. A obra é a representação da frustração da humanidade na busca do ideal impossível, a insatisfação do homem com sua condição de ser contingente, nascido para a morte, tendo aspirações infinitas e realizações efêmeras.

Fausto é ambicioso, assim como todo homem, que carrega em seu material genético o impulso fáustico, recorrendo a expedientes para desafiar barreiras e ultrapassar os limites da condição humana.

Podemos dizer que a internet também é produto desse impulso fáustico, que permitiu uma revolução digital, trazendo consequências sociais, culturais, econômicas e subjetivas.

No âmbito social, todo esse aparato à nossa disposição estabeleceu novas formas de relação, que, por sua vez, criaram um novo mundo. Como diz o próprio MacLuhan (1979, p. 37), “cada produto que molda uma sociedade acaba por transpirar em todos e por todos os seus sentidos”, ou seja, somos influenciados por aquilo que nos rodeia.

Assim aconteceu quando do surgimento da escrita, que impulsionou o processo de destribalização do homem. Na cultura oral, o homem precisava do grupo para adquirir conhecimento. Quando um velho morria, era como se uma biblioteca fosse incendiada. A escrita, portanto, possibilitou o armazenamento do conhecimento. A consequência desse processo foi a individualização.

Um dos resultados da internet, e de todas as tecnologias digitais, foi a enorme dependência do homem em relação ao computador, pois hoje não conseguimos imaginar o mundo sem essa ferramenta sempre presente.



**Fig. 1: Post do blog de Tiago Dória, publicado em 18/03/2007, ilustrando comicamente a incorporação do computador em nossas vidas**

Quando falamos da relação do homem com a técnica, sempre há uma ideia de dominação, no sentido positivo, ao tratar a técnica como o meio pelo qual o homem exerce o domínio exterior e absoluto sobre a natureza. Mas se considerarmos que o homem é cada vez mais refém dos seus próprios inventos, não haveria uma inversão, sendo o homem o sujeito dominado pela técnica? Como nos delata Koyré (1991, p. 245), “ao invés de libertar o homem e fazer dele ‘o senhor e dominador da natureza’, a máquina transformou o homem num escravo de sua própria criação”. E aqui nos deparamos com um aspecto negativo trazido pela internet: a dependência.

É notório que a internet se tornou uma ferramenta indispensável ao nosso dia a dia. Mas quando o uso passa a ser desenfreado, é preciso um alerta. A necessidade se transforma num vício. O internauta dependente tem os mesmos sintomas de um viciado em drogas: se o viciado não puder entrar na rede, há reação física. Esse quadro alarmante chegou até a receber nomes: “dependência de internet” e “uso patológico da internet”.

O caderno *Megazine* (HELAL FILHO, 2006, p. 10-11), do jornal *O Globo* do Rio de Janeiro, fez um teste para ilustrar o perigo dessa dependência, quando o *hobby* vira uma febre. A convite do periódico, a estudante Daniele Álvares, de 18 anos, ficou desconectada por uma semana: sem celular e sem computador. Viciada assumida em internet, a jovem sofreu com o jejum: “sinto falta da informação imediata”; “acho que fiquei meio paranoica”; “quero entrar no Orkut!”. Para a estudante, a privação foi um calvário. Assim como ela, tem

gente que simplesmente abre mão dos afazeres. São horas a fio no computador. Não estuda, não trabalha, deixa de sair de casa e não dorme, nem sequer vê a luz do dia para “se enfiar” no mundo virtual. Passam até 12 horas por dia no MSN, fuçando no Orkut, bisbilhotando o *YouTube*<sup>2</sup>, checando e-mails, blogando...

O uso excessivo e disfuncional da internet preocupa não só os pais, que veem seus filhos pregados o dia e a noite numa máquina, como os profissionais da saúde. O Programa de Orientação e Atendimento de Dependência (Proad), do Departamento de Psiquiatria da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), tem um ambulatório que trata de quatro dependências não-químicas: jogo, sexo, compras e internet.

Na China, diante da constatação do abuso de adolescentes no uso da internet (CHA, 2007), o governo chinês declarou guerra ao vício, sobretudo quando estudos apontaram que a dependência foi causadora de assassinatos e até de suicídios. E a influência de fato pode comprometer a vida desses jovens. Foi assim que sucedeu com o romance de Goethe, “Os sofrimentos do jovem Werther”, que causou uma onda de suicídio na Europa no século XIX. O caso é tão preocupante que o governo chinês está construindo oito clínicas de reabilitação para jovens dependentes.

Caso semelhante acontece nos EUA, onde, conforme estudo (INTERNET, 2006), há 50 milhões de pessoas viciadas na internet. Esses fatos destacam o caráter de doença do problema.

Ninguém sabe os limites do progresso técnico, mas, em cada etapa de seu crescimento, todo mundo sabe, com um saber oblíquo e incorporado, que o progresso é, em sua natureza, opaco para si mesmo e obtuso para as condições de suas próprias possibilidades, cego para os valores e insensível para a operação de seus limites. (LEÃO, 1995, p. 19)

Semioticamente falando, temos a passagem de um estado eufórico para um estado disfórico. “Eufórica é a relação de conformidade do ser vivo com o meio ambiente, e disfórica, sua não-conformidade.” (BARROS, 2001, p. 24). Ora, a internet é um meio de comunicação de grande função, uma fonte de informação riquíssima. Seu advento proporcionou, a princípio, um estado eufórico e positivo. No entanto o comportamento alarmante de seus usuários tem provocado um estado disfórico e negativo.

---

<sup>2</sup> O *YouTube*, criado em 2005, é o mais popular site que permite aos seus usuários carregarem e compartilharem vídeos em formato digital. Hospeda grande variedade de filmes, vídeos e matérias caseiras.

Ao lado desse diagnóstico sombrio e patológico, são comemoradas as facilidades trazidas pela internet, como maior acesso à pesquisa<sup>3</sup> e à comodidade. Pierre Lévy (1999), um teórico do mundo digital, afirma que com a internet o conhecimento se libertou da formalidade, já que as fontes são diretamente acessíveis. Essa diversidade de fontes e a discussão aberta possibilitaram um meio incontrolável, ao contrário da televisão e da imprensa, que são instrumentos de manipulação e de desinformação por impor uma visão e proibir a resposta, a crítica e o confronto.

Lévy (1999, p. 88) ainda diz que “o ‘virtual’ não substitui o ‘real’, ele multiplica as oportunidades para atualizá-lo”. Antes que haja confusão entre “real” e “virtual”, o teórico francês ressalta que virtualização não é uma desrealização do mundo; é, antes, uma extensão do potencial humano. A técnica condiciona a sociedade e a cultura, mas não as determina, ou seja, abrem-se algumas possibilidades que podem se efetivar ou não.

Na contramão, assumindo um ponto de vista reticente, talvez por considerar a internet uma tecnologia limitante do desenvolvimento intelectual, está o sociólogo e filósofo Jean Baudrillard, discípulo<sup>4</sup> de Roland Barthes e intérprete da cultura contemporânea. “Vídeo, tela interativa, multimídia, internet, realidade virtual: a interatividade nos ameaça de toda parte”. (2002, p. 129).

O resultado dessas asserções conflitantes, ora exaltando o advento da internet, ora excomungando-a, é a formação de dois polos: “um otimismo exagerado em oposição a um pessimismo apocalíptico que pressupõe uma eterna relação de dominação” (SILVA, C., 2006, p. 15). É nula a discussão a respeito da negatividade ou não da internet. Há uma discussão polêmica quando falamos se a internet é uma ferramenta boa ou ruim. Antes de polemizar sobre o assunto, é necessário trazer à baila uma passagem da obra *Hamlet*, quando o príncipe Hamlet diz aos seus dois amigos, Rosencrantz e Guildenstern, que a Dinamarca é uma prisão. Os dois, contestando o amigo, recebem como resposta a seguinte fala: “Então pra você não é. Não há nada de bom ou mau sem o pensamento que o faz assim. Pra mim é uma prisão” (Ato 2, cena 2). Esta cena ilustra o princípio do relativismo subjetivo, ou seja, cada um tem um ponto de vista.

Seria contraproducente nos assentarmos nessas controvérsias, afinal, a ação das mudanças digitais já faz parte de nossas vidas. O mais prudente seria dizer que entre homem e técnica há uma simbiose, um equilíbrio harmonioso, a exemplo do que nos diz a ontogenética.

---

<sup>3</sup> A enciclopédia virtual Wikipedia ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)) proporciona informações sobre qualquer tipo de assunto, disponibilizados em minutos a todo internauta.

<sup>4</sup> “O sistema dos objetos” foi a tese de doutorado de Baudrillard orientada por Roland Barthes

Nesta perspectiva, não há supremacia do homem sobre a técnica, tampouco da técnica sobre o homem, pois a técnica é mediadora da relação do homem com a natureza. E nessas mediações, à medida que progride no uso de suas ferramentas, suas invenções o transformam. Assim como construímos as máquinas, as máquinas nos constroem. Aqui chegamos a mais um tipo de consequência, a subjetiva.

Em sua “Teoria da ação comunicativa”, Jürgen Habermas (1997) estuda como a comunicação serve às ações humanas. Ele fala da relação de complementaridade (ou causalção circular cumulativa): a mídia faz a nossa cabeça, mas nós também fazemos a cabeça da mídia. Nós influenciemos a opinião dos outros; a dos outros influencia a nossa. A relação de complementaridade é apenas um exemplo de como o processo sempre ocorre em mão dupla.

Por fim, podemos dizer que a internet trouxe, *pari passu*, consequências econômicas e culturais, alterando completamente a forma de comunicação dos meios tradicionais. E isso se deu tanto na produção como na recepção. Na produção clássica, o direcionamento é de um para vários, ou seja, do autor ou veículo de comunicação para todo o público. No meio digital, há o mecanismo de vários para vários; o modelo *one-to-many* (um-todos) das mídias tradicionais é substituído pelo modelo *many-to-many* (todos-todos), ampliando as possibilidades de interatividade e de estímulo-resposta entre os interlocutores do processo. Trocando em miúdos, qualquer autor pode disponibilizar seu trabalho na rede. Um exemplo em que essa mudança salta aos olhos está no mercado editorial.

No século XIX, a Revolução Industrial da imprensa provocou a separação de funções: autor, editor, tipógrafo, distribuidor e livreiro. Da autoria até a colocação no mercado, o autor participa de apenas um estágio dentro do processo.

Na produção digital, as informações são difundidas sem intervenções, diretamente do autor ao leitor, sendo todas as outras funções suprimidas. O texto eletrônico proporciona uma mistura de papéis. Os autores tornam-se seus próprios editores. Conforme observa Chartier (1999, p. 13), “a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito assim como nas maneiras de ler”.

Com relação ao suporte material, as mudanças foram enormes ao longo do tempo. Das pinturas rupestres, passamos pelas tábuas de argila da Suméria (3000 a.C), pelos rolos de papiro e de pergaminho, pelo códice (formato do livro, surgido entre os séculos II e III), pelas telas de computadores e agora pelo papel eletrônico. Lançado em 2006 com um custo de aproximadamente € 400, num pioneirismo do jornal belga *De Tijd* (O Tempo), da Antuérpia, a novidade, comportando inicialmente 244 MB (megabites) de espaço, vem com muitos atrativos: consome cem vezes menos energia que um computador portátil, economiza papel (o

jornal norte-americano *New York Times* gasta cerca de 200 mil toneladas de papel por ano) e não causa o efeito *flicker*, responsável pelo cansaço dos olhos.



**Fig. 2 : Papel eletrônico**

Das duas revoluções de que fala Chartier, abordamos de relance a revolução do suporte. Resta-nos comentar a respeito da revolução na maneira de ler. Este último tópico resvala na questão da recepção. É bom lembrar que a leitura passou por uma grande transformação no século XVIII, graças ao progresso impulsionado pela Revolução Industrial: é a passagem da leitura intensiva à leitura extensiva.

Antes da imprensa, o número de livros era irrisório. Quem o tinha, utilizava-o, inclusive, como ornamento numa casa. Ler era retomar sempre os mesmos textos. Um único texto era lido e relido várias vezes, não sendo espantoso o fato de memorizá-lo. Por conta dessa raridade, predominava a Bíblia como a principal fonte. A familiaridade com o texto bíblico tornava leitura e fé indissociáveis. Numa família, a leitura era sacralizada, um instante de reverência. Sendo um ritual, ela era realizada em voz alta e em grupo. Com as oportunidades trazidas pela Revolução Industrial, avultam os livros e a oportunidade de lê-los. Com o maior número de impressos, descaracteriza-se a leitura intensiva para dar espaço a um novo hábito: a leitura extensiva. A prática da leitura agora era individual, íntima, acompanhada de um modo silencioso. O livro já não era visto como um objeto de reverência, pois o leitor gozava de liberdade para escolher suas leituras diante de um vasto número de livros que eram lançados e disponibilizados.

Além da forma de ler, há a questão do que se lê. Se a indústria cultural contribuiu para a escolha de leitura dos leitores, a internet concedeu a alforria completa, contemplando com a liberdade tanto os autores quanto os leitores. Do ponto de vista da leitura, há uma contradição: um contentamento por proporcionar a quebra do monopólio dos meios tradicionais, mas também uma preocupação, pois os jovens se afastam da leitura tradicional. “Aqueles que são considerados não-leitores leem, mas leem coisa diferente daquilo que o

cânone escolar define como uma leitura legítima” (CHARTIER, 1999, p. 103-4). Com a valorização do campo tecnológico, a tendência é que haja um desprestígio crescente da cultura humanística e das artes e um fascínio pelo mundo digital: iPod, videogame, laptop, DVD player, torpedos, e-mail, câmera digital, etc. E nessa onda há o preconceito contra aqueles que desconhecem essas novas tecnologias, os semianalfabetos digitais, ou analfabets.

Figurativamente falando, a carta de alforria dessas leituras, abrindo possibilidades temáticas, é proporcionada pelo *blog*, tônica de nosso próximo item.

## 1.2. Blog

*Blog*, muitas vezes chamado de diário virtual, é uma espécie de página pronta na internet, na qual o autor pode publicar livremente qualquer tipo de texto:

O blog é uma página web atualizada freqüentemente, composta por pequenos parágrafos apresentados de forma cronológica. É como uma página de notícias ou um jornal que segue uma linha de tempo com um fato após o outro. O conteúdo e tema dos blogs abrangem uma infinidade de assuntos que vão desde diários, piadas, links, notícias, poesia, idéias, fotografias, enfim, tudo que a imaginação do autor permitir.

Usar um blog é como mandar uma mensagem instantânea para toda a web: você escreve sempre que tiver vontade e todos que visitam seu blog têm acesso ao que você escreveu. (KOMESU, 2005, p. 98)

Ferramenta originária da internet, o *blog* foi criado em 1997 pelo norte-americano Dave Winer. Embora haja polêmica a respeito da autoria, Winer mantém o pioneirismo com *Scripting News* (www.scripting.com), considerado o primeiro *blog* do mundo, lançado em 1º de abril de 1997.



Fig. 3: Primeiro *blog* do mundo, criado por Dave Winer

O termo “blog” deriva de “weblog”, expressão cunhada em dezembro de 1997 por outro americano, Jorn Barger, editor do *robot wisdom weblog* (www.robotwisdom.com): "Um **weblog** (às vezes chamados de *blog*, uma ‘página de notícia’ ou um filtro) é uma página da web onde um **weblogger** (às vezes chamado de blogueiro ou pré-surfista) ‘loga’ (linka) todas

as outras páginas da web que ele/ela considera interessantes" (BARGER, 2001). Mais tarde, o termo acabou sendo dividido em dois para gerar o trocadilho “we blog” (“nós blogamos”). E a brincadeira deu certo. Com o tempo, a expressão foi reduzida e o uso de apenas “blog” foi consagrado. É um nome genérico para indicar uma página atualizada regularmente. Além dele, são usados os termos “flog” e “vlog”, tipos especiais de *blog*. Flog é a contração de fotoblog ou fotolog, uma página que traz fotos. Vlog é abreviação de videoblog ou videolog, feito com vídeos. Com a facilidade dos equipamentos digitais para fotografar e gravar vídeos, como câmeras fotográficas e celulares, tanto flog quanto vlog se tornam comuns.

No Brasil, os *blogs* começaram a ser escritos por volta de 2000. Em língua portuguesa, o primeiro *blog* de que se tem notícia foi feito pelo brasileiro Nemo Nox, radicado nos Estados Unidos. Seu *blog*, “O Diário da Megalópole”, foi colocado no ar no dia 31 de março de 1998.



**Fig. 4: Primeiro *blog* em língua portuguesa, criado por Nemo Nox**

Abaixo, a transcrição do primeiro *post* (texto inserido no *blog*):

*Start spreading the news, I'm leaving today, I want to be a part of it - New York, New Yo...* Corta! Música errada, cidade errada, país errado. Tentemos novamente...

*Alguma coisa acontece no meu coração, que só quando cruzo a Ipiranga e a avenida São João...* Agora sim! Sampa, aqui me tens nemonoxiando pela dura poesia concreta de tuas esquinas (thanks, Caetano!). Desde a última semana de março de mil novecentos e noventa e oito, sou mais um habitante desta megalópole pulsante, insignificante indivíduo numa coletividade de mais de dez milhões de pessoinhas.

Encontrar um apartamento para alugar foi mais fácil do que eu imaginava. A oferta era grande, e achei rapidamente um simpático imóvel do tamanho que eu precisava, ao preço que eu podia pagar, e na região que eu queria. Ultrapassados os trâmites burocráticos (contratos, fiadores, cauções, etc.), instalei-me a dois quarteirões da avenida Paulista, no bairro que leva o poético nome de Paraíso. Gastei uma semana desencaixotando meus modestos pertences e tentando organizá-los - uns poucos milhares de livros e outras tantas centenas de revistas sempre dão algum trabalho. Agora que as coisas estão um pouco (só um pouco) mais tranquilas, começo a publicar este desprezencioso diário, contando minhas andanças por Sampa (prefiro este apelido carinhoso à referência religiosa do nome oficial). Acompanhem-me, não só na leitura mas também com opiniões, sugestões e palpites.

Os *blogs* vêm se transformando num fenômeno de massa. A blogosfera, como é conhecido o mundo dos *blogs*, conta com quase 100 milhões, segundo o Technorati ([www.technorati.com](http://www.technorati.com)), serviço de buscas e indexação, especializado nos diários virtuais da blogosfera. Em abril de 2007, segundo a empresa, eram criados 175 mil *blogs* por dia e cerca de 1,6 milhão de *posts* publicados diariamente, ou seja, o equivalente a 18 atualizações por segundo. Os números realmente impressionam<sup>5</sup>.

Para chegar a um milhão de usuários, a telefonia fixa demorou 74 anos; rádio, 38 anos; computadores, 16 anos; celulares, cinco anos; internet, 4 anos; *skype*, 22 meses. Quanto aos *blogs*, apenas para termos uma comparação com outras tecnologias lançadas ao longo da História, em maio de 2006 eram 40,5 milhões; em abril de 2007, o número chegava a 72 milhões. Em menos de um ano, a blogosfera praticamente dobrou de tamanho. Blogar faz escolas. Torna a internet e, por consequência a blogosfera, um proselitismo digital.

---

<sup>5</sup> Veja em anexo, todas as particularidades no tocante aos blogs e aos blogueiros, com gráficos e tabelas.

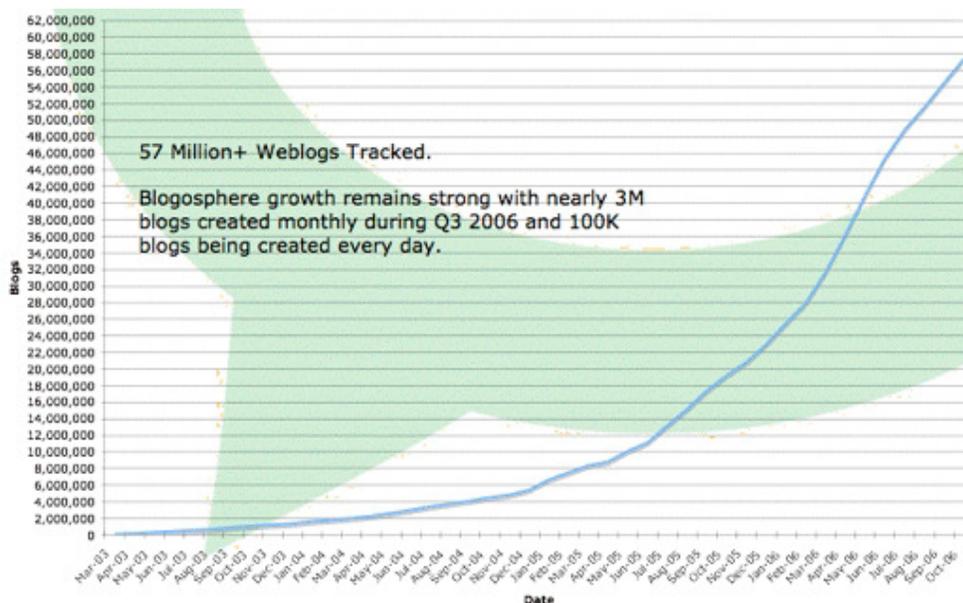


Fig. 5: Número de *blogs* (março/ 2003 a outubro/2006)

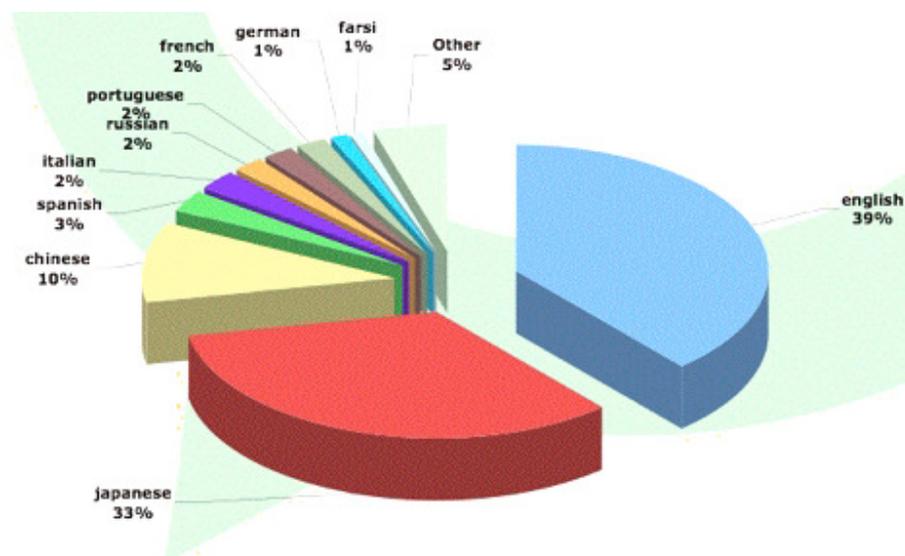


Fig. 6: Número de *blogs* distribuído por Língua pelo qual foi escrito

Uma das razões pelas quais o *blog* ganha tanta popularidade é a facilidade para criá-lo. Não se exige do usuário conhecimento técnico detalhado para mantê-lo. É uma página pronta, semelhante a um editor de texto.

Para entrar na blogosfera, é preciso escolher um site que ofereça o serviço e se cadastrar. A maioria oferece a ferramenta gratuitamente. Depois, criar um endereço. Se possível, o nome deve ser objetivo, indicando o conteúdo da página. O próximo passo é dar uma cara a ele. Essa cara, o *layout* da página, é chamado *template*. Os próprios serviços

oferecem alguns modelos pré-configurados que podem posteriormente ser alterados. Mas há também uma infinidade deles já prontos para serem baixados na internet. É o enfeite do *blog*, daí sua importância para atrair leitores. Trazem imagens e cores, uns mais extravagantes, outros mais discretos. Em geral, o *template* é uma forma de identificação entre o escrevente e o leitor de *blog*.

Os usuários mais avançados no mundo virtual costumam ter endereços próprios na rede. Mas, para isso, é preciso registrar um domínio (URL, endereço de página) e configurar a página no provedor onde o site está hospedado.

O crescimento vertiginoso do *blog* é acompanhado da volatilidade. *Blogs* se formam e se desfazem. Alguns têm tempo de vida curto. Outros se consolidam. Da mesma forma que e-mails são criados e abandonados, há páginas que deixam de existir da noite para o dia. Há blogueiros que iniciam sua página com ímpeto. Escrevem texto, inserem imagens, respondem os comentários. Duas semanas depois, deixam de atualizar a página. E página que não é atualizada está com o fim decretado.

A grande quantidade de *blogs* desencadeia também variedade de formas e de temas. “Não existe uma subcultura on-line única e monolítica, mas antes um ecossistema de subculturas, umas frívolas e outras sérias”. (RHEINGOLD, 1996, p. 156). Encontramos *blog* com as mais variadas temáticas: esporte, política, economia, jornalismo, informática, sexo, vídeos, história, jogos, novela, etc. Os que abordam tecnologia fazem o maior sucesso. Nada mais natural. São escritos e lidos por pessoas vidradas por inovações tecnológicas.

Os diários virtuais têm deixado de ser apenas um *hobby* para receber uma atenção maior. De febre juvenil passou a ser um importante canal de comunicação. Ocupa espaço cultural, acadêmico, religioso e profissional.

Muitos jornais disponibilizam o “blog da redação”, por meio do qual leitores podem participar da inserção de textos e comentários. Ou até mesmos os próprios jornalistas que escrevem seus *blogs* particulares, como uma forma de complementar as matérias produzidas no dia. Ali é uma oportunidade para colocar suas opiniões, o que na escrita jornalística não é possível por conta da necessidade do texto imparcial.

Outro exemplo da importância da qual tem se revestido os *blogs* está no mundo corporativo. Empresas têm usado a ferramenta como um instrumento de publicidade para divulgar produto e serviços e promover uma maior aproximação com os consumidores. Até executivos têm aproveitado a tecnologia para abrir um canal com os clientes ou com os funcionários. É o caso do presidente do banco HSBC do Brasil, Emilson Alonso (SILVA, M., 2006, p. L14). Em 2006, ele criou um diário virtual da instituição financeira. É o “Blog do

CEO”. Pelo menos uma vez por semana o executivo publica texto sobre temas ligados ao cotidiano do banco. Alonso garante que recebe nos comentários muitas críticas e sugestões. “Você entra, mete seu nome e fala o que bem entender”. A forma como o presidente entrou no mundo virtual foi um tanto curiosa. Ele recebeu da filha um convite para entrar no Orkut. Lá encontrou diversas comunidades sobre o HSBC. Depois descobriu que vários executivos já mantinham um *blog* para falar com seus clientes. Foi aí que teve o *insight*, a ideia de criar a página.

Para atrair um público cada vez maior de leitores, o *blog* se vale de vários recursos disponibilizados na internet. Entre eles estão os recursos audiovisuais ou multimídias. Como a própria análise morfológica já anuncia, “multimídia” corresponde à integração harmônica de múltiplas mídias numa única página: gráficos, imagens, textos, áudio, animação (para melhor visualização de imagens em 3-D) e vídeos. Basicamente, é a junção de mídia estática (texto, fotografia, gráfico) com mídia dinâmica (vídeo, áudio, animação).

Há outras denominações para o fenômeno, como intermedialidade ou inter-relação de mídias. É um dos mais eficazes recursos para garantir a transmissão de informação, porque estimula mais sentidos que as simples mídias, atraindo, portanto, mais os leitores. Em uma pesquisa feita pela revista semanal *Veja*, em 2005, constatou-se que a imagem (fotografia) numa matéria atrai mais a leitura. Uma matéria sem fotografia é lida por 9% dos leitores, ao passo que a mesma matéria com foto é lida por 15% dos leitores. Além disso, torna a página mais leve, menos cansativa. Ler, por assim dizer, chega perto de um entretenimento. Entretenimento proporcionado também pela possibilidade das “viagens” pelos *links*, que introduzem os leitores em outras páginas. Dessa forma, a trajetória de cada leitura é peculiar, já que cada leitor pode optar em acessar *links* que o levam a informações complementares.

Para entender os *links*, vamos falar do hipertexto, uma característica da linguagem do *blog* e da internet.

No texto impresso tradicional a leitura é linear, onde a trajetória é semelhante a todos os leitores. Com a internet, o produtor do texto ganhou opções para construir seu texto, personalizando a escrita e a leitura. A linearidade deu espaço ao não linear, que caracteriza a materialidade do texto online. Com o hipertexto (texto eletrônico), uma espécie de texto em paralelo que se encontra ligado a outros textos por um elo chamado *hiperlink* ou simplesmente *link*, o internauta pode saltar de uma página à outra, ou seja, de um *link* a outro, acessando outros textos, imagens, vídeos... Nesse caso, estamos falando de hipermídia: a

ligação de várias mídias pelos *links*. O hipertexto ilustra de forma prática o conceito de intertextualidade.

Pelo hipertexto a leitura se transforma numa aventura por várias páginas sem que nenhuma delas seja considerada a principal, pois não há limites, nem início nem fim, porque a infinidade de elos conduz o leitor a diversas possibilidades de descobertas pelo mundo virtual, onde um assunto se sobrepõe a outro. Se começo a ler sobre a história milenar da China, acabo a leitura nos meandros da manobra política do Congresso Nacional em Brasília.

Daí ser fácil concluir que a pluralidade de leitura tem como extensão a pluralidade de *blogs*. Como veremos ao longo do trabalho, a heterogeneidade é uma marca do conjunto significativo que compõe o *corpus* de nossa pesquisa.

Por isso, é quase impossível mapear todas as espécies de *blogs*. Por conta dessa diversidade, eles se transformaram para os internautas numa fonte de consulta, com dicas, sugestões e técnicas de auxílio e orientação. Muitos leitores preferem os *blogs* para se atualizarem. Em vez dos grandes sites de notícias, como *Estadão*, *Folha*, *Globo*, acessam os *blogs* por preferirem uma cobertura livre do formalismo. Além disso, o *blog* abre espaço para a participação ativa do leitor por intermédio do campo de comentário, logo abaixo dos *posts* inseridos. É um modelo de interatividade, com muitos colaboradores.

Com o advento da internet, há mudanças no estatuto do autor e do leitor, não na sua existência, mas no seu funcionamento discursivo. No *blog*, há um modo de enunciação marcado pela instantaneidade das relações. O principal atributo do *blog* parece ser a possibilidade de resposta do leitor. A participação do outro é fundamental nessa prática não somente pelo princípio dialógico da linguagem, mas porque o outro funciona no ambiente virtual como um termômetro ou um “índice da visibilidade do sujeito”, haja vista a instalação na página do contador de visitas, que contabiliza a quantidade de acessos. O uso desse recurso ratifica o que Walter Benjamin (1990, p. 223) afirmara no século passado, referindo-se aos parâmetros de avaliação: “a quantidade tornou-se qualidade”.

Os comentários bem-vindos são aqueles recebidos por amigos ou conhecidos virtuais que falam diretamente sobre o *post* ou o autor. Admitem críticas, mas não quando vindas de desconhecidos. Indesejáveis também quando os comentários não dizem nada sobre a página, usando o espaço tão-somente para divulgar seu *blog*. No entanto, há comentários que servem de porta de entrada para novas amizades. É quando o autor do *blog*, como retribuição, visita o endereço de *blog* deixado no comentário. Se houver identificação, a troca de visitas se torna uma prática.

O que o blogueiro busca é a legitimação de si mesmo no outro. Procura ser aceito e ao mesmo tempo ver-se pelo outro. É narcísico. O leitor procura um *blog* com o qual se identifique: tema, linguagem, layout de página. O escrevente nutre seu *blog* na esperança de encontrar público que o aceite, seja no contador de visitas, seja nos comentários inseridos, ambos são sinais de que a página tem encontrado eco. É o casamento do querer escrever com o desejo de buscar o que se quer ler.

Nessa relação, “cria uma nova forma de cumplicidade, baseada na confiança no desconhecido.” (SCHITTINE, 2004, p. 111). Estando face a face com meu interlocutor é muito mais difícil contar as agruras, revelar meus segredos, expor a intimidade. Por que muitos preferem largar da namorada por telefone quando o justo seria desfazer a relação pessoalmente? Evita-se o constrangimento ou a possível recusa. A cumplicidade também pode ser vista na própria linguagem da internet, o internetês.

O internetês é um tipo de linguagem que se baseia na abreviação das palavras usadas nos textos. Para alguns é um modismo, para outros, uma evolução da língua. Um estudo australiano (LINGUAGEM, 2008) constatou que, além de acabar com a ortografia, exige mais tempo para ser lida e compreendida. Num grupo de 55 estudantes de graduação, foi solicitado a eles que escrevessem e depois lessem em voz alta as mensagens escritas de duas formas diferentes: uma no idioma normal; outra com o internetês. Apesar da significativa rapidez com que escreveram no internetês, metade dos alunos demorou o dobro do tempo para ler as mensagens abreviadas em relação ao idioma correto. A pesquisa constatou, portanto, que a escrita abreviada do internetês é mais rápida, no entanto demanda mais tempo para ser compreendida. Boa ou ruim, a verdade é que ela está aí. Não há como contestar. Seria a mesma coisa que protestar contra a globalização. É inevitável. É fruto da evolução.

O internetês se transformou na língua oficial da internet, uma linguagem que denota informalidade, uma identificação entre os internautas. A palavra “risada”, por exemplo, pode ser escrita como “rsrsrs” ou “hauhauh”; “beleza” vira “blz”; “beijo”, “bj”. A relação fica mais natural. Um exemplo: se numa sala de bate-papo um usuário entra escrevendo de forma culta, colocando todos os acentos nas palavras, ele próprio se mostra como um forasteiro que não está acostumado à internet. Dependendo da maneira como querem mostrar a intensidade dos sentimentos, palavras são grafadas em estilos diferentes, como o vocábulo “amigo”, que pode ser grafado no internetês como “amigoxxxxx”. Traduzindo, cada “x” a mais representa o tamanho da amizade.

Na esteira do sentimentalismo, estão os *emoticons*, muito usado nas mensagens da internet, como e-mail, *blogs*, MSN, etc. Termo formado da junção das palavras inglesas *emotion* (emoção) e *icon* (ícone), é uma figura que transmite um estado emotivo do escrevente mediante ilustração da expressão facial.

Exemplos: 😊 (estou alegre); 😞 (estou triste).

Guardadas as devidas particularidades, há uma semelhança entre *blog*, diário íntimo e *home page* pessoal, numa relação intergenérica: a infinidade de temas e o foco nas características pessoais, com privacidade e intimidade.

Ainda que os *blogs* de tom confessional sejam a maioria, o que vem ganhando grande destaque são os *blogs* profissionais e jornalísticos, conforme veremos no *corpus* deste trabalho. Considerado um meio alternativo de comunicação e também uma revolução, afinal está quebrando o monopólio da informação pela mídia convencional para entrar na era da troca entre veículos de comunicação e seu público, o *blog* de cunho “profissional” repercutiu na conjuntura político-social do país.

Durante a crise política que envolveu o governo federal com o escândalo do “mensalão”, em 2005, o *blog* deu novo papel ao jornalismo *online*. No dia do depoimento do deputado petebista Roberto Jefferson, autor de denúncias de corrupção envolvendo membros do governo Lula, na Comissão de Ética do Congresso Nacional, 14 de junho, o jornalista Ricardo Noblat postou 75 textos em seu *blog*. Com uma média de um texto a cada 17 minutos, Noblat recebeu 72.240 visitantes. A participação do internauta também foi surpreendente, com mais de 2 mil comentários inseridos na página.

Segundo Schittine (2004), entre os aspectos ligados ao surgimento dos *blogs*, estão: (i) exibicionismo e desejo de visibilidade no espaço social; (ii) possibilidade de se expressar com liberdade e para o público; e (iii) estabelecimento de confiança entre diarista e leitor, se a distância física for fator de desinibição para quem escreve.

Nessa modalidade há um paradoxo, pois é uma escrita considerada íntima que é exposta de maneira pública via internet, numa valorização da intimidade no espaço público. Trata-se de um modo de enunciação caracterizado por um jogo entre a publicização de si e a intimidade construída com o enunciatário. (KOMESU, 2005).

Essa relação entre o público e o privado “parte da problematização das condições sócio-históricas de produção do discurso marcada pela necessidade (incessante) de falar,

radicalmente constituída pela impossibilidade (histórica) de dizer” (KOMESU, 2005). Com esse caminho aberto, a vida privada é exposta aos olhos de milhares de usuários. É a tecnologia dando ao indivíduo a opção de olhar e ser olhado.

O blogueiro age num voyeurismo às avessas, uma vez que o escrevente vigiado pelo outro é quem busca flagrar a presença alheia. Nesse sentido, a finalidade desse gênero é fazer ver e ser visto.

Uma questão que se levanta diante dessa nova atividade é a forma com que o escrevente de *blog* está usufruindo de forma produtiva da sua liberdade de expressão<sup>6</sup>. Ocupando-se do estudo da pós-modernidade, o filósofo francês Gilles Lipovetsky (1989) fala da “era do vazio”, em que não há, na sociedade contemporânea, espaço à sátira ou ao sarcasmo, pois a dominante é o tom lúdico, com base no despropósito gratuito e sem pretensões.

Para corroborar essa visão, podemos proceder à construção de uma metáfora mediante a leitura do panóptico de Bentham, discutida por Foucault (2000) na obra *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Na arquitetura do panóptico, que promove a visibilidade vigiada, a Idade Moderna constituiria a “sociedade da vigilância”. Traçando um paralelo com a contemporaneidade, seria a vigilância panóptica substituída pela curiosidade, transformando a sociedade da informação numa “sociedade da banalidade”, como afirma Lipovetsky?

---

<sup>6</sup> Cumpre frisar que o sujeito não é totalmente livre para se expressar como quiser, tampouco é um sujeito plenamente assujeitado, incapaz de realizar escolhas nas diversas dimensões da linguagem. O sujeito produz enunciados mediante a competência (inter)discursiva, apropriando-se de discursos, não de maneira livre, mas condicionado por relações de poder que atravessam as relações sociais.

## 2. A vitrina dos olímpianos mortais

*Os olímpianos, por meio de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação.*

Edgar Morin

Na década de 60, Edgar Morin identificou a mídia como o novo Monte Olimpo, a morada dos deuses gregos, elegendo celebridades da televisão e personagens famosos como os deuses da mitologia moderna. Essas vedetes são projetadas no imaginário para ostentar modelos imitáveis. É como se a bíblia da conduta contemporânea deixasse a igreja para presidir as regras que são traduzidas pela mídia

Mas mesmo assim, esses “deuses” ainda continuavam distantes dos seus “servos”. A mídia, como palco do espetáculo, angustiava seus espectadores que viviam como simples terráqueos.

Com os *blogs*, o Monte Olimpo foi pulverizado em cada página de *blog*. O privilégio de ser visto foi estendido a mim, ao meu tio, ao meu pai, à minha mãe, ao meu vizinho, ao meu colega de escola, ao meu desconhecido... Os novos olímpianos, os blogueiros, podem ver e serem vistos e não precisam esperar tanto tempo para poder alcançar a carterinha de entrada livre ao Monte Olimpo; basta criar sua página; são deuses endeusados não pela grandiosidade, mas pelo bom humor, pelas mensagens de paz, amor e alegria, pelo imediatismo, pelo sarcasmo, pelas informações e pela banalidade:

A vida comum, no que esta tem de mais banal, transformou-se num espetáculo para grande público e tal interesse parece ter como recompensa a constatação de que se vive a mesma vida e assim tornando a mediocridade do contemporâneo mais facilmente suportável. (SILVA, C., 2006, p. 40)

## 2.1. Seleção do *corpus*

A primeira dificuldade com a qual se depara um pesquisador são os critérios de escolha de seu *corpus*. Sobre seus ombros está o fardo da plausibilidade.

Quando decidimos trabalhar com *blogs*, nossa proposta sempre foi a de buscar delinear um perfil do leitor brasileiro de *blog*. Para tanto, deveria analisar todos os *blogs* existentes em língua portuguesa. Esta seria uma tarefa humanamente impossível, já que se trata de milhões de páginas. Escolher alguns *blogs* aleatoriamente também seria um equívoco, pois iria contra os princípios da cientificidade, que prega o caráter imparcial. Escolher a dedo é manusear dados que me convém. Era preciso uma seleção que me levasse a um conjunto construído por critérios científicos.

Por essa razão, estabeleci o seguinte caminho: chegar aos *blogs* mais acessados. Por quê? Porque neles estaria a representação da maioria dos internautas que fazem uso dessa página. Assim procedendo, partimos do pressuposto de que nos *blogs* mais visitados estaria a maioria dos leitores de *blog*, e onde estivesse a maioria dos blogueiros estaria o retrato de sua constituição. Por meio desse recorte chegaríamos ao perfil geral daqueles que acessam *blogs* e também daqueles que os produzem, afinal, há uma relação muito íntima entre quem escreve e quem lê.

Mas a consecução desse desígnio esbarrava numa questão técnica: como selecionar os *blogs*? Uma resposta automática para a busca dos *blogs* mais acessados seria simples: bastava fazer uma seleção com base no contador de visitas das páginas, um recurso presente na maioria dos sites, uma espécie de índice de audiência. Esse procedimento foi logo descartado pela falta de confiabilidade, pois é notória a facilidade com que se manipulam esses dados, como uma maneira de impressionar os visitantes pelo número de acessos da página. Fora isso, é muito relativo esse critério, porque tem o fator tempo envolvido. Um *blog* criado há dois meses pode ter recebido três mil visitas, ao passo que outra página criada há dois anos pode ter recebido igualmente três mil acessos. Ambas as páginas têm o mesmo número de visitas, mas a primeira é muito mais acessada em virtude do pouco tempo de criação. Diante dessa relativização, a busca pelo critério numérico do contador foi excluída.

O próximo passo foi buscar novos parâmetros. Visitando os portais que disponibilizam *blogs*, vimos que alguns apresentavam listas dos diários pertencentes àquele portal específico, sobretudo de dois tipos: os mais atualizados e os mais votados.

A primeira, dos mais atualizados, não nos interessava, já que mais recentes não significam mais visitados. A segunda, os mais votados, ia diretamente ao encontro de nosso propósito. No entanto, alguns portais, como o Terra, apresentavam listas com base em critérios que não nos interessavam, como, por exemplo, os *blogs* mais criativos escolhidos pelo próprio portal. Os portais Blogger e Weblogger só apresentavam listas dos mais atualizados. O portal IG apresentava a lista dos dois tipos, mas a dos mais votados continha uma escolha muito variada. Num longo período de tempo, dificilmente um *blog* permanecia por mais de quatro vezes. Havia uma inconstância muito grande, sendo que a cada nova lista novos nomes surgiam.

O único portal mais coerente na disposição de suas listas foi o UOL, que apresentava dois *rankings*: “últimos atualizados” e “mais votados”. Este último era formulado com base nas indicações dos usuários do portal UOL, que indicavam os *blogs* resultando num *ranking* com os dez *blogs* mais votados. Ao longo do ano de 2006, foram colhidas 41 listas, sistematizadas no gráfico abaixo:

GRAFICO

Como vemos, das 41 listas consultadas, os *blogs EspalhaMerda e Paz, amor e magia* encabeçam o *ranking* geral, com 39 aparições. Sendo os *blogs* mais votados, constituiriam parte de nosso *corpus*. Isso mesmo, fará parte de nosso objeto e não o todo, por conta da incompletude. Ainda que o portal UOL satisfizesse os critérios estabelecidos para a pesquisa, o *corpus* para análise seria muito parcial, uma vez que estaríamos de posse dos dados de um único portal, que não poderia fazer um recorte representativo de toda a blogosfera. Precisaríamos de dados que fossem capazes de abarcar toda a esfera desses usuários.

A solução para esse impasse começou a ser dada pela revista *Época* (AMORIM & VIEIRA, 2006), que publicou em julho de 2006 os *blogs* campeões de audiência, com maior número de acessos. Ei-los, sem ordem de preferência ou colocação:

- Jesus, me chicoteia (<http://www.jesusmechicoteia.com.br>);
- Kibe Loco (<http://www.kibeloco.com.br>);
- Cocadaboa (<http://www.cocadaboa.com>);
- Interney (<http://www.interney.net>);
- Querido leitor (<http://queridoleitor.zip.net>);
- Pensar enlouquece (<http://www.pensarenlouquece.com>);
- *Blog* do Noblat (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>);
- *Blog* do Juca (<http://blogdojuca.blog.uol.com.br>).

Em seguida, ao final de 2006, o site *IDG Now!* (FELITTI, 2006) publicou *ranking* com os dez *blogs* mais populares da internet brasileira, em ordem de número de acesso:

- 1º. Interney (<http://www.interney.net>);
- 2º. *Blog* do Noblat (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>);
- 3º. Br-Linux (<http://br-linux.org/>);
- 4º. BlueBus (<http://www.blubus.com.br>);
- 5º. Kibe Loco (<http://www.kibeloco.com.br>);
- 6º. Jacaré Banguela (<http://www.jacarebanguela.com.br>);
- 7º. Josias de Souza (<http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br>);
- 8º. Sedentário & Hiperativo (<http://sedentario.org/blog/>);
- 9º. Contraditorium (<http://contraditorium.com/>);
- 10º. Cocadaboa (<http://www.cocadaboa.com>).

Antes que haja contestação em relação aos nomes que aparecem nas listas, se eles são realmente os mais visitados, se não há nenhum tipo de manipulação, se são nomes forjados por interesse dos autores, enfim, qualquer que seja o teor da dúvida, está fora de cogitação nosso questionamento. Os dados estão aí, oficializados pela grande imprensa. É com base neles que trabalhamos nossa pesquisa.

As duas listas foram construídas usando como critério o número de *links* que cada *blog* possui dentro da blogosfera, de acordo com o monitoramento da Technorati, um serviço norte-americano especializado no estudo da blogosfera, indicado como a maior autoridade no assunto. “Se na vida real uma medida de popularidade é a quantidade de amigos, na web são os links. Me diga quantos sites linkam para o seu *blog* e direi se és popular na internet.” (FELITTI, 2006, p.1).

O Technorati constrói sua metodologia naquilo que fundamenta a internet: a navegação por *link*. O *link* é um sistema que permite ao internauta ir pulando de uma página à outra com o simples clique do *mouse*. O serviço, que rastreia hoje mais de 100 milhões de *blogs* no mundo todo, consegue fazer uma contagem precisa do número de *links* que cada *blog* tem. Quanto mais *links* externos um *blog* tiver, mais sobe na escala do Technorati. O estabelecimento de *link* entre os *blogs* representa uma espécie de “voto de atenção” de um autor para outro. Quanto mais *links* um *blog* alcançar, seu prestígio aumenta na mesma proporção na blogosfera. Esse fato contribui para ampliar os leitores e a repercussão da página entre os blogueiros.

Permanentemente, como resultado de sua formidável indexação, o Technorati exibe um *ranking* com os 100 *blogs* de maior popularidade em todo o planeta. Esse relatório até poderia vir ao encontro da metodologia da pesquisa, porque apresenta os *blogs* com maior número de acessos, exatamente aquilo que procurávamos. Mas, analisando as listas, não encontramos nenhum endereço brasileiro. Por essa razão, ignoramos tais relatórios, uma vez que nosso interesse eram os blogueiros brasileiros.

Com duas listas, porém, apresentadas acima, uma referente ao primeiro semestre, e outra concernente ao segundo semestre de 2006, estabelecemos como mais sensato proceder a um cruzamento de ambas para haurir os títulos que se repetiam, partindo do pressuposto de que estes predominaram durante o período em que foi constituído o *corpus*, ou seja, o ano de 2006. Desse cruzamento, extraímos quatro *blogs*:

- Interney (<http://www.interney.net>);
- *Blog do Noblat* (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>);
- Kibe Loco (<http://www.kibeloco.com.br>);
- Cocadaboa (<http://www.cocadaboa.com>).

Dessa forma, o *corpus* sobre o qual se debruçará esta pesquisa para suas análises será formado de seis *blogs*:

- Interney (<http://www.interney.net>);
- *Blog do Noblat* (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>);
- Kibe Loco (<http://www.kibeloco.com.br>);
- Cocadaboa (<http://www.cocadaboa.com>);
- Espalhamerda (<http://espalhamerda.zip.net>);
- Paz, amor e magia (<http://paz.amore.magia.zip.net>).

Esses seis títulos (dois do portal UOL e quatro resultantes do confronto das duas listas divulgadas na mídia) formam, portanto, uma amostra do que tem mais atraído os internautas brasileiros. Analisá-los corresponde a um estudo do perfil do blogueiro. Aqui começa nossa incursão num mar pouco desbravado. E nosso périplo para essa navegação será a Semiótica da Escola de Paris.

## 2.2. Configuração modal do blogueiro

A semiótica francesa ou da Escola de Paris é um modelo de descrição do sentido, ou seja, uma metalinguagem. Mas ela não se reduz a uma paráfrase, descrevendo o “quê”; ela foca o “como”. Seu objeto de análise será sempre um signo, tomado no sentido amplo do termo (texto verbal, não verbal e sincrético), enfim, tudo que carrega um sentido. Sua metodologia se organiza em torno da relação entre sujeito e objeto, ambos com investimento semântico de desejo, equivalendo o sujeito ao ser querente (ativo) e o objeto ao ser querido (passivo). “A existência semiótica é dada pela relação do sujeito com um objeto. Em outras palavras, um sujeito só tem existência na medida em que está em relação com um objeto.” (FIORIN, 2000, p. 178). Quando o sujeito está em poder de seu objeto, dizemos que esse sujeito está em conjunção com seu objeto; quando está privado dele, o sujeito está em disjunção. Em grande parte, conjunção é um estado positivo, enquanto disjunção é negativo. Há casos, todavia, em que a conjunção é negativa. O vício de beber é uma conjunção negativa. A disjunção — longe da bebida — seria positiva.

Os objetos são investidos de um valor. Por isso, o sujeito busca, em verdade, não o objeto, mas o valor nele investido. Um jovem que queira comprar um carro deseja não o carro em si (objeto), mas o conforto (valor) que o veículo lhe proporcionará. Dependendo do valor, o objeto pode ser definido como objeto-valor ou objeto-modal. Este é o meio que permite chegar ao objeto-valor, da falta à realização; aquele é o fim ao qual almejo. No exemplo dado acima, o dinheiro é objeto-modal, ao passo que o carro é objeto-valor.

O estado do sujeito em relação ao seu objeto desejado nem sempre é estável. Por isso, há basicamente dois tipos de sujeito. O sujeito do fazer é um agente responsável pela mudança de seu estado ou de outro sujeito. O sujeito de estado é paciente e passivo e serve para representar um determinado estado do sujeito em relação ao seu objeto de desejo. Seu estado pode sofrer, pois, mudanças, e essas mudanças são retratadas pelas modalidades, que traduzem as condições e as qualificações desses dois tipos de sujeito.

Ao sujeito do fazer correspondem as modalidades do fazer ou intencionais; ao sujeito de estado, as modalidades do ser ou existenciais. A modalização do fazer é responsável pela competência modal que incide sobre o sujeito do fazer, qualificando-o para o fazer. O sujeito com competência modal é aquele que possui condições ou pré-requisitos para uma ação: é um sujeito que quer, deve, sabe e pode fazer. Cada uma dessas modalidades começa a definir os sujeitos.

A semiótica analisa o sujeito não apenas do ponto de vista de sua competência, mas também seu modo de existência. Há quatro modos de existência do sujeito: potencial (crê ser), virtual (quer ou deve ser), atualizado (sabe ou pode ser) e realizado (faz ou é). E esses modos são responsáveis pela determinação de suas respectivas modalidades:

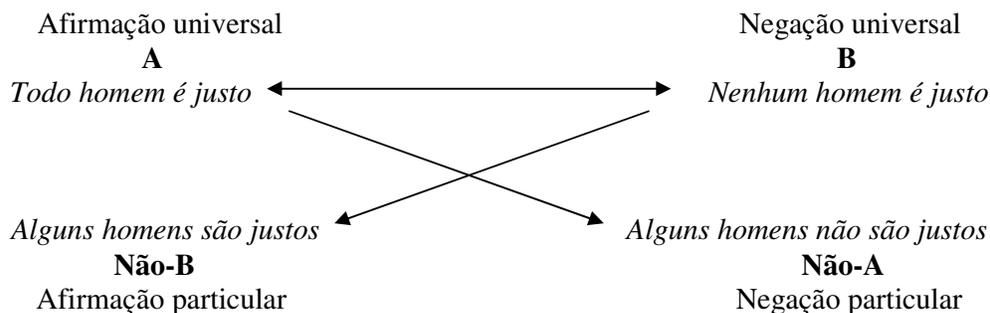
potencializantes	virtualizantes	atualizantes	realizantes
crer	querer / dever	saber / poder	fazer / ser

As duas grandes modalidades — intencionais e existenciais — são determinadas por essas quatro modalidades (potencializantes, virtualizantes, atualizantes e realizantes), com as quais formam predicados ou enunciados modais: querer-fazer, poder-ser, etc.

Cada um desses enunciados torna-se um valor modal ao receber uma denominação para traduzir o sentido da fusão dos termos modais. Ex.: O enunciado “querer-fazer” tem como valor modal a “vontade”; poder-fazer corresponde à “liberdade”, e assim por diante. As denominações com as quais trabalharei nesta pesquisa são tomadas de estudos tradicionais da semiótica e também de propostas apresentadas por Cortina (2006, p. 32-3), sobretudo no tocante às modalidades existenciais.

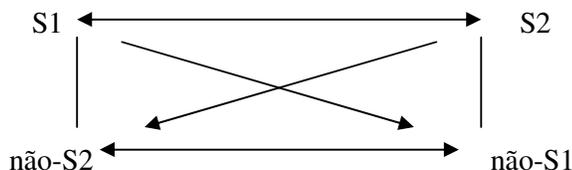
Para uma melhor representação de toda a configuração modal, é necessário tomar o quadrado semiótico como base.

Originário de *Organon*, obra de Aristóteles que reúne tratados dedicados à lógica e à dialética, foi usado primeiramente para versar sobre a organização lógica dos modos de raciocínio. Criado para mostrar a oposição entre contradição e contrariedade, esse jogo opositivo calculava valores de verdade e regia modos de funcionamento do discurso argumentativo.



O eixo da contrariedade (A vs B) polariza a argumentação exclusiva. O eixo da contradição (A vs Não-A e B vs Não-B) sintoniza uma gradualidade entre os termos duma argumentação.

Esse mesmo raciocínio do quadrado semiótico foi trazido para a Semiótica, na qual passa a ser usado como um modo de estruturação dos microuniversos semânticos para a representação da estrutura elementar de um texto.



O quadrado semiótico, inicialmente chamado de modelo constitucional, apresenta-se como um instrumento de descrição por meio de seus principais eixos:

- ←→ (S1 vs S2 e não-S2 vs não-S1): eixo de contrariedade
- (S1 vs não-S1 e S2 vs não-S2): eixo de contradição
- (não-S2 vs S1 e não-S1 vs e S2): eixo de complementaridade

Representando os enunciados das modalizações intencionais, temos:

- a) Sobre as modalidades virtualizantes do querer: querer-fazer (volição), querer-não-fazer (abulia), não-querer-fazer (nolição) e não-querer-não-fazer (decisão);
- b) Sobre as modalidades virtualizantes do dever: dever-fazer (prescrição), dever-não-fazer (interdição), não-dever-não-fazer (permissividade) e não-dever-fazer (facultatividade);
- c) Sobre as modalidades atualizantes do poder: poder-fazer (liberdade), poder-não-fazer (independência), não-poder-fazer (impotência) e não-poder-não-fazer (obediência);
- d) Sobre as modalidades atualizantes do saber: saber-fazer (competência), saber-não-fazer (habilidade), não-saber-fazer (incompetência) e não-saber-não-fazer (inabilidade).

Quanto aos enunciados das modalizações existências, ei-los:

- a) Sobre as modalidades virtualizantes do querer: querer-ser (desejo), querer-não-ser (desprendimento), não-querer-ser (renúncia) e não-querer-não-ser (apego);

- b) Sobre as modalidades virtualizantes do dever: dever-ser (necessidade), dever-não-ser (impossibilidade), não-dever-não-ser (possibilidade) e não-dever-ser (contingência);
- c) Sobre as modalidades atualizantes do poder: poder-ser (possibilidade), poder-não-ser (contingência), não-poder-fazer (impossibilidade) e não-poder-não-ser (necessidade);
- d) Sobre as modalidades atualizantes do saber: saber-ser (verdade), saber-não-ser (falsidade), não-saber-ser (ocultação) e não-saber-não-ser (ilusão).

Vimos que a modalização do fazer (querer, dever, saber e poder-fazer) define a competência modal do sujeito ao incidir sobre o sujeito do fazer. A modalização do ser define a existência modal do sujeito de estado em relação ao objeto-valor ao incidir sobre o objeto. Contudo a modalização do ser apresenta ainda mais dois tipos de modalidades, que incidem sobre a relação de conjunção ou de disjunção entre sujeito e objeto: veridictórias e epistêmicas.

A modalidade veridictória é um fazer interpretativo, pois apresenta um veredicto do estado resultante da relação entre sujeito e objeto mediante a estrutura modal assentada em “ser” *versus* “parecer”. Partindo da aparência (eixo do parecer), chega-se à essência (eixo do ser), concluindo a verdade (parece e é), falsidade (não-parece e não-é), segredo (não-parece e é) ou mentira (parece e não-é) do estado.

Na crítica desenvolvida por Molière à sociedade francesa, na peça *Misanthropo*, mostra-se a falsidade de personagens como Celimene e Arsinoé, que fingem tratar bem as pessoas, mas às escondidas detratam até mesmos as pessoas do próprio círculo de amizade (parecem sinceras, mas não são). No poema épico *A Odisseia*, Homero ilustra a fidelidade de Penélope a Ulisses, separado da mulher há vinte anos. A fidelidade de Penélope parece e é verdadeira, tanto que acabou se tornando símbolo de fidelidade.

Depois de receberem uma modalização veridictória, os enunciados podem ser sobredeterminados pelas modalidades epistêmicas do crer, quando o estado recebe um segundo julgamento, ou seja, a incidência do crer sobre o ser: crer-ser (certeza), crer-não-ser (impossibilidade), não-crer-não-ser (possibilidade) e não-crer-ser (incerteza). Dessa forma, um enunciado pode ser certamente verdadeiro (crer-ser e parecer), certamente falso (crer-não-ser e não-parecer), etc.

A modalização do ser, portanto, dá existência modal ao sujeito de estado, definindo estados passionais, que são efeitos de sentido de bem-estar ou de mal-estar, resultante da relação do sujeito com seu objeto. Esses estados passionais são chamados de “paixão”. Antes que haja uma confusão na definição deste termo, entendido no senso comum

como um caso amoroso, para a Semiótica “as paixões [...] devem ser entendidas como efeitos de sentido de qualificações modais que modificam o sujeito do estado” (BARROS, 2001, p. 61). A paixão (estado de alma) foca o sujeito de estado, que segue um percurso entendido como uma sucessão de estados passionais.

Qualquer texto pode discursivizar a subjetividade em seu discurso. Desta possibilidade, constroem-se o discurso apaixonado (quando há um tom passional, ou seja, a paixão subjaz ao ato enunciativo) e o discurso da paixão (quando essa paixão é citada ou representada). Discurso apaixonado é depreendido na enunciação (sobre enunciação vide item 2.3); discurso da paixão, no enunciado. “A Semiótica, ao examinar as paixões, não faz um estudo dos caracteres e dos temperamentos. Ao contrário, considera que os efeitos afetivos ou passionais do discurso resultam da modalização do sujeito de estado.” (FIORIN, 2007, p. 10). A modalização, por meio da combinação de modalidades, permite-nos investigar não apenas os atos, mas as transformações dos estados do sujeito ou efeitos de sentido passionais. Assim, paixão é sinônimo de ordenação sintagmática de modalidades:

Vergonha: querer-ser (desejo) + dever-ser (necessidade) + saber-não-ser (falsidade)

Dado esse balanço geral das configurações modais, o próximo passo é traçar um perfil geral do blogueiro (leitor e produtor de *blog*) do ponto de vista modal, sem analisar especificamente cada um dos *blogs* que formam nosso *corpus*, tarefa esta que será desenvolvida no terceiro capítulo.

Procedendo a um panorama geral do blogueiro, vemos que ele é impulsionado sempre por dois desejos: primeiro a liberdade; depois a visibilidade. O blogueiro é determinado, portanto, pelo desejo (querer-ser).

Seu estado, antes do advento da internet, é de um sujeito em disjunção com seu objeto (liberdade e visibilidade). Disjunto, ele é impulsionado por um desejo (querer-ser) e por uma necessidade (não-poder-não-ser ou dever-ser), acompanhado da impossibilidade (sabe-não-poder-ser).

A impossibilidade se dá porque ele vê e sente que nos meios de comunicação tradicionais dificilmente terá espaço livre a sua voz, com sua manifestação plena. Com relação à necessidade, quem a esclarece é basicamente a Psicanálise, dizendo que entre as necessidades do homem está a necessidade de relação com o outro. Para superar sua insegurança, ele precisa ver seu “eu grandioso” refletido nas pessoas. Por isso, conforme nos diz Christopher Lasch (1983), o homem é narcisista e não individualista. A esse fenômeno

dou o nome de “Complexo do espelho, espelho meu” (Mais detalhes no item 4.1). Nós dependemos do outro para validar nossa autoestima. A vaidade e a exaltação são inatas ao ser humano.

Em resumo, temos, *a priori*, um sujeito instaurado pela vontade que está em disjunção com seu objeto-valor inicial (liberdade e visibilidade). Mas essa falta não é unicamente do internauta. É um desejo que sempre perseguiu o homem, o que significa que ele é previamente modalizado por um querer.

Sujeito modalizador e sujeito modalizado são os mesmos. Envoltos num mundo no qual a fama é cultuada e louvada, não é de se estranhar que cada um de nós acalente desde a tenra idade o desejo do reconhecimento. Isso, inclusive, é o que nos impulsiona para viver. Sendo um querer-fazer a modalização determinante, temos um dever autodestinado. Essa modalidade endotáxica (sujeitos sincretizados no mesmo ator) cria o sentido de individualidade ou subjetividade como caracteriza o homem pós-moderno, preocupado mais com as questões individuais do que com as coletivas. Uma prova dessa mudança de postura é a autoajuda, que, conforme defende Cortina (2006), deixou de ser apenas um gênero textual para se transformar num estilo difundido em diferentes meios. Trocando em miúdos, tornou-se um fenômeno.

Sendo um sujeito disjuncto, do ponto de vista da competência modal ele quer ter expressividade; tem competência (saber-fazer) para fazê-lo, já que sabe o que escrever; não lhe é proibido ter liberdade, o que lhe falta é apenas um meio em que ele possa divulgar isso a contento. Assim, é-lhe dada a permissividade (não-dever-não-fazer), mas não como ele gostaria; mas é impotente (não-poder-fazer) para pôr seu projeto em ação, uma vez que desconhece uma ferramenta que o possibilite para tanto (querer-fazer, saber-fazer, não-dever-não-fazer e não-poder-fazer).

Do ponto de vista da existência modal, antes do surgimento da blogosfera, temos um sujeito definido pelo desejo (querer-ser), pela impossibilidade (não-poder-ser) e pela necessidade (não-poder-não-ser ou dever-ser). Um sujeito desejoso, mas em falta. Seu estado patêmico é o da insatisfação. Lembrando Antonio Candido (1979), temos um sujeito com uma “vida ao rés-do-chão”: sem fama, na rotina prosaica. Insatisfeito com seu estado presente de temporalidade, ele é aspectualizado pela duratividade, ainda em curso.

Os portais, provedores da página pessoal, serão o sujeito do fazer que alterará a existência modal do sujeito de estado “internauta”. Sua existência resulta de um fazer executado por um sujeito transformador (fazer-ser). O destinador “portal” qualifica o internauta por meio da ferramenta “blog” (objeto-modal), que o torna competente, dando-lhe

um poder-fazer. Seu objeto passa de desejável (querer-ser) e impossível (não-poder-ser) para desejável (querer-ser) e possível (poder-ser ou não-dever-não-ser). Em outras palavras, seu estado passa de disjunção para conjunção.

Resumindo, o sujeito tem dois destinadores. A princípio, todos são tentados pelo querer (modalidade virtualizante) ter liberdade e visibilidade, cujo destinador coincide com o próprio sujeito (actantes sincretizados num mesmo ator). Posteriormente, a internet, por meio dos portais, cria uma ferramenta (o *blog*) que proporciona ao internauta um poder (modalidade atualizante).

O sujeito transformador de seu estado, os portais, altera seu estado modal. O *blog* vai proporcionar ao homem um terceiro valor, a interatividade, que irá completar sua liberdade e, por consequência, sua visibilidade. Enquadrando essa mudança no quadrado semiótico, temos a oposição invisibilidade (estado tenso-disfórico de disjunção) e visibilidade (estado relaxado-eufórico de conjunção).

Com relação às paixões, entendidas como efeitos de sentido de qualificações modais que modificam o sujeito de estado, temos um sujeito que sai da insatisfação (antes da internet) e chega à satisfação (depois do *blog*). É um efeito passional de bem-estar, resultante da relação com seu objeto. A insatisfação se caracterizaria pelo querer-ser e pelo saber-não-poder-ser, ou seja, o sujeito sabe que não vai ter reconhecida sua grandiosidade. A satisfação, pelo querer-ser e pelo saber-poder-ser.

Ele sabe que aquele ser ofuscado e fadado à insignificância é coisa do passado. Sua tensividade agora se caracteriza pelo vislumbre intenso. Ele vê a possibilidade (poder-ser) de ser reconhecido numa maior amplitude. Quando antes nos referíamos à liberdade e à visibilidade, estávamos falando em objeto-modal, instrumento por meio do qual alcançamos nosso objeto-valor, o verdadeiro objetivo a ser alcançado. Aí descobrimos que a notoriedade, a grandiosidade ou a exaltação é o valor buscado pelo blogueiro.

Seu estado passional agora é aparentemente conclusivo e satisfeito. Isso mesmo, apenas aparente, porque o estado relaxado-eufórico de conjunção está constantemente ameaçado pela necessidade da atualização.

Uma das marcas do *blog* é a atualidade. “Prevalece a sensação do efêmero, do acidental, do volátil, num mundo onde ‘tudo o que é sólido derrete no ar’” (CHAUI, 1992, p. 346-7). Sem contestação, ela é uma constante, a começar pela configuração da página, que privilegia o *post* mais atual. Estruturalmente, o acesso inicial aos diários destes autores remete-nos à última ou mais recente entrada produzida. O percurso proposto pelo blogueiro é para que o leitor se depare com seu mais recente registro. O mais importante é o último texto

postado. Jorge Luís Borges dizia que escrever para o jornal é escrever para o esquecimento, ou seja, tudo que está no jornal é efêmero, pois no dia seguinte já envelheceu. O mesmo raciocínio que existe para o jornal se transfere para o *blog*. O texto e a imagem de ontem já não são mais atrativos.

Quando se abre uma página, o que surge primeiro é o *post* do dia. Os textos ou fotos anteriores são visualizados abaixo. O internauta, caso queira conferir os textos dos dias anteriores, desce pela página com a barra de rolagem. A atualização é quase uma lei na blogosfera. *Blog* desatualizado está fadado ao abandono de acessos. Há uma estatística (BLOGS, 2005) interessante a esse respeito que mostra a importância da atualização. Dos 4,12 milhões de *blogs* criados nos oito principais serviços de hospedagem do mundo, 2,72 milhões, cerca de 66%, estavam praticamente abandonados, pois não tinham sido atualizados nos últimos dois meses. A média de atualização costuma ser de 14 dias. Apenas 106,5 mil são atualizados pelo menos uma vez por semana e menos de 50 mil o fazem diariamente.

O leitor de *blog*, e o internauta em geral, quer sempre novidades. Se entrar numa página duas vezes e ali não encontrar nenhuma atualização, dificilmente acessará novamente aquela página. Atualizar a página tornou-se uma obrigação para quem quer permanecer “vivo” na blogosfera.

A temporalidade do *blog*, assentada na valorização, ou quem sabe não seria melhor dizer na obsessão, do tempo presente e um desdém por tudo que já passou, configura o que Fischer (2003) chama de um “armazenamento de agoras”. Desta forma, tudo se tornaria um “presente presentificado”, cujo objetivo seria uma certa espetacularização do eu. Os fatos perderiam sua historicidade ou memória.

Os autores desses diários do ciberespaço realizam operações de congelamento do tempo, como se fotografassem certos momentos de suas vidas e os fixassem em um imenso quadro-negro virtual de alcance global. Pílulas de tempo próprio congelado e parado, faíscas do próprio presente sempre *presentificado*, fotografado em palavras e exposto para todo o mundo ver. (SIBILIA, 2005, p.47)

Vivemos uma época em que o passado perdeu seu sentido mais estrito. A História virou uma enciclopédia punida para ser arquivada numa gôndola para poucos consultarem. A História perdeu seu valor de alicerce para os caminhos a serem construídos no futuro. Freud (1978, p. 87) já alertava para o risco desse desligamento: “quanto menos um homem conhece do passado e do presente, mais inseguro terá de mostrar-se seu juízo sobre o futuro”. Valhame de Octavio Paz, a partir de Ianni, para concluir que “a perda de um passado provoca fatalmente a perda de um futuro” (1995, p. 99). Fausto, personagem emblemático das

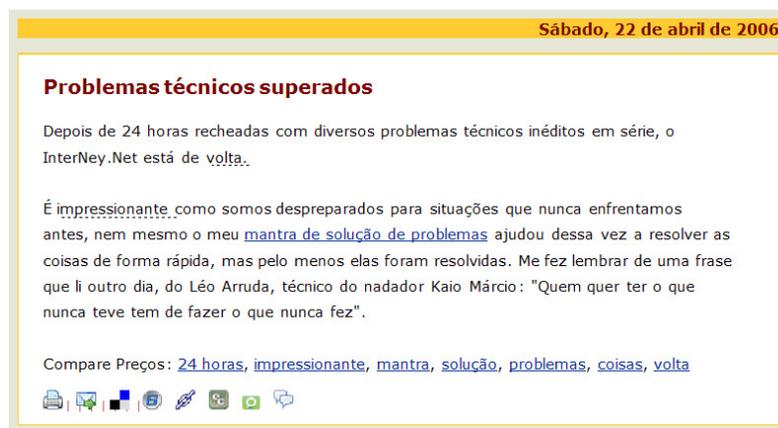
literaturas alemã e mundial, ao saber das revelações de Guida, aprisionada, profere: “Passado, passado; tu acabas comigo” (GOETHE, 1964, p. 182)

Dessa forma, o *blog* que deixa de postar texto gera desinteresse em seus leitores. Por conseguinte, perde número de acessos, que funciona como um índice de visibilidade. Podemos analisar esse estado de ameaça do ponto de vista da aspectualização. De conclusivo, ele passa a sofrer com a descontinuidade, precisando repetir a façanha de se manter na glória a cada novo *post*.

O arranjo sintagmático capaz de explicar o processo aspectual se compõe basicamente de três elementos:

incoativo (pontual)	-	durativo (descontínuo ou contínuo)	-	terminativo (pontual)
------------------------	---	---------------------------------------	---	--------------------------

Na duratividade, temos dois aspectos: descontinuidade (aspecto iterativo) e continuidade (aspecto durativo). O blogueiro, para manter sua visibilidade e, portanto, sua funcionalidade enquanto sujeito satisfeito, necessita da atualização constante, devendo repetir sua atividade dia a dia. Assim, do ponto de vista aspectual, ele é um sujeito descontínuo.



**Fig. 8: Post do *blog* Internet que mostra a preocupação de manter a atualização constante**

Para recapitularmos, sua existência modal, antes do *blog*, configurava-se pelo desejo (querer-ser), necessidade (não-poder-não-ser ou dever-ser) e impossibilidade (não-poder-ser). Com o uso do *blog* e uma relação conjuntiva com seu objeto-valor (liberdade e visibilidade), seu estado passa a ser caracterizado pelo desejo (querer-ser) e pela necessidade

(não-poder-não-ser ou dever-ser). Essa configuração final corrobora aquilo sobre o qual nos disse Greimas (2002): somos, incessantemente, um querer e um dever-ser.

### 2.3. Configuração enunciativa do blogueiro

A abordagem da enunciação, ao lado das modalizações, é fundamental para toda e qualquer produção textual e discursiva. Toda manifestação está assentada em dois eixos capitais: o eixo do desejo (relação entre sujeito e objeto), visto anteriormente quando falamos das modalidades, e eixo da comunicação, envolvendo aquele que comunica com aquele a quem é comunicado, diretamente relacionado à enunciação, pois em todo ato enunciativo pressupõe-se que haja um produtor e um receptor.

Indispensável na produção de sentido, a enunciação é compreendida por duas vertentes: comunicação e produção. Na primeira, a enunciação é entendida por meio da relação do fazer-persuasivo de um produtor que visa a agir sobre um receptor, encarregado, por seu turno, do fazer-interpretativo. Essa primeira abordagem da enunciação é típica dos estudos da Retórica. Já no que diz respeito à produção, enunciação é um ato que põe em funcionamento a língua, produzindo um enunciado. É impossível estudá-la diretamente, porquanto é uma instância linguística pressuposta pelo enunciado. Mas como seu produto, o enunciado pode conter traços que reconstituem o ato enunciativo. Esse mecanismo, que consiste em projetar no discurso as marcas de pessoa, tempo e espaço, é conhecido por *debreagem*, subdivida em dois tipos. A primeira é a *debreagem enunciativa*, que instala no enunciado as pessoas da enunciação (eu/tu), o espaço da enunciação (aqui) e o tempo da enunciação (agora), produzindo o efeito de sentido da subjetividade. A segunda é a *debreagem enunciativa*, responsável pela instalação das pessoas do enunciado (ele), do espaço do enunciado (lá ou alhures) e do tempo do enunciado (então), criando o efeito de sentido da objetividade.

É preciso distinguir as nuances do processo enunciativo do ponto de vista da produção. O enunciado tem como pressuposto o fato de ter sido proferido por alguém num tempo e num espaço. É a ideia virtual e hipotética da enunciação pressuposta. Quando, nesse enunciado, está presente um “eu”, terá lugar a enunciação-enunciada, correspondendo a uma metáfora da enunciação pressuposta (simulacro similar). Se, um “ele”, ter-se-á o enunciado-enunciado ou o enunciado propriamente dito, configurando uma metonímia da enunciação pressuposta (de parte em relação ao todo). Mas as categorias de pessoa devem ser mais bem esclarecidas.

Abaixo estão os integrantes da enunciação, dispostos em níveis:

1º nível	enunciador versus enunciatário
2º nível	narrador versus narratário
3º nível	interlocutor versus interlocutário

Sabemos que, em todo processo de comunicação, a um “eu” corresponde sempre um “tu”. Por isso, diante do enunciador está o enunciatário; do narrador, o narratário; do interlocutor, o interlocutário. O primeiro nível (enunciador versus enunciatário) é de extrema importância para nosso trabalho, pois quando se fala em analisar a imagem do leitor de *blog* — incluindo também a imagem do escrevente de *blog*, já que o leitor é reflexo do escrevente e vice-versa (é importante que se insista nessa relação) —, recorreremos a todo momento às ideias de enunciador e de enunciatário.

O “eu” abarca duas instâncias: enunciador e narrador. Mas discutamos, a princípio, o conceito de enunciador.

Como vimos acima, ele está no primeiro nível da enunciação. É o “eu” pressuposto, equivalente ao autor implícito. É bom lembrar que autor implícito não é o mesmo que autor real. Ambos, por vezes, coincidem, mas não obrigatoriamente. A figura de carne e osso, pertencente ao mundo extralinguístico, pode fingir, criando, no discurso, a imagem de uma pessoa totalmente diferente de sua autêntica personalidade. Ele não pertence, portanto, ao texto. O enunciador, ao contrário, é uma imagem construída ao longo do texto, uma idealização do ser que produziu o discurso corrente. Traçando um paralelo com a Retórica clássica, cujo princípio preconiza, num ato de comunicação, o envolvimento de três componentes (orador, auditório e discurso), o enunciador seria, aproximando-o das tradições aristotélicas, o *ethos* do orador, a voz que ecoa numa construção discursiva.

Um professor, por exemplo, apresenta-se em sala de aula como um carrasco. Diz aos seus alunos que é autoritário, rígido na correção das provas e que não ajuda ninguém para conseguir se safar dos descuidos acadêmicos. Seu comportamento, entretanto, contrasta com sua fala, por assim dizer, iracunda. Embora sempre sério, explica duas, três, cinco, dez ou quantas vezes for necessária a matéria do dia. É sempre complacente com os alunos: não anota falta aos que chegam atrasados, dá trabalhos para ajudar nas notas e sempre considera a participação dos alunos em sala. E então, qual é a imagem do enunciador desse sujeito que cumpre o papel temático de professor? É um enunciador bom, profissional, justo e agradável. Enfim, a instância linguística do enunciador é depreendida pelo modo como se diz, e não pelo

que se diz. Não importa o que o professor disse de sua pessoa. Vale a forma como ele se comporta.

Discini (2003) afirma que estilo é o *ethos*, um modo próprio de dizer a partir da análise de uma totalidade. É no dito que se busca um modo próprio de dizer. “Para descrever um estilo, a análise procurará reconstruir quem diz pelo modo de dizer...” (p. 7). “Assim, entende-se o estilo como um percurso do objeto (o enunciado) ao sujeito (da enunciação)” (p. 28). Construir um estilo, portanto, é dar corpo a uma totalidade na qual há recorrência de percursos temáticos.

Na produção enunciativa, o enunciador invariavelmente considera a quem se destina seu discurso, como numa comunicação epistolar, em que escrevemos sempre pensando naquele que irá ler a carta. Caso contrário, o discurso não alcança eficácia. Na Retórica, é o auditório, aquele para quem se destina o discurso, que determina a ação do orador. “O importante, na argumentação, não é saber o que o próprio orador considera verdadeiro ou probatório, mas qual é o parecer daqueles a quem ele se dirige.” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2002, p. 26-7).

Numa festa, as iguarias não são preparadas ao paladar dos cozinheiros, mas ao dos convivas. O discurso se adapta ao auditório. Conforme as pessoas a que nos dirigimos, falaremos de uma maneira diferente. “(...) a fim de remediar todo excesso [emprego de certas palavras], há um remédio, e este remédio é bem conhecido: o orador deve, antecipando-se, prever as censuras de outrem.” (ARISTÓTELES, 1964, p. 204).

Mas o enunciado, desde o início, elabora-se em função da eventual reação-resposta, a qual é o objetivo preciso de sua elaboração. O papel dos *outros*<sup>7</sup>, para os quais o enunciado se elabora, como já vimos, é muito importante. Os outros, para os quais meu pensamento se torna, pela primeira vez, um pensamento real (e, com isso, real para mim), não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação verbal. (BAKHTIN, 1997, p. 320)

Um dos grandes méritos de Aristóteles (384-322 a.C.) em sua *Arte retórica* foi justamente mostrar a importância do receptor da mensagem ao classificar o discurso segundo o auditório. O estagirita elencou três gêneros principais de discurso: (i) judiciário, cujo destinatário é o tribunal; (ii) deliberativo, a assembleia ou Senado; e (iii) epidíctico, espectadores em geral, que assistem a discurso de aparato.

Por ser levado em conta na construção do enunciado, afinal, ele é a razão de existir do discurso, havendo diálogo entre emissor e receptor, o enunciatário faz parte do

---

<sup>7</sup> Grifo do autor

processo produtivo, constituindo-se num coenunciador. Daí ser válida a asserção de que o sujeito da enunciação é composto por enunciador e enunciatário, já que este último influi visceralmente na forma e no conteúdo.

O enunciatário seria, nesse propósito, um destinatário implícito da mensagem, o leitor ideal. Muitos autores o têm denominado de formas variadas, mas todas conservando o mesmo significado: W. Iser emprega “leitor implícito”; J. Lintvelt, “leitor abstrato”; Umberto Eco, “leitor modelo”. E mais uma vez é necessária a ressalva de que não devemos confundir o leitor virtual com o leitor empírico de carne e osso. Entre um ensaio filosófico e a narrativa do *Chapeuzinho Vermelho* é fácil construir a imagem dos seus respectivos leitores-enunciatários: para o primeiro, estariam os leitores críticos, ao passo que, para o segundo, o público infantil. Esta é, *grosso modo*, uma projeção dos leitores virtuais, mas nada impede que na prática um pesquisador vá ler para pesquisa um enredo infantil, por exemplo.

Mas, no presente trabalho, a preocupação é com o leitor ideal, aquele que é pressuposto pela obra. Pelos leitores reais se interessam, na maioria das vezes, os sociólogos ou publicitários. Ainda que se insista nessa diferenciação, não há dúvidas de que o espaço do enunciatário será fatalmente preenchido por um leitor de carne e osso.

Como dito antes, o “eu” engloba duas instâncias: enunciador e narrador. Enquanto o enunciador é a instância pressuposta que produz o enunciado, o narrador, apresentando-se num segundo nível, é o “eu” projetado no interior do texto, fruto da criação do autor implícito. É uma delegação de voz levada a efeito pelo enunciador. Para melhor o entender calha o princípio do foco narrativo. Dentre as diversas classificações, as mais genéricas são: (i) narrador onisciente: enredo narrado em terceira pessoa, o narrador tudo sabe, comenta e avalia; (ii) narrador-observador: narrado em primeira pessoa, não participa diretamente dos acontecimentos; e (iii) narrador-personagem: narra o enredo participando dos acontecimentos.

A fim de aclarar a distinção entre enunciador e narrador, recorreremos ao poema *I-Juca-Pirama*, de Gonçalves Dias (1985, p. 119-122)<sup>8</sup>:

Meu canto de morte,  
Guerreiros, ouvi:  
Sou filho das selvas,  
Nas selvas cresci;  
Guerreiros, descendo  
Da tribo tupi.

Nesse trecho, vemos claramente um “eu” que perpassa o poema. Na superfície textual, o “eu” é figurativizado pelo índio tupi, que é o narrador. Já o enunciador constrói-se

<sup>8</sup> *Poesias de Gonçalves Dias*. Rio de Janeiro: Edições de Ouro, 1985.

como uma instância subjacente à manifestação; uma voz preocupada e crítica que procura exaltar a figura do índio, convocando e sensibilizando os sentimentos de um povo para com sua natureza.

Como destinatário do narrador está o narratário. Esse “tu” definido pelo texto apresenta-se de duas formas. Ora como narratário-personagem ou intradieético (dentro da diegese, ou seja, o mundo da história), quando participa diretamente da narrativa; ora como narratário interpelado, um anônimo a quem o narrador se dirige, não sendo personagem da narrativa:

Alguém disse que, ao se começar um conto mostrando uma espingarda na parede, até o final dele o autor tem que fazê-la disparar. Pois é, Leitor. Na parede de minha sala, há uma garrucha carregada de chumbo grosso e vai ser apontada para minha própria testa. Por dever do ofício e compromisso com você, rogo-lhe que me ajude nesta empreitada. (SIMÕES, 2004, p. 109)

Um último e terceiro nível surge quando o narrador delega voz aos actantes do enunciado. Nesse momento, aquele que fala se transforma no interlocutor. Na terminologia dos estudos literários, é a fala dos personagens. O sinal marcante para essa distinção é o uso do discurso direto. O espaço dado aos personagens é introduzido pelo mecanismo da debreagem interna ou de segundo grau, prestando-se a criar o efeito de sentido de realidade, pois parece que a própria personagem toma a palavra. Conhecemos, então, uma quarta modalidade da enunciação. Dando a palavra a outrem, o narrador institui a enunciação reportada, que é um simulacro de enunciação. O interlocutor também pode ser o próprio narrador, na ocasião em que ele faz uso do travessão para expressar um eventual sentimento, caso típico quando se recorre a uma interjeição.

E, ao interlocutor, corresponde o interlocutário, igualmente um destinatário instalado, pelo narrador, dentro do discurso direto. Num diálogo, por exemplo, com travessão dentro de uma narrativa, interlocutor e interlocutário se invertem a cada momento em que um deles toma a palavra. Aquele que fala é o interlocutor, e aquele que ouve, o interlocutário.

Assim como adotamos na modalização, cumpre traçar um perfil geral do blogueiro à luz da enunciação. Antes, porém, é necessário ressaltar qual nosso principal objetivo: analisar a imagem do leitor de *blog*. Ora, quando falamos de blogueiro, confundem-se os termos “produtor de *blog*” e “leitor de *blog*”, afinal ambos são a mesma coisa. Como diz Gregolin (2001, p. 65), “o autor é sempre um leitor que se apropria de textos para compor um novo texto”. O autor de *blog* se forma em função de suas visitas a outros *blogs*, seja para ver o que o outro está dizendo, seja para copiar ou nele se basear. Logo, autor é leitor, e leitor é autor.

Algo muito comum que vemos nessas páginas, eu diria que é quase uma regra, é o seguinte comentário: “Teu *blog* continua lindo! Dei uma atualizada hj no meu, passei p pedir uma visita...rs... Bjus...”. Embora esse seja um exato comentário inserido numa página, sua essência se repete com outras palavras em quase toda blogosfera. Um blogueiro visita outras páginas para divulgar a sua própria.

Portanto, para buscar a imagem do leitor, antes precisamos passar pela imagem do escrevente-enunciador de *blog*, porque a imagem do leitor (enunciatário) é um reflexo da imagem do produtor (enunciador).

Ao falar do enunciatário de *blog*, tocamos não só na questão de uma imagem subjacente mas também de um comportamento, de uma “forma de vida”, conforme denomina Fontanille (2005). Para o semiótico francês, ao lado do percurso gerativo do plano do conteúdo, há níveis de pertinência do percurso do plano de expressão que buscam apoio nos modos do sensível: (i) signo ou figuras; (ii) texto-enunciado; (iii) objeto-suporte; (iv) situações; e (v) forma de vida.

A experiência subjacente, o sentimento de uma identidade de comportamento, a percepção de uma regularidade no conjunto de procedimentos de ajustamento estratégico é, pois, a experiência de um *ethos*, essa experiência, sendo convertida em um dispositivo de expressão pertinente, dá lugar a uma *forma de vida* que é suscetível de integrar a totalidade dos níveis inferiores para produzir globalmente uma configuração pertinente à análise das culturas. (FONTANILLE, p. 31, 2005)

Como uma forma de vida compreende figuras, textos, objetos e práticas específicas, é pelo conjunto dos níveis que se constroem estilos, “traços enunciativos que permanecem de sua enunciação-uso global de forma virtual e pressuposta” (p. 23, 2005). Na materialidade do *blog*, os *links* (vínculos a outros textos ou imagens), emoticons (figuras que demonstram sentimento de alegria, tristeza, etc.), animação em *gifs* (imagem em movimento) se comportam como signos. Os *posts* formam os textos-enunciados com as mensagens do dia. A página na web é um suporte volátil, virtual, efêmero, que faz do *blog* uma prática que exige atualização constante e ao menos um rudimentar conhecimento do mundo digital para se manter vivo, ou seja, com visitas na página.

Se é na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito, conforme dizia Benveniste (1995), é pelo modo próprio de dizer de uma enunciação depreensível duma totalidade enunciada (DISCINI, 2003), ou pela forma de vida, que se pode dar caráter e corporalidade ao blogueiro e, por consequência, ao leitor de *blog*.

O blogueiro é de espírito crítico, moderno, visivelmente antenado nos fatos e nas novidades, sobretudo no mundo midiático. Não gosta de regras, haja vista a linguagem da qual lança mão, o chamado internetês. Fala o que lhe convém, caindo não raro no baixo calão. Ele quer ser livre, gozar de um espaço para poder ser visto, uma grande oportunidade que dificilmente teria nos meios de comunicação tradicionais. Daí um estilo que revela liberdade e excentricidade para fugir ao lugar-comum e alcançar a notoriedade, um desejo intrínseco de ser visto ou ouvido.



**Fig. 9:** *Blog* de Marcos Mion<sup>9</sup>, escrito em 22.04.08, quando comemorou o primeiro lugar no número de acessos entre os *blogs* produzidos pelos artistas da Rede Globo

Até aqui, detemo-nos na enunciação sob a ótica da produção. Analisemos agora a enunciação do ponto de vista da comunicação. O enunciador, na execução do seu fazer-persuasivo (fazer-fazer), convence e persuade o enunciatário a interagir com o discurso. Lembrando que é importante que façamos a distinção, com base na retórica clássica, entre persuadir e convencer. O ato de convencer se dirige unicamente à razão, é saber gerenciar informação por meio de um raciocínio lógico e provas objetivas, possuindo um caráter demonstrativo e atemporal. O ato de persuadir, por sua vez, visa a atingir a vontade, é saber falar à emoção do outro, tendo a característica subjetiva ou ideológica.

Segundo Abreu (2001, p. 25), há uma diferenciação ainda mais profunda em relação aos atos de convencer e de persuadir. Convencer alguém é construir algo no campo das ideias, é fazer com que esse alguém pense como nós. Persuadir, entretanto, é atuar no campo das emoções, é sensibilizar o outro para agir, levando-o a realizar aquilo que desejamos que ele faça. Por isso, consegue-se às vezes convencer uma pessoa, mas sem

<sup>9</sup> <http://bloglog.globo.com/marcosmion/>

persuadi-la. Ocorre, por exemplo, quando alguém é convencido de que a bebida é prejudicial, mas, mesmo sabendo disso, nunca para com o vício de beber. Ou, então, há casos em que a pessoa é persuadida a fazer algo, sem estar, todavia, convencida. É o caso do eleitor que vota num determinado candidato, tendo a consciência de que tal político não é o melhor.

O enunciador, caracterizado como uma entidade coletiva, representada pelos blogueiros em geral, procede ao convencimento e à persuasão com base na (i) facultatividade (não-dever-fazer): fica a critério do leitor interagir ou não com o texto postado; (ii) na vontade (querer-fazer): o enunciador estimula a interação com seu público; (iii) na liberdade (poder-fazer): a página, na maioria das vezes, oferece espaço para que o leitor deixe seus comentários; e (iv) na competência (saber-fazer): ao dar voz ao seu leitor, o blogueiro lhe demonstra um valor aos seus comentários.

O enunciatário, por outro lado, no seu fazer-interpretativo, crê epistemicamente (crer-ser) no seu enunciador, ao notar que o *blog* é verdadeiramente sua chance de gozar de liberdade e de visibilidade.

É interessante notar outra particularidade do *blog* quando falamos do nível enunciativo. Em geral, enunciador e enunciatário, imagens construídas pelo texto, se estabelecem em posições “estanques”. Mas, no *blog*, vemos aquilo que em análise de conversação chamam de “turnos de fala”. Ou seja, troca de papéis: emissor vira receptor e vice-versa, em vários momentos. Isso é possível graças aos comentários inseridos pelos leitores. Logo abaixo de um dado texto postado, aparece o *link* “comentários”, onde é exibido entre parênteses o número deles. O *blog* bem acessado apresenta um bom número de inserções. Em virtude dessa interatividade simultânea, ao inserir seu comentário, o enunciatário se transforma num enunciador, e o autor do *blog*, por seu turno, passa a figurar como enunciatário.

### **Os três interpretantes**

Além dos níveis enunciativos, o sentido do texto também pode ser analisado de outro ponto de vista. Edward Lopes (1978) concebe o texto como a articulação de três tipos de interpretantes, redundando em três diferentes leituras: extradiscursiva, intradiscursiva e heterodiscursiva. O interpretante do código, que produz uma leitura extratextual, está fundamentado no dicionário, já que trabalha com um saber compartilhado por todos os discursos de uma determinada língua. Transmite, dessa forma, um sentido literal: tem seu plano de expressão no discurso X e seu plano de conteúdo em um código extradiscursivo X.

O segundo interpretante, o do contexto, opera com um saber erigido na linguística sintagmática, mediante a construção de um sentido operada dentro do próprio discurso. Ele pratica uma segunda operação linguística, em que o elemento a ser interpretado (plano de expressão) vem a ser o interpretante do código, e o elemento decodificador, as bases fornecidas pelo contexto. Seu plano de expressão está num discurso X e seu plano de conteúdo, num código intradiscursivo X, que vem a ser o contexto sintagmático do próprio discurso X.

Por fim, a leitura heterodiscursiva assimila a mensagem enquanto prática social, a partir de códigos e discursos alheios que formam uma espécie de memória cultural, que armazena manifestações antigas e incorpora novas construções. Nessa relação interdiscursiva, o discurso do outro assume o papel de interpretante ideológico: seu plano de expressão está num discurso X e seu plano de conteúdo, num código heterodiscursivo Y (o conjunto de textos de uma cultura).

### 3. Análise dos *blogs*

*É na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito.*

Émile Benveniste

*O sentido de um documento está menos nele próprio do que nas pessoas que o consultam*

Michel Authier

No capítulo anterior, traçamos um “perfil” geral do blogueiro por dois pontos de vista, basicamente: modalização e enunciação. Neste capítulo, iremos passo a passo, ou melhor, de *blog a blog*, definir o leitor de cada *blog*.

Da mesma forma que a linguística textual nega a concepção de texto como um amontoado de frases, devemos afirmar que a decisão de analisar individualmente os *blogs* selecionados não coincide com a intenção de se chegar a um perfil geral mediante uma soma de unidades. Cada um dos *blogs* que compõe nosso *corpus* é um enunciado que, no todo, forma um conjunto significante.

### 3.1. Kibe Loco

**KIBE LOCO**  
A VERDADE É ÁCIDA  
E O KIBE É CRU

publicidade

O BRASIL SEMPRE FOI FAMOSO PELAS SUAS BELEZAS NATURAIS.

PASSE O MOUSE

13.01.2009

POR ANTONIO TABET

DANÇA DO QUADRADO (PARTE 11)

Polícia realiza operação "Cada Um no Seu Quadrado" no RJ

\*\*\*

Responda depressa: qual o melhor comentário para a notícia acima?

a) "Adô! A-ado! Vai ver o sol nascer quadrado!"

b) "Repreende o inimigo! Repreende o inimigo!"

c) Talvez seja o primeiro post a dar nome a uma ação policial no mundo. E é só o começo. Não dou seis meses para realizarem a operação "Cadê Xoxó?", inventarem a CPI do "BBBizarro" ou discutirem as "Notícias Que Vão Mudar o Mundo" no Supremo.

Se bem que isso eles já fazem...

LINK PARA ESTE POST? ENVIAR ESTE BLOG PARA UM AMIGO

HOME  
ARQUIVO  
PERFIL  
KIBE LOCO TV  
LOJINHA  
ORKUT  
LINKS  
CONTATO

LINKS PATROCINADOS  
ENTRETENIMENTO  
RÁDIO KIBE

"CADÊ XOXÓ?" (PARTE 2)

Menos de 24 horas depois de ir ao ar, o clipe de "Cadê Xoxó" já foi assistido quase 87 mil vezes. Com isso, o vídeo já é o mais visto do Brasil e está entre os 17 mais populares do mundo no YouTube.

E não para por aí. Dois dos maiores trios elétricos de Salvador já pediram para executar a canção no Carnaval.

Pois é. Xoxó tá na boca do povo.

E nem poderia ser diferente.

Update: agora são mais de 104 mil acessos. Já é o 13º vídeo mais visto do planeta.

Fig. 10: Página principal do blog

A logomarca da página anuncia em que se fundamenta o *blog*: na construção do riso. Com base na arquitetura das mesquitas — templo árabe —, o enunciador profana o sagrado ao fazer da casa de oração um órgão sexual, o pênis. Essa é a tônica de todo o conteúdo da página: apoderar-se do que é divulgado ou sabido para criar o efeito de sentido do riso, ironizando, parodiando ou satirizando. O Kibe Loco nasceu de uma lista de e-mails. O carioca Antônio Tabet, seu criador, costumava enviar gracinhas para um grupo de amigos.

Em relação à estrutura da página, há no cabeçalho três elementos para comentarmos. O primeiro se trata da logomarca no canto superior esquerdo, como dizemos acima, revela de antemão, pelo contraste de duas isotopias (religiosa e sexual), que o lúdico é

a base no qual assenta o *blog*. No canto superior direito, há a inscrição do nome do autor da página, Antonio Tabet, um ator do enunciado que corresponde ao ator da enunciação. Fica claro que a preocupação em mostrar quem produz a página é notória, ou seja, um sinal de narcisismo.

O terceiro elemento que quero ressaltar é a data. Todos os *blog* têm como preocupação a necessidade de atualizar constantemente as páginas. A forma de postar os textos é uma regra: coloca-se sempre em destaque o último conteúdo inserido. O primeiro *post* é a última atualização. Isso revela a preocupação com o novo, com o atual, daí a data ser colocada em destaque.

Na lateral esquerda, é curioso notar a presença de uma publicidade do governo federal sobre as belezas naturais do Brasil. Isso é uma prova de que o *blog* é uma vitrine ao público, ou seja, tem reconhecidamente grande número de acessos porque o poder público fez nele divulgação de seus serviços em busca da construção da boa imagem da Administração Pública. O marketing do governo é a prova de sucesso do *blog*, que em 2007 ganhou o prêmio de melhor *blog* da revista *Info Exame*, da Editora Abril.

Na página em análise, as palavras escritas em destaque constituem *links* que levam os leitores a outros textos, como o título do *post*. Outros *links* são o submenu do canto inferior esquerdo: home, arquivo, perfil, Kibe Loco TV, etc.

Vamos passar a análises dos *posts* inseridos nas páginas. Antes, porém, é necessário esclarecer alguns conceitos.

Quando nos referimos ao efeito do sentido do riso, envolvendo conceitos como ironia e sátira, para que não haja equívocos na compreensão de termos que se refiram ao risível, cumpre fazer uma digressão para elucidá-los. O riso pode ser suscitado por diversos recursos, entre os quais se destacam: comicidade, humorismo, ironia, sátira, paródia, caricatura e grotesco.

Cômico é a simples constatação do contraste, sem reflexão; é exatamente uma advertência do contrário. Cumpre acrescentar também que “o riso não nasce apenas da presença de defeitos, mas de sua *repentina e inesperada*<sup>10</sup> descoberta” (PROPP, 1992, p. 56). A partir do momento em que analisamos esse contraste, aprofundando-o com empatia, temos o humor. “Através do ridículo desta descoberta verá o lado sério e doloroso, desmontará esta construção, mas não apenas para rir dela; e oxalá que, no lugar de desdenhar-se dela, rindo,

---

<sup>10</sup> Grifo do autor

compadeça-se” (PIRANDELLO, 1996, p. 156). O humor, portanto, nasce de uma reflexão, é o “sentimento do contrário”.

Um exemplo para esclarecer. É noite, com intensa tempestade; de repente, avistamos um homem de pijama correndo debaixo de chuva torrencial. Esta é uma situação, no mínimo, estranha. Estamos diante do contrário, pois, normalmente, ninguém sai às ruas de pijama, ainda mais sob forte chuva. À primeira vista, é uma situação cômica. Se descobrimos, porém, que o misterioso homem saiu daquela maneira por causa do filho que passava mal em casa, estando desesperado à procura de ajuda, a situação se inverte. Refletindo sobre o fato, desperta-se a compaixão naquele que assiste ao fato. Doravante, a tolerância pelo diferente dilui o ataque e o espectador apoia a atitude do pai. Passamos do escárnio à comiseração, entrando no humor.

O humor é profundo, reflexivo, mais complexo. É mistura do riso e da dor, do riso de rejeição e da acolhida. É o riso melancólico, e discreto, e complacente, o rir do outro e de si mesmo. Podemos até dizer que, no campo do risível, o humor é o lado mais rico desse comportamento humano, uma vez que trabalha com a condição humana, uma reflexão que trata com amenidade os temas dolorosos e tristes. O humor deixa entrever, na relação com os outros, sua natureza benevolente e positiva, muito próxima ao riso bom.

Outro recurso para o riso é a ironia, muito utilizada para exprimir o contrário do que pensamos. Ela assenta num jogo dialético: afirma para negar e nega para afirmar. O primeiro plano de significação é o denotativo ou sentido manifesto; o segundo é o conotativo, ou sentido latente. “Dessa dicotomia, podemos dizer que todo objeto semiótico é dotado de uma dupla existência, pois existe o modo do ser e o modo do parecer”. (GREIMAS, 1975a, p. 92).

As palavras expressam o contrário da ideia que pretendemos exprimir, mas inserimos na mensagem um sinal que, de certa forma, previne o destinatário das intenções do enunciador, ficando subentendido que tal recurso foi usado propositadamente. Dessa forma, o ironista pode muito bem apresentar como valorosa uma realidade que ele trata de desvalorizar.

Conforme enuncia Alain Berrendonner (1982, p. 173), a ironia distingue-se das outras formas de contradição pelo fato de ser uma contradição de valor argumentativo. Por isso, além de estar classificada como figura de pensamento e de palavra, a ironia é vista como um importante recurso argumentativo, pois confere ao ironista, mediante a argumentação indireta, a possibilidade de lançar contra algum alvo suas críticas que põem a nu verdades que

não são ditas abertamente. Envolve-se, nesse jogo, um trio actancial: o emissor (1) dirige o discurso irônico a um receptor (2), para atacar um terceiro (3), o alvo da ironia.

Talvez uma das razões cruciais para o seu uso esteja na grande vantagem de evitarmos a exposição direta aos ataques e às críticas, ou de outras intenções que queiramos atingir. Mas essa mesma prerrogativa pode muito bem se transformar numa desvantagem. Isso ocorre quando ela é mal-interpretada ou quando o seu destinatário não se der conta do jogo irônico. Ela simplesmente não terá lugar, ficando como que ausente no discurso. Por isso, antes de mais nada, o primeiro efeito criado pela ironia será a identificação de sua presença.

Quanto à sátira, ela exige pleno conhecimento do satirista sobre o conteúdo que será alvo de seus ataques, e uma correspondência de quem os lê. A sátira explora mais a ideologia, a ética, figurando como uma arma crítica e agressiva, que está ligada à desmistificação dos costumes, da política e da ordem vigente.

Muito próxima da sátira está a paródia, uma imitação burlesca que explora, sobretudo, a estética e a linguagem. É possível parodiar tudo: movimentos e ações de uma pessoa, a fala, os hábitos de uma profissão e tudo o que é criado pelo homem no campo do mundo material. A caricatura acentua, de forma ridícula e hiperbólica, os detalhes de uma pessoa ou fato, deformando-o. Por fim, o grotesco é o contrário do sublime, sendo por vezes chamado de “mau gosto”, pois pode provocar riso, horror, espanto ou repulsa. Em virtude destas reações, ele sempre está associado ao disforme ou ao imperfeito, estando num estado fronteiro entre o humano e o animal, ou entre a cultura e a natureza. (PAIVA & MUNIZ, 2002)

Aberto esse parêntese para esclarecer termos referentes ao riso, agora podemos empregá-los livremente em nossas análises, sem risco de confusões.

Em nosso primeiro passo na análise, deparamo-nos com o uso de sátira e de ironia, recursos muito explorados no *blog Kibe Loco*.

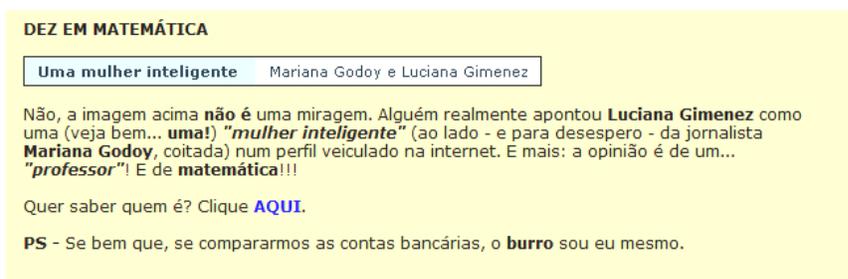


Fig. 11: Post publicado em 29/01/2006

Numa definição extradiscursiva, “inteligente” é aquele que apresenta intelectualidade e conhecimento, e “burro”, ao contrário, é uma pessoa imbecil e estúpida. O que o enunciador vai fazer neste *post* é dar uma nova significação aos termos por meio de uma definição discursiva do interpretante contextual, baseado num saber heterodiscursivo.

O primeiro passo do enunciador é fazer uma ressalva: a classificação de Luciana Gimenez como uma mulher inteligente não é uma miragem. Percebemos nessa ressalva a imagem de enunciatário que se constrói pela pressuposição. Em nenhum momento aparece no texto quem são as mulheres citadas. O enunciador sabe que seus leitores são pessoas antenadas na mídia, tendo conhecimento do mundo das celebridades e das pessoas ilustres. Mariana Godoy é uma jornalista da Rede Globo de Televisão; Luciana Gimenez é ex-modelo e apresentadora de programa de variedades na Rede TV. Gimenez carrega a fama de ser uma mulher privilegiada não por sua competência, mas por sua ligação com o vocalista (Mick Jagger) de uma das principais bandas de rock de todos os tempos, *Rolling Stones*, com quem tem um filho.

O tom irônico do texto se constrói quando o enunciador encarrega-se do fazer-interpretativo de uma imagem divulgada por outrem, ao mostrar que a definição de Gimenez como mulher inteligente não é mentirosa (parecer e não-ser), mas verdadeira (parecer e ser). Nesse primeiro momento, há a construção da isotopia da sabedoria.

Um dos recursos que sustenta o texto em determinada linha de sentido é a isotopia. O texto não é somente um aglomerado de frases, mas uma unidade composta por uma macroestrutura, ou seja, um conteúdo semântico global. Para a consecução desse todo, há vários fatores que garantem a coerência. No nível das estruturas textuais, temos a coesão, que estabelece a relação interfrástica. Na estrutura narrativa, a narratividade tem o papel de costurar o discurso com seu fio narrativo. No nível da estrutura discursiva, estão, de um lado, a argumentação “amarrando” o texto e, de outro, a coerência semântica alcançada por obra e graça das isotopias.

Para haver isotopia é preciso pelo menos duas unidades, pois o conceito tange à recorrência ou à redundância de traços semânticos ao longo do discurso. Sua função é impreterível para proporcionar ao texto a coerência. Como sabemos, um texto pode desencadear “n” leituras. Contudo a leitura total também é ilusória, sendo necessário delimitá-la. É justamente a isotopia, segundo Greimas (1975b, p. 22), “que permite superar os obstáculos opostos à leitura pelo caráter polissêmico do texto manifestado”.

Ela irá realizar-se em dois níveis de construção. No primeiro nível de leitura, temos a presença de figuras, que são palavras concretas que nos remetem a imagens do

mundo real ou do mundo criado. É no nível figurativo, referindo-se a espaço, tempo e personagens, que se cria o efeito de sentido de realidade: *noite, favela, revólver, tiros, pessoas assustadas, sirenes...* Com tais palavras, presumimos que talvez tenha ocorrido um *crime*. Partindo para essa primeira operação de abstração, ou seja, formulando valores, entramos no segundo nível de leitura, chamado temático. O tema ou nível temático (crime) é uma abstração, podendo ser recoberto por figuras (noite, favela, revólver, etc.).

É exatamente a reiteração dos temas e figuras ao longo do texto, construída pela recorrência de traços semânticos, que garantirá a coerência.

Voltando à análise, embora a imagem afirme positivamente a inteligência de Gimenez, o enunciador não crê nessa possibilidade (crer-não-ser), pois coloca em dúvida a competência de quem a avaliou, ao ironizar o avalista de duas formas: primeiro, desqualificando sua profissão, escrita entre aspas; depois, acrescentando sua especialidade, a matemática, ridicularizada como a área incapaz para uma avaliação dessa categoria. Portanto, faz um balanço negativo da classificação de Gimenez como mulher inteligente.

Em seu adendo, o enunciador instaura a isotopia das finanças, ao inserir a figura “contas bancárias”. No cruzamento das isotopias de sabedoria e de finanças é dada uma nova definição ao lexema “inteligente”. Sobre essa ressemantização do conteúdo é construída também a sátira do texto. No microuniverso semântico desse texto, mediante o interpretante do contexto, “inteligente” recebe a definição daquele que tem melhores condições financeiras. Portanto, em seu ato enunciativo, o enunciador produz uma nova definição para provocar o riso.

Do ponto de vista do interpretante ideológico, se a questão financeira é tomada como um critério de avaliação, o enunciador denuncia uma inversão de valores, pois, se na prática social é uma realidade esse tipo de análise, chegamos à conclusão de que o país, no seu imaginário, valoriza muito mais o dinheiro que outros preciosos valores, como a educação e o conhecimento. Esse é um termômetro para mostrar um risco: a superficialidade das pessoas, que se importam muito mais com as imagens de TV do que com o crescimento cultural de uma nação.



Fig. 12: Post publicado em 22/01/06

No conjunto de imagens acima reproduzido, há duas isotopias. A primeira imagem, *Fashion Week*, como a própria legenda já anuncia, compõe a isotopia da moda, da beleza e dos ditames da estética. A definição discursiva, do interpretante do contexto, irá corroborar a definição extradiscursiva. Na segunda imagem, focando o casal Garotinho, ex-governadores do estado do Rio de Janeiro, com um corpinho bem avantajado, há uma quebra no percurso isotópico. O enunciador se vale da memória cultural, ao partir do pressuposto de que seu enunciatário sabe que a obesidade é estigmatizada no mundo da beleza. Dessa forma, ao colocar essa imagem ao lado de modelos de beleza, ela se transforma numa foto disfórica, numa imagem grotesca, inserindo a isotopia do feio. Esse recurso, mudança da isotopia, irá provocar o efeito de sentido do riso, porque quebra a expectativa do leitor, que não esperava uma imagem disfórica na enumeração de fotos da moda.

O enunciador, em seu ato enunciativo, reforça o sentido heterodiscursivo, ao fazer uso da expressão “Fechem os olhos”, um trocadilho com “Fashion”. Muito mais que uma paronímia, “Fashion” [ˈfɛʃɪ̃õ] e “Fechem” [ˈfɛʃɛ̃] indica o desejo (querer-ser) de um blogueiro com a permissividade (não-deve-não-fazer). Ele quer ver aquilo que não é visto nos meios tradicionais. Quer a prerrogativa de ser livre para escolher sua leitura. Quer o proibido, o inusitado. A liberdade, portanto, é um dos traços do leitor de *blog*.

**NOTÍCIAS QUE VÃO MUDAR O MUNDO (PARTE 23)**

*Xuxa cortou o cabelo semana passada*

\*\*\*

E ao que tudo indica, parece que ela vai **fazer xixi ainda hoje**. Aguardem!

**Fig. 13: Post publicado em 23/02/2006**

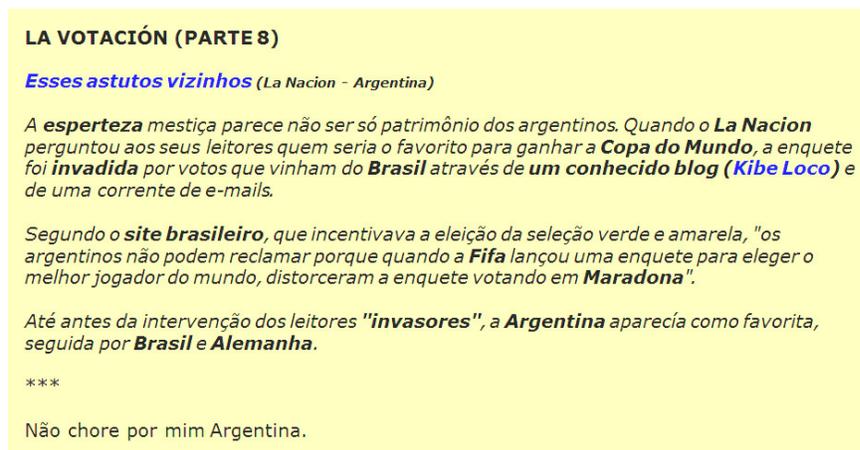
A série “Notícias que vão mudar o mundo” sempre aparece no Kibe Loco. Ele apresenta uma notícia divulgada (o título da matéria se transforma em *link* para levar o leitor ao site em que foi noticiada) para ironizá-la. No cabeçalho do *post* há a isotopia da grandiosidade: “notícias que vão mudar o mundo”. Esse cabeçalho contrasta com o restante do texto, que apresenta ações elementares da vida de qualquer ser humano: cortar cabelo e urinar. No nível do enunciado, o enunciador afirma os costumes do ator do enunciado “Xuxa” como raridades, mas, no nível da enunciação, zomba da notícia.

Mas no fazer enunciativo do enunciador não há apenas uma ironia. A primeira, como vimos, está no apropriar-se do texto alheio (notícia divulgada) para ironizá-lo. A segunda, na própria seleção feita pelo enunciador do texto-alvo. Esses textos são absurdos, mas são desses absurdos que ele se nutre para manter seu *blog*. Portanto, a ironia maior é zombar dos fatos que são a essência de seu *blog*. É o mesmo que um bobo rir de outro bobo.

Os leitores do Kibe Loco são modalizados pelo desejo (querer-ser) de encontrar nos textos postados curiosidades que normalmente não encontrariam nas mídias tradicionais. Dessa forma, são leitores que não buscam uma informação (saber) para sair de seu estado de ocultação (não-saber). A busca está centrada, antes, na forma como essa informação é dada, ou seja, no efeito de sentido do riso. Por isso, os *blogs* são sempre construídos no espírito lúdico, da descontração.

O enunciador dos textos não está preocupado com o teor da informação, se se trata de uma informação importante ou corriqueira, o que importa é se um dado fato permite a inserção duma depreciação. E, na maioria dos casos, o enunciador se vale de fatos supérfluos. Em seu fazer-persuasivo, o enunciador demonstra competência (saber-fazer) e liberdade (poder-fazer). Competência para criar o efeito de sentido do riso e liberdade para, em seu dizer, distorcer os fatos, quebrar tabus ou falar do politicamente incorreto. E o enunciatário, por sua vez, crê verdadeiramente (crer-ser e parecer) na competência e liberdade do enunciador, legitimando-o, afinal, é um dos *blogs* mais acessados.

O *blog* é essencialmente marcado por textos de caráter risível, em sua maioria com predomínio da ironia. A ironia, porém, não está somente nos textos. Até mesmo o fazer-persuasivo do enunciador revela ironia. Vejamos como há uma deturpação no sentido da palavra competência. Numa definição lexicográfica, “competência” revela a capacidade e a idoneidade de alguém para apreciar ou julgar uma questão. Portanto, carrega um sema nuclear de positividade. Quando se fala em competência, imediatamente associamo-la a um estado construtivo e de valor. Mas, em seu fazer, o enunciador deturpa o sentido extradiscursivo da palavra “competência” para lhe dar, numa definição intradiscursiva, uma conotação voltada, por assim dizer, à malandragem (*à la macunaíma*, o herói sem caráter), conforme no *post* abaixo, em que há zombaria de uma pesquisa deturpada:



**Fig. 14: Post publicado em 7/02/2006**

O fazer do enunciador transforma o valor da competência, pois a malandragem deixa de ser negativa e passa a ser positiva. O perfil do receptor deste *blog*, por consequência, denota um leitor descompromissado (querer-não-ser), cujo interesse está na leitura do risível e da superficialidade. O *blog* seria uma espécie de escapismo, um instrumento por meio do qual o leitor transcende seu mundo convencional e pragmático para se satisfazer com o prazer da despreensão, longe da cobrança e do imediatismo, presentes sobretudo pela pressão da contemporaneidade.

Kibe Loco se caracteriza pelo tom do deboche. Um enunciador que gosta de zombar de celebridades e de fatos corriqueiros e pode fazê-lo porque sabe ver os absurdos e fazer deles motivos de riso. Seu enunciatário quer não ter nenhum compromisso com a leitura crendo ser o *blog* escarnecedor. Ele não busca conhecimento, utilidade ou raciocínio. Deseja o despreendimento (querer-não-ser), tendo a certeza (crer-ser) de que irá encontrar nele o riso.

### 3.2. Interney

Escrito por um dos blogueiros mais consagrados do Brasil, o analista de sistemas Edney Souza, o *Interney* já esteve entre os vinte *blogs* mais visitados do mundo. Ele não segue a linha do humor debochado ou do besteiro. Ainda que contenha alguns conteúdos irrelevantes do ponto de vista cultural, com assuntos variados (veja Fig. 15 e 16) e um subtítulo sugestivo (InterNey.Net - (In)formação e (In)utilidade), ele se caracteriza, no seu conjunto, como um veículo de serviços, com dicas, sugestões e novidade do mundo da internet e da blogosfera (veja Fig. 17).

**Mercado Luta**

Descubra quem são os campeões de consumo :

britney spears ou madonna?  
gol ou fusca?  
palmeiras ou corinthians?  
canon ou xerox?

[Clique aqui e descubra!](#) 😊

**Update:** Adicionei umas 'firulas' novas : lutas mais populares, sugestão de lutas contra palavras parecidas e principal produto de cada lutador.

**Fig. 15: Campeões de consumo**

**Segunda-feira, 06 de fevereiro de 2006**

**Coleção de cheques**

Eu adoro histórias de taxistas, algumas são folclóricas e outras por mais absurdas que pareçam são verdade. Sabendo da descrença popular por contos de taxistas, Dino Faria carrega consigo algumas cópias coloridas do seu precioso acervo, uma coleção de mais de 600 cheques autografados e com dedicatórias, sendo que cerca de 500 são de personalidades brasileiras e estrangeiras.

É algo no mínimo curioso de ser visto, pensando em alguma possível publicidade no futuro, ele colheu autorizações nos versos do cheque permitindo veiculação na mídia. Os anos passaram e Dino ainda não produziu algo com essa coleção.

Se você estiver interessado em entrar em contato com ele para agendar uma entrevista, produzir um livro ou outras oportunidades, veja a página que montei: [Coleção de Cheques](#).

**Fig. 16: Contos de taxista**

Sábado, 29 de abril de 2006

### Pixoh - Editor de imagens online

As vezes você precisa fazer pequenos ajustes numa foto, como tirar um pedaço, mudar o tamanho ou salvar noutro formato. O [pixoh](#) permite fazer tudo isso e algumas outras coisas, tudo sem precisar baixar/installar nenhum software no seu micro, ou seja, ele faz tudo isso online! E de quebra ainda permite gravar o resultado na sua máquina (em GIF, JPG, PDF, PNG, PSD ou TIF) ou na sua conta do [flickr](#).

**E-mail com mais espaço?**  
Use o Gmail do Google - 2.8 GB de espaço. Saiba mais.  
[www.google.com](http://www.google.com)

**Transporta seu sucesso**  
Especializado no transp. de grãos materias primas e produtos acabados  
[www.rodobetel.com.br](http://www.rodobetel.com.br)

**Preço Computador**  
Desktop Dell C521n+LCD 15". Em até 6X sem juros de R\$ 199,83.  
[www.Dell.com.br](http://www.Dell.com.br)

**Preço**  
Todos os produtos do Submarino com descontos para sua empresa!  
[www.Submarino.com.br/empresas](http://www.Submarino.com.br/empresas)

Anúncios Google

Pera aí, vamos recapitular, eu pego uma imagem online, manipulo ela online e salvo ela online, de qualquer micro, a qualquer hora e de graça, é isso mesmo? A resposta é SIM! 😊 acredita que é tão simples assim? Teste você mesmo: [Pixoh](#). (eu tive

**Fig. 17: Editor de imagens online**

Terça-feira, 06 de janeiro de 2009

## Vencedores da Promoção Campus Blog

Abaixo estão os 21 "vencedores da promoção "Divulgue o Campus Blog e concorra a 20 ingressos para o Campus Party":

- <http://www.alexandreformagio.com.br/postagem.asp?789/campus-party-e-as-midias-sociais/>
- <http://www.avidasecreta.com/paineis-campus-blog-na-campus-party-is-internet-for-porn-a-internet-e-para-pornografia/>
- <http://www.bardocelso.com.br/2008/12/alessandro-martins-d-uma-entrevista.html>
- <http://biablablainfocus.blogspot.com/2009/01/campus-party.html>
- <http://blogando20.blogspot.com/2008/12/divulgue-o-campus-blog-e-concorra-20.html>
- <http://blogs.radioanimix.com.br/likachan/?p=246>
- <http://www.chipsangrento.com/index.php?archives/302-Santoja-na-Campus-Party.html>
- <http://www.chrisb.com.br/blog/campus-party-nos-vemos-la/>
- <http://elatalexico.blogspot.com/2009/01/campus-party-2009.html>
- <http://jplemos.wordpress.com/2008/12/24/campus-party-2009/>
- <http://leocello.com/bla/index.php/programacao-campus-party-brasil/>
- <http://www.morandosozinho.net/bar/2009/01/06/campus-blog/>
- <http://meiobit.psp.com.br/meio-bit/anuncios/promocao-campus-party-2009>
- <http://mudandoparaolinux.blogspot.com/2008/12/campus-party-2009.html>
- <http://www.ofuturodopresente.caixadepandora.com.br/?p=768>
- <http://www.richardbarros.com.br/blog/eventos/vem-ai-o-campus-party>
- <http://vovotinhazao.blogspot.com/2009/01/cabea-aberta-campus-party-2009.html>
- <http://sitedaalice.blogspot.com/2009/01/apesar-de-ter-este-blog-h-mais-de-2.html>
- <http://yourbirdsina.blogspot.com/2008/12/campusblog.html>
- <http://wdecs.blogspot.com/2009/01/campus-blog.html>
- <http://pensamentoseretalhos.blogspot.com/2009/01/campus-blog-que-ro-ir.html>

Quem ainda não me enviou um e-mail favor enviar por aqui com Nome e RG o mais rápido possível.

\* Fiz uma confusão esquecendo um post que eu já havia confirmado por e-mail que ganhou, por isso aumentei para 21 ingressos.

**Posts similares:**  
 Aline estreia hoje na TV  
 Eleições bizarras - a apuração dos coadjuvantes  
 007 - Quantum of Solace

**Inscruva-se!** **MÓDULO**

Terça-feira, 23 de dezembro de 2008

## Divulgue o Campus Blog e concorra a 20 ingressos para o Campus Party

Quer participar do Campus Party Brasil 2009 de graça? A organização do [Campus Blog](#) tem 20 ingressos para distribuir e você tem 2 promoções para concorrer a esses ingressos:

**1ª promoção - 10 Ingressos:** Faça um post sobre a apresentação ou participante mais interessante do [Campus Blog](#) para você. Você pode falar sobre a importância daquele painel para a blogosfera, entrevistar os participantes, contar um pouco sobre as realizações deles na internet. Qualquer post que inspire as pessoas a irem a Campus para assistir algum dos debates, palestras ou oficinas é válido.

Escreva o post no seu blog e me [avise por e-mail](#)

Os posts devem ser publicados até ~~31/12/2008~~ 06/01/2009 e os 10 vencedores dessa promoção serão divulgados aqui no InterNey.Net no dia 06/01/2009.

**2ª promoção - 10 Ingressos:** Ajude a divulgar a [programação do Campus Blog](#), você pode fazer isso de 2 maneiras:

a) Linkando esse post: <http://www.interney.net/?p=9755043>, cada visitante que clicar no link conta 1 ponto para você. O link não pode estar disfarçado indicando outro tipo de conteúdo não relacionado ao Campus Party.

b) Publicando a programação no seu blog (o [texto com todos os links está disponível aqui](#)) e adicionando o e-mail [campusblog@polvoracomunicacao.com.br](mailto:campusblog@polvoracomunicacao.com.br) ao seu Google Analytics cada "Unique Pageview" conta 1 ponto pra você

Os 10 blogs que somarem mais pontos terão direito a 1 ingresso por blog. A medição no InterNey.Net será feita através do Google Analytics, por isso os blogs que quiserem participar usando a opção 'b' também devem usar Google Analytics para que o critério seja o mesmo. Qualquer método artificial para gerar visitas como Iframes, PopUnder ou PopUp e Refresh Automático entre outros fará com que o blog seja desclassificado. As visitas serão computadas até o dia 06/01/2009 e os ganhadores serão divulgados aqui no InterNey.Net no dia 05/01/2009.

Os ingressos dão direito a entrada para a Arena (área do evento onde acontecem as palestras) e barraca para dormir no local durante os dias do evento, não estão incluídos gastos com transporte, hospedagem e alimentação.

**UPDATE:** Prefere escrever sobre outra área? Participe então da promoção do BlogBlogs: [Concurso Expresso: Passe-livre Campus Party 2009](#)

**UPDATE:** Foram desconsiderados blogs de participantes, organizadores e colaboradores, blogs que não linkaram a programação e blogs que fraudaram a contagem de visitantes. No final das contas sobraram 4 ingressos que serão distribuídos para os 4 próximos que avisarem por [e-mail](#) ou [twitter](#) que fizeram um post seguindo as regras acima! ☺

InterNey Blog

Assine / RSS

4546 assinantes  
 Assine por e-mail  
 O que é RSS?

Twitter

4675 Followers  
 O que é Twitter?

Compras

Shopping Presentes Tabela Veículos Mercado Listas Mercado Luta

Miscelânea

Testes Loterias Conversor Ortográfico Intranets Downloads Cursos Meus Poemas Ação Comunitária Cheques Fighters Club

Blogs & afins

InterNey Blogs Foreigners Seleção de Textos Bar do Edney Diretório de Blogs Trackback Fórum BlogFAQ Ganhe dinheiro RSSificador Anunciador

Pesquisa via Google

soamente neste site Pesquisar ou consulte um Dicionário

Recomendo

Sedentário & Inerativo Ueba Melo Bit Graveheart Jogos

Polvorai

Amadeus SMNR Formigas com Megafone Saúde Comunidade Santa Marcha Tubo de Ensaio

Enviar Recomeno Enquiste Com Nho Comzinha InterNey Blog

Egotrip

Auto-Estruista

Likeed in Flickr Last.fm Flickr YouTube Orbit

Brazil SP São Paulo, Edey Souza, 32 anos

blogbogs

Fig. 18: Página principal da blog

A estrutura do *blog* é sempre montada em função da regra número um da blogosfera: atualidade. Dessa forma, o *post* mais atual é colocado em destaque, no topo da página.

Outra característica sempre presente é o uso de *link*, seja pelas palavras, seja por imagens. “O grupo de *links* funciona como um fio de Aradne que conduz o visitante pelos caminhos labirínticos percorridos pelo autor do *blog*, e isso já garante que a dupla autor/leitor estabeleça uma cumplicidade” (SCHITTINE, 2004, p. 86). O blogueiro oferece várias opções ao visitante de leitura. O menu colocado à direita da página demonstra bem essas opções. É um menu bem sortido. A cumplicidade entre autor e leitor está aí. É como se o autor desse ao leitor a opção de percorrer os mesmos caminhos pelos quais ele passou.

Também são oferecidos ao final de cada *post* textos relacionados ao conteúdo da mensagem. É a leitura não linear disponível, quebrando os costumes da leitura tradicional. Agora, cada leitor pode fazer um trajeto diferente de leitura ao seguir os vários *links* que são disponibilizados ao longo da página.

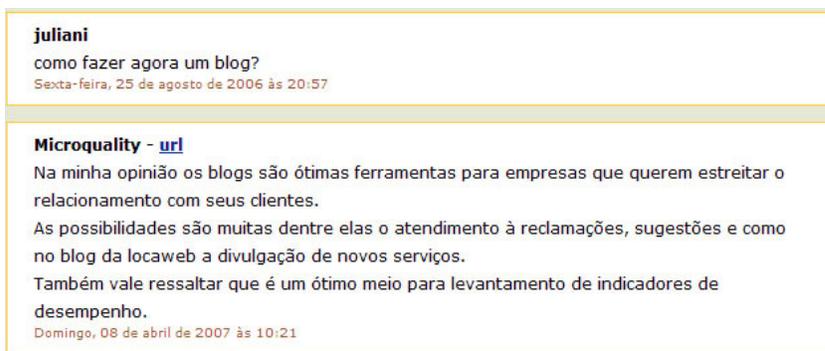
A materialidade do texto revela a imagem do enunciatário do *blog*. O uso de termos “Assine RSS”, “Twitter” revela tratar-se de uma figura que domina o mundo da internet. Mais abaixo no menu, o item “compras”. Ora, é possível sem sair de casa comprar tudo de que tem necessidade. Mas muitos ainda têm medo de comprar pela rede, em virtude da desconfiança, do medo de ter cartão de crédito clonado, etc. Mas quem é acostumado à vida virtual, não se dispõe mais a sair de casa para comprar. Faz tudo pela internet. O enunciatário dá a seu leitor a opção de comprar diretamente pela sua página. Além disso, oferece no item “miscelânea” serviços online como curso, tradutor, resultado de jogos, etc. Recomenda jogos, seleção de textos, outros *blogs* e serviços de utilidade.

Assim, expressões de informática, compras e serviços online, *links* para comunidade como *blogs* e Orkut ou sites de vídeos como *YouTube* revelam a imagem de um leitor engajado do mundo digital. Pelo nosso saber heterodiscursivo, o enunciatário do *blog* é preenchido pela figura do internauta, que busca no *blog* como objeto-valor serviços e informações da internet. Com múltiplas escolhas, a página personaliza a visita do internauta, satisfazendo-o no verdadeiro valor, que é a liberdade para escolher o que ler ou ver (várias sugestões e recomendações de *links*), o que fazer (compras, cursos...) e o que expressar, por meio dos comentários preenchidos ao final de cada *post*.

Dessa forma, ele é impulsionado pelo desejo de ver (novidades do dia) e de ser visto (expressar-se, fazer-se presente no mundo, ser ouvido). É um enunciatário narcisista na medida em que vê seu “eu” (seus desejos, as mesmas preferências) refletido no “outro”. É um

sujeito que vai em busca da sua própria identidade, porque encontrar a leitura que me agrada é um lenitivo, um instrumento de conforto que ameniza a insegurança de achar que o meu “eu” não é válido. Se tenho a liberdade de procurar o reflexo de meu “eu”, tenho o alívio de descobrir que igual a mim há outro.

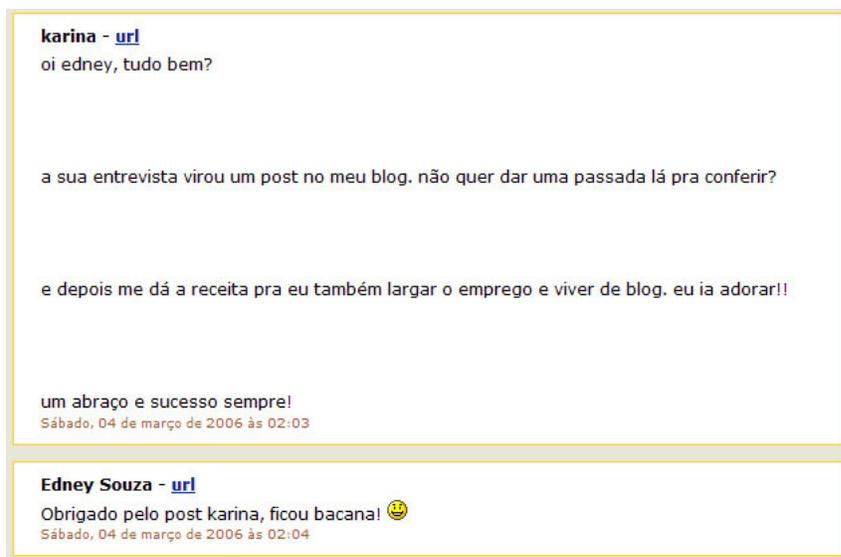
Abaixo, um comentário inserido no *blog*:



**Fig. 19: Campo de comentários**

Nessa figura, vemos um comentário postado no *blog*, por meio do qual o leitor (Juliani) busca orientação de como fazer um *blog*. Aliás, no campo de comentário desse *blog* há muitas perguntas desse tipo: como usar tal programa, onde encontrar dada ferramenta, certos sites, etc. É curioso notar o papel enunciativo da leitora “Juliani”. É uma espécie de enunciatário materializado. É claro que, ao inscrever seu discurso, ela passa a ser um enunciador. Mas o comentário é importante para ilustrar como uma das projeções do enunciatário — aquele que busca o engajamento no mundo virtual — se confirma no enunciado do leitor empírico.

No caso específico ilustrado acima, temos um leitor que insere seu texto no campo de comentários para buscar orientações de como criar seu próprio *blog*. O fazer-persuasivo do enunciador consiste na demonstração de sua competência (saber-fazer), e o fazer-interpretativo do enunciatário está em crer verdadeiramente (crer-ser e parecer) nele, pois busca também adquirir a mesma competência (saber-ser). A relação entre enunciador e enunciatário se estabelece por uma doação, conforme comentário postado por seu leitor, por meio do qual se reafirma a certeza (crer-ser) da modalização epistêmica:



**Fig. 20: Comentário de leitor**

O enunciador (produtor do *blog*) exibe a imagem de portador de conhecimento digital, que se preocupa em orientar o internauta por meio de seu *blog*. Modalizado pela extensão (conhecimento inteligível), sua temporalidade é o presente e seu estado passional é terminativo (aquele que diz “eu domino as técnicas da informática”). Corporifica a imagem de um sujeito bem moderno. Aborda os assuntos, mesmo técnicos, com leveza (brincadeiras) e, ao mesmo tempo, com competência, antenado no mundo digital.

Por essa razão, seu leitor é tipificado como um sujeito moderno que busca sempre algum tipo de conhecimento, e também diversão, na forma de jogos ou informações descontraídas. É um leitor modalizado pelo desejo (querer-ser), pois está em disjunção com seu objeto-valor (informação atualizada do mundo virtual, ou seja, um saber).

Portanto, o enunciatário desse *blog* tem o perfil de um leitor engajado no mundo da tecnologia digital, preocupado em acompanhar as mudanças e os avanços pelos quais passa a atual conjuntura.

### 3.3. Cocadaboa



Fig. 21: Página principal do blog

O blog *Cocadaboa*, criado em 2001, tem como editor da página Wagner Martins, mais conhecido como Mr. Manson. A alcunha é inspirada no roqueiro-problema Marilyn Manson. O site se caracteriza fundamentalmente por espalhar boatos, num tom descolado e cheio de humor. As falsas informações, sobretudo no início do *blog*, conseguiram enganar grandes nomes da imprensa nacional, como Ancelmo Góis, Júlio Hungria, Ricardo Noblat e Pedro Dória. Martins costuma se referir às suas “vítimas” como “patos”, num tom irônico.

A primeira cocada, ou melhor, o primeiro boato de grande repercussão foi lançado em 2002, às vésperas da Copa do Mundo de Futebol, a ser realizada no Japão e na Coreia do Sul. Em virtude do fuso horário, com uma diferença de 12 horas em relação ao Brasil, o *blog* postou a informação de que a AmBev, para não perder a chance de vender suas cervejas, havia criado uma fórmula de cerveja para ser consumida justamente pela manhã, no mesmo horário para nós aqui do Brasil dos jogos da seleção brasileira. A notícia falsa acabou sendo publicada em vários sites, que posteriormente descobriram a farsa. Em 2004, outro boato que ganhou fama foi a criação do *Sexkut*. Aproveitando a fama do *Orkut*, *Cocadaboa* espalhou a notícia de que fora criada uma página cujo objetivo era encontrar parceiros sexuais. O *Sexkut.com* acabou recebendo nota de vários portais. Mr. Manson teve até o capricho de montar falsamente a página na internet só para dar maior realidade a sua brincadeira.

Esse tom descontraído tem sido o combustível por meio do qual o *blog* tem se mantido. Sua tônica é criar polêmica. E as bobagens lançadas pelo *blog*, se no começo eram pura distração ou entretenimento, viraram então um negócio. Contratado por empresa especializada, a página pratica aquilo que o mercado chama de “marketing de guerrilha”: ganha dinheiro para espalhar boatos com fins comerciais para terceiros.

Na materialidade do texto há indícios de polêmicas. Além de o não verbal predominar sobre o verbal, as imagens indicam um conteúdo voltado ao baixo corporal.

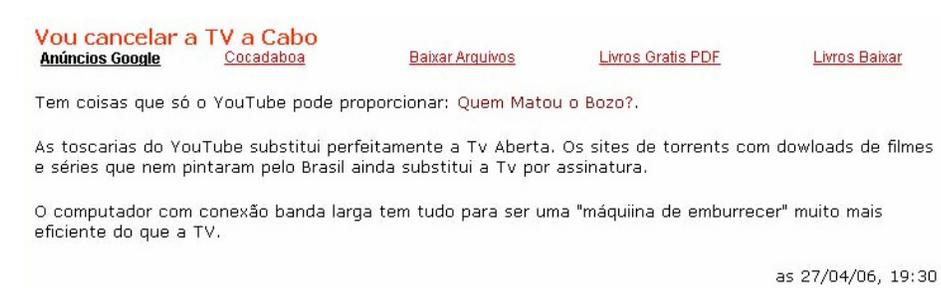
A logomarca do *blog* tem a imagem de um diabinho levando uma criança. Pelo interpretante do código, o saber extradiscursivo nos diz que diabo é uma figura do mal, que nos induz ao pecado. Além da imagem, a logo tem a expressão “cocadaboa”. Sabemos que a expressão é uma composição de “cocada” (boato) + “boa”. Mas com a imagem do diabinho, a expressão se torna ambígua, conotando a composição “coca” + “da” + “boa”. Pelo interpretante do contexto, vemos que o enunciador se vale de um saber extradiscursivo para ressemantizar o conteúdo num saber intradiscursivo. A expressão “cocadaboa” passa a significar coca da boa, porque induz a pensar que o *blog* será um vício (coca) para os leitores. O diabinho passa a significar pelo interpretante do contexto o próprio enunciador que conduz a criança (os leitores) ao pecado (baixo-calão, baixo corporal, besteiro, etc. inseridos na página).

No *post* escrito dia 6 de janeiro de 2006, enuncia: “Já volto, pra finalizar o Bolão 2005, iniciar o 2006 e voltar a divertir e infernizar esse lugar cheio de idiotas que convencionaram chamar de internet.”

“Divertir”, numa leitura extradiscursiva, denota brincadeira, ludicidade. “Infernizar”, numa leitura contextual, ao lado de divertir, remete a diabruras infantis. Logo, o enunciador assume um papel de “garoto levado”.

Este *post* serve como uma síntese do que compõe o *blog*. O enunciador, o garoto levado, qualifica a internet, e ele próprio por consequência, de forma depreciativa. Fica muito bem claro como ele, enunciador, vê seu enunciatário: um idiota.

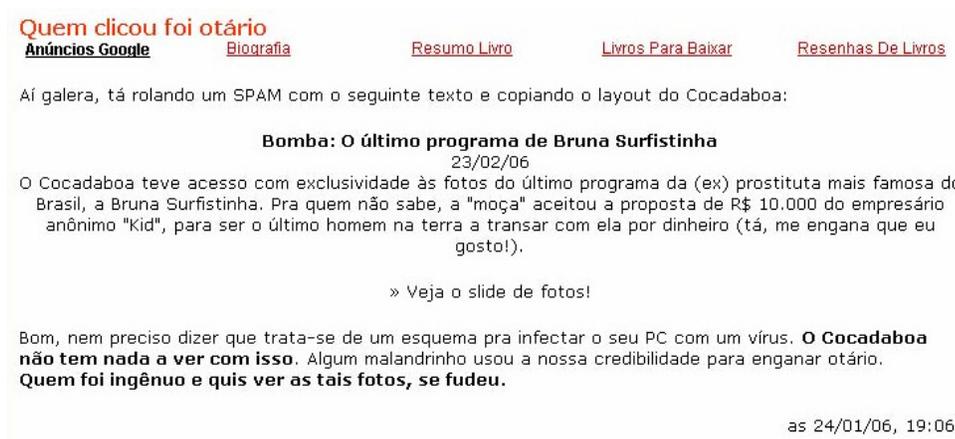
Idiota é aquele que é estúpido, imbecil. Se a internet está cheia de idiotas, que são os leitores dos *blogs*, então os *blogs* devem conter idiotices, conteúdos nada edificantes.



**Fig. 22: Sobre os vídeos do YouTube**

Como pode alguém chamar a internet de lugar de idiotas e o computador de máquina de emburrecer, mas continuar a receber uma audiência acima do normal? Isso nos leva a concluir que o que mais atrai os leitores de *blogs* são vulgaridades, com abordagens leves e descontraídas, às vezes repletas de tolices.

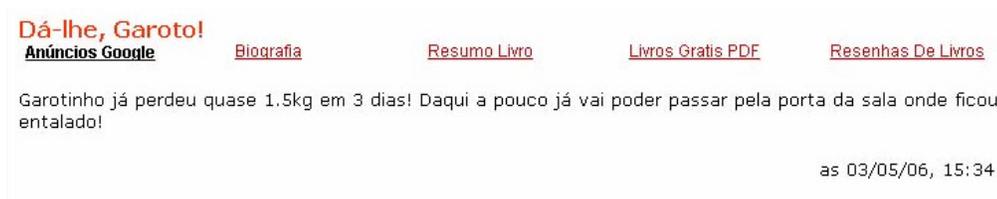
Dos lexemas “idiotas, divertir, infernizar, emburrecer” depreendemos várias isotopias degradantes para um meio de comunicação como o *blog*. O enunciatório desse *blog* em específico se caracteriza pela leitura totalmente informal, longe das formalidades ou de conteúdos edificantes. A cultura em exposição seria a cultura do descompromisso, apenas para passatempo, desejando encontrar aquilo que não é encontrado em sua volta, como, por exemplo, em jornais, nos livros, no trabalho. Ele quer ler o que normalmente não se lê. Ele quer ouvir o que se ouve apenas nas conversas informais de mesa de bar, onde o baixo calão rola solto:



**Fig. 23: SPAM com vírus**

“Quem clicou foi otário” e “se fudeu” demonstram a “cordialidade” com que o enunciadador escreve. O enunciadador se diverte com esse tratamento, porque não é usual ler num

meio massivo tais expressões. Infringir a formalidade é um prazer, atrai atenção, transforma-se num espetáculo. É comum ver um engolidor de facas, um domador de leões ou um malabarista? O *show* nos atrai assim como o proibido nos arregimenta.



**Fig. 24: Sátira ao ex-governador do Rio de Janeiro**

O riso é sempre uma recorrência nesse *blog*, assim como na maior parte de nosso *corpus*. Rir não é apenas uma distração. É um engrandecimento. É gostoso saber que “Garotinho ficou entalado na porta”. Isso demonstra a mim que ele é um fraco. Eu, ao contrário, sou um forte, porque não fico entalado na porta. Se rio dele é porque me satisfaço com a debilidade dele em relação a minha superioridade.

Os estados passionais do enunciador e do enunciatário se caracterizam pela infantilidade. Modulados tensivamente pela intensidade, cuja temporalidade é o presente, há sujeitos que querem ser (desejo) contrários à norma e apenas o conseguem no momento em que visitam o *blog*, um espaço em que a impossibilidade (dever-não-ser) é permitida.

A maioria dos *blogs* em análise, como dissemos, vale-se do riso. O de Noblat, por sua vez, lança mão de um efeito de sentido do riso mais perspicaz, ou seja, o riso da ironia, como veremos adiante.

### 3.4. *Blog do Noblat*

Ricardo Noblat, jornalista pernambucano, que passou por vários jornais impressos, viveu uma grande ironia em sua vida. O maior precursor de *blog* jornalístico até pouco tempo atrás não sabia sequer mandar um e-mail e navegar na internet. Noblat era daqueles jornalistas tradicionais do papel. Escreveu inclusive o livro *A arte de fazer um jornal diário*, publicado pela Editora Contexto, em 2001. Quando o computador chegou às redações, essa estranha maquinaria eletrônica, mal sabia ele que o diário virtual seria seu maior instrumento de trabalho.

A oportunidade de criar um *blog* surgiu em 2004, quando assinava uma coluna dominical no jornal carioca *O Dia*. Como muitas das informações que recebia não poderia colocar na sua coluna, recebeu de um colega a sugestão de criar um *blog*. *A priori*, achou um absurdo, já que pensava na ferramenta como uma coisa de adolescente. Convencido da ferramenta, manteve a coluna e o *blog*. Dois meses depois, sua coluna no jornal acabou. Ficou apenas com o *blog*, a pedido dos leitores.

O *blog* foi ganhando audiência. Até os grandes jornais se interessaram pelo jornalista. O que era apenas um passatempo acabou se transformando num trabalho sério. Hoje, Noblat trabalha com uma equipe para abastecer a página de exclusivas políticas: um jornalista, um assistente e uma estagiária. São mais de 1,5 milhão de visitantes únicos que acessam sua página mensalmente.

O *blog* de Noblat, que se transformou num fenômeno durante a crise do mensalão no governo Lula em 2005, é uma referência no jornalismo brasileiro, sobretudo na política. Em novembro de 2005, numa enquête promovida pelo Portal Imprensa<sup>11</sup> — que produz uma das mais importantes publicações da área de comunicação, a revista *Imprensa* — para eleger o melhor *blog* do Brasil, Noblat foi eleito o vencedor.

A enquête teve duas fases. Na primeira, qualquer *blog* poderia ser indicado, independentemente da temática: jornalístico, humorístico, esportivo, político ou geral; na segunda, os seis mais votados disputariam a final. Os finalistas foram: *Blog* do Fernando Rodrigues (UOL), *Blog* do Juca Kfourri (UOL), *Blog* do Noblat (Estadão), *Blog* do Marcelo Tas (UOL), Kibe Loco e Tereza Cruvinel (O Globo). A disputa foi polarizada entre Ricardo Noblat e Fernando Rodrigues. Noblat recebeu 997 votos, contra 631 de Rodrigues.

---

<sup>11</sup> [www.portalimprensa.com.br](http://www.portalimprensa.com.br)

Outra confirmação do sucesso e da popularidade de Noblat aconteceu em janeiro de 2007, quando o serviço Technorati apresentou um *ranking*, referente ao segundo semestre de 2006, dos *blogs* brasileiros da área de política:

RANKING	NOME	LINKS	PORTAL DE ENTRADA	CIDADE	ESTADO
1º	Ricardo Noblat	1.744	Globo	Brasília	DF
2º	Josias de Souza	915	Folha de São Paulo	São Paulo	SP
3º	Fernando Rodrigues	418	UOL	Brasília	DF
4º	Reinaldo Azevedo	336	Veja	São Paulo	SP
5º	Alon Feuerwerker	326	Correio Brasiliense	Brasília	DF
6º	E-agora	308	E-agora	São Paulo	SP
7º	José Dirceu	209	IG	São Paulo	SP
8º	Mino Carta	176	Carta Capital	São Paulo	SP
9º	Guilherme Fiúza	175	Ibest	Rio de Janeiro	RJ
10º	Roberto Jefferson	140	-	Rio de Janeiro	RJ
11º	Luis Nassif	97	UOL	São Paulo	SP
12º	Jorge Bastos Moreno	93	Globo	Rio de Janeiro	SP
13º	Franklin Martins	92	-	Brasília	DF
14º	Paulo Moreira Leite	87	Estadão	São Paulo	SP
15º	Emir Sader	62	Agência Carta Maior	São Paulo	SP
16º	Luiz Weis	62	Observatório de Imprensa	São Paulo	SP
17º	Políbio Braga	54	-	Porto Alegre	RS
18º	Minuto Político	51	Minuto Político	São Paulo	SP
19º	Fernando Gabeira	39	-	Rio de Janeiro	RJ
20º	Thomaz Magalhães	32	Blog-se	Rio de Janeiro	RJ
21º	Murilo de Aragão	31	-	Brasília	DF
22º	Tereza Cruvinel	26	O Globo	Rio de Janeiro	RJ
23º	Cristiana Lôbo	25	Globo.com	Rio de Janeiro	RJ
24º	TucanUSP	12	USP	São Paulo	SP
25º	Etevaldo Dias	10	-	Brasília	DF
26º	Tão Gomes Pinto	9	-	Brasília	DF
27º	Pitacos Políticos	8	Pitacos Políticos	São Paulo	SP
28º	Parlatório	6	Globo.com	Rio de Janeiro	RJ
29º	Entrelinhas	5	Globo.com	Brasília	DF

Fonte: Technorati

**Fig. 25: Ranking dos blogs políticos**

Percebemos pela lista uma ampla vantagem de Noblat (1744 *links*) em relação ao segundo (915) colocado, confirmando a força de seu *blog* como uma referência brasileira. “A ideia de que *blogs* são verdadeiras tribunas livres é que torna esse fenômeno revolucionário”, enfatiza Noblat. Uma curiosidade que essa lista apresenta é o predomínio quase absoluto de blogueiros do eixo Rio, São Paulo e Brasília. A única exceção é o *blog* do jornalista gaúcho Políbio Braga, que ocupou a 17ª posição.

O *blog* do jornalista Ricardo Noblat vai na contramão das outras páginas que compõem nosso levantamento neste trabalho. Talvez o que mais se aproxima ao dele seja o Interney, que na maioria das vezes presta um serviço à informática e ao mundo digital, trazendo várias informações e dicas de serviços. O Kibe Loco, em raras ocasiões, apresenta algumas indicações importantes na área da internet, como endereços de *sites* importantes. O restante caracteriza-se sobremaneira pelo sarcasmo, pelo tom humorístico, pelas ironias bem

formuladas e por inúmeras vulgaridades, típicas de passatempo, como curiosidades de artistas, piadas, imagens engraçadas ou grotescas e baixo calão.

Se noutros endereços o enunciatário se constrói pela imagem do leitor que busca divertimento e descontração, em Noblat o enunciatário é sisudo e até mais maduro, cujos atrativos são, sobretudo, do mundo da política, mas também com interesse em economia e cultura.

Todos os dias, o *blog* traz música e poesia, com as duas séries “O poema da noite” e “A música do dia” ou “Especial – o melhor da MPB”. Nos poemas, figuram poetas clássicos e nomes mais singelos: “Liberdade” (Fernando Pessoa), “Cantiga de Malazarte” (Murilo Mendes), “Balada” (Mário Faustino), “Corridinho” (Adélia Prado), “A máscara” (Augusto dos Anjos), entre outros. Na série musical, figuram grandes intérpretes e compositores da MPB: “Samba da pergunta” (João Gilberto), Bye, Bye Brasil (Chico Buarque), “Insensatez” (Tom Jobim), “É luxo só” (Elizeth Cardoso), entre outros.

Essencialmente, o *blog* se compõe de fatos e informações do mundo político, com os bastidores dos partidos, do Congresso, das candidaturas, etc. São furos de reportagem e *clipping* (reunião de tudo que saiu na mídia sobre determinado assunto) dos principais jornais do país. O *blog* é um balanço de tudo o que acontece na política.

**O GLOBO PAÍS** BUSCAR [input] OK Edição digital No celular No e-mail ASSINE

CAPA PLANTÃO MEU GLOBO BLOGS COLUNISTAS COMUNIDADES EU-REPORTER OPINIÃO MULTIMÍDIA GUIAS E SERVIÇOS EXTRA ONLINE DIÁRIO DE S. PAULO

PAÍS RIO SÃO PAULO ECONOMIA MUNDO CIÊNCIA ESPORTES CULTURA EDUCAÇÃO VIVER MELHOR TECNOLOGIA VIAGEM CLASSIFICADOS ZAP AGÊNCIA O GLOBO

**Blog do NOBLAT** | Brasília, 13 de janeiro de 2009

- Regras do Blog
- Perfil do Noblat
- Publicações do Noblat

BUSCA [input] Ok

PÁGINA PRINCIPAL  
ARTIGOS  
ENTREVISTAS  
VALE A PENA ACESSAR  
ARQUIVO DO BLOG  
PODCAST

LEIA TAMBÉM

**Lucia HIPPOLITO**  
a política trocada em miúdos

LEIA EM O GLOBO

- A última coluna do Noblat

DESABAFE

Neste espaço, jogue fora tudo que o incomoda. Sem pensar a mão, por favor.  
Dê sua opinião  
Outras opiniões

OUÇA

ESTACÃO JAZZ e TAL

FALE COM O BLOG

FRASE DO DIA

“ Tem gente que não gosta do meu otimismo, mas eu sou corinthiano, católico, brasileiro e ainda sou presidente do país. Como eu poderia não ser otimista? ”

Lula

Comente Ler comentários (118)

Enviado por Ricardo Noblat - 13.1.2009 | 16h06m

**Sai Lula. Entra Guido Mantega em Fernando de Noronha**

Primeiro foi Lula que voou para descansar na paradisíaca ilha de Fernando de Noronha. Não gostou de ter sido muito assediado pelas autoridades locais e abreviou sua estadia ali. Mandou-se para o litoral baiano.

Chegou a vez do ministro Guido Mantega, da Fazenda. Está sendo esperado na ilha esta tarde. Irá se hospedar na Casa da Aeronáutica, a mesma que abrigou Lula e sua família.

Mantega deverá encontrar na ilha seu colega José Gomes Temporão, ministro da Saúde. Ele está por lá há quase uma semana.

No passado, Fernando de Noronha já funcionou como presídio para inimigos do regime.

Miguel Arraes, governador de Pernambuco deposto pelo golpe militar de 64, ficou preso na ilha longos meses. Assim como Seixas Dória, ex-governador de Sergipe.

Foi em Noronha onde os militares confinaram em 1967 o jornalista Hélio Fernandes, dono do jornal Tribuna da Imprensa, do Rio.

Hélio escreveu um duro artigo criticando Castelo Branco, o primeiro-general presidente do ciclo de 64.

Eu trabalhava na sucursal do Jornal do Brasil, no Recife. Vi Hélio a certa distância quando o avião que o levava para Noronha posou na Base Aérea.

De tão noviço na profissão, não consegui escrever a matéria por pura nervosismo. Pasei os dados para meu chefe Nagib Jorge Neto. Ele redigiu a matéria transmitida por telegrama.

As matérias seguiam para a sede do jornal no Rio por telegrama ou malote aéreo. Ainda não havia telex na sucursal. Faz 42 anos.

RSS Permalink Envie Compartilhe Comente Ler comentários (0)

Enviado por Ricardo Noblat - 13.1.2009 | 16h04m

**ENQUETE**

O que você seria capaz de tolerar mais?

- Um bom governante, mesmo que roubasse um pouco
- Um governante medíocre, mas que não roubasse
- Tanto faz
- Não sei

Resultado  
Pesquisa anterior

**NO TWITTER**

Siga as notícias do blog

**NO SEU CELULAR**

**SMS**  
Envie Noblat para 88435  
R\$ 0,10 por notícia, até 2x/dia

**Internet**  
Navegue no celular  
Digite oglobo.mobi no browser do seu aparelho

**BIBLIOTECA**

- Crônicas
- Discursos
- Documentos
- Editoriais
- Frases de 2006

Fig. 26: Página principal do blog

O enunciador do *blog* está figurativizado pelo ator “Ricardo Noblat”. Numa leitura extradiscursiva, Noblat é um jornalista comum. Mas pela contiguidade sintagmática do microuniverso de sua página de *blog*, numa leitura contextual, constrói-se um novo sentido. O ator Noblat deixa de ser apenas um simples jornalista para esboçar a imagem de um dos mais ilustres jornalistas. O enunciador se vale dos recursos da internet para corroborar sua competência (saber-fazer)

No cabeçalho da página, está a marca “O Globo”. Um dos mais importantes jornais do país é que hospeda o *blog*. Isso indica que o *blog* tem importância, já que um destacado jornal não cederia espaço a qualquer jornalista. Ainda no cabeçalho, um pouco abaixo, estão a foto e o nome em destaque de Noblat. À direita, seu perfil e suas publicações editoriais. No *menu* à esquerda, estão os *links* que acessam seus artigos, entrevistas,

curiosidades e uma demonstração de seu apuro artístico, com a “estação jazz e tal”. É como se o enunciador dissesse: “veja onde estou (n’O Globo), confira tudo que eu produzo e ouça o que eu também gosto de ouvir (jazz). Como podem ver, sou competente”.

Para velar seu narcisismo, o enunciador delega voz a um interlocutor, o actante do enunciado “Lucia Hippolito”, que discute política.

Outra característica marcante desse *blog* é a interatividade com o público leitor. No geral, toda a página é uma interatividade. Mas há quatro *links* nos quais ela fica mais evidente. No menu à esquerda, em “desabafe” e “fale com o *blog*”; no menu à direita, na “enquete”; e no final de cada *post*, no campo “comente”. Isso demonstra que o leitor de *blog* quer não somente ler as mensagens mas participar discursivamente da página.

A interatividade é um sinal da cumplicidade entre escrevente e leitor de *blog*, vista inclusive nos vários *links* disponibilizados nos menus à esquerda e à direita da página como sugestão de leitura, como, por exemplo, “vale a pena acessar”, “leia em *O globo*”, “no twitter”, “biblioteca”. Uma forma de oferecer ao leitor o mesmo caminho percorrido pelo enunciador. Além disso, possibilita a quem acessa uma liberdade de escolha de leitura, como se caracteriza o hipertexto com a leitura não linear. Dificilmente todos os leitores fazem o mesmo trajeto de leitura. Uns buscam apenas os *posts*, outros completam a informação entrando nos comentários ou nos *links* dos menus.

Se a imagem de competência do enunciador é construída pela leitura intradiscursiva do *blog*, pelos vários recursos dos quais ele se utiliza, pelo saber heterodiscursivo, enquanto prática social, seu saber-ser competente igualmente é legitimado. O *blog* figura como o mais importante diário político do Brasil. O leitor acessa sua página porque crê verdadeiramente (crer-ser e parecer) que seu *blog* traz *posts* confiáveis. Muitos leitores abrem mão do jornal para lerem apenas o *blog* do Noblat. Sua competência se confirma, portanto, com seu modo de dizer e com a ideologia de que o mais acessado é o melhor. O leitor funciona como um julgador que lhe dá uma sanção cognitiva (reconhecendo sua competência) e uma sanção pragmática, recompensando-o de duas formas: visitando a página e, ao fazê-lo, acrescenta números na estatística de acessos, elevando seu prestígio junto ao público, ao patrocinadores e à página que o hospeda.

O mesmo narcisismo que move o ator “Noblat” é visto no seu leitor. Quer interagir com o melhor para ver seu “eu” comentado num *blog* de destaque.

Vejamos agora alguns *posts* publicados na página.

Enviado por Ricardo Noblat - 29.1.2006 | 0h51m

## Dia de relax

De Juliana Rocha e Mariana Santos no Jornal do Brasil, hoje:

"Enquanto parlamentares lotavam a sala onde o ministro da Fazenda, Antonio Palocci, prestava depoimento para a CPI dos Bingos, em Brasília, a 1.200 quilômetros, na Rua Bandeira de Melo, Ilha do Governador, o deputado federal Vanderlei Assis (PP-SP) chegava em casa, para relaxar com a família em plena quinta-feira, às 17h. Ele recebeu R\$ 2.134 por dia de trabalho no mês de janeiro, durante a convocação extraordinária, mas só costuma freqüentar o Congresso de terça a quinta-feira.

Carioca, Assis foi eleito em São Paulo pelo Prona, com pífios 275 votos - a reboque dos 1,5 milhão de eleitores do presidente do partido, Enéas Carneiro. O parlamentar teve apenas 18 votos a mais que os 257 necessários para a cassação do mandato de um deputado na Câmara. Logo no primeiro ano, ele mudou de legenda, filiando-se ao PP."

**Fig. 27: Post publicado no blog**

Grande parte dos textos postados são *clipping*. Dessa forma, o enunciador repassa matérias já publicadas, fazendo um compêndio para seu leitor, sempre antenado em todos os acontecimentos da conjuntura política. Embora a temática do *blog* aborde o mundo da política, o formalismo é quebrado por um toque de ironia, como no caso acima. É tomado um texto de outrem (*Jornal do Brasil*) para em cima do informe atacar sutilmente o personagem da notícia, o deputado federal Vanderlei Assis.

Pelo título, “Dia de relax”, a ironia é construída ao descrever a boa vida do parlamentar, que em pleno dia de trabalho, afinal a Câmara estava concentrada nos trabalhos da CPI, estava em sua casa numa quinta-feira, às 17h. Sob o ponto de vista interdiscursivo, o texto repisa e denuncia a falta de assiduidade dos parlamentares que fazem de Brasília, a sede do poder nacional, uma “farrá” escancarada. Como pode um parlamentar ganhar R\$ 2.134,00 por dia em convocação extraordinária, quando há milhões de brasileiros que não ganham tal importância nem mesmo em um mês de trabalho? E o enunciador agrava mais a situação vergonhosa quando declara que o deputado Assis fora eleito por uma votação inexpressiva, com seus pífios 275 votos.

## Trate bem a mão que lhe afaga

De **Rubens Valente** e **Marta Salomon** na Folha de S. Paulo, hoje:

"Os bancos, que sob a política econômica do governo Luiz Inácio Lula da Silva bateram novos recordes de lucro, se tornaram os principais doadores do PT. Entre 2002 e 2004, aumentaram em cerca de 1.000% suas doações aos caixas do PT nacional e do estadual de São Paulo. No período, elas saltaram de R\$ 520 mil para R\$ 5,7 milhões.

Em 2004, a campanha eleitoral do PT também recebeu a maior quantia dos bancos. As instituições doaram R\$ 7,9 milhões ao partido, divididos entre candidatos em todo o país e os dois maiores diretórios. O valor é quase o dobro dos R\$ 4,1 milhões doados para a campanha do PSDB."

**Assinante da Folha leia mais aqui**

[Permalink](#)

[Envie](#)

[Escreva seu comentário](#)

[Ler comentários \(4\)](#)

Enviado por Ricardo Noblat - 27.2.2006 | 9h27m

**Fig. 28: Post publicado no *blog***

Com um título irônico, neste texto o enunciador segue a mesma linha de denúncia e de crítica, uma tônica em suas páginas.

Dessa forma, como podemos notar, o leitor deste *blog* não busca uma leitura de entretenimento. Em seu contrato fiduciário, o destinador-Noblat propõe um *blog* jornalístico; de outro lado, o leitor aceita esse contrato. Acessa a página sabendo o que vai encontrar. No entanto, a abordagem jornalística é feita num estilo informal. Com ironia, opiniões, música de MPB, participação direta do leitor, etc. Como diz Lipovetsky (1989, p. 132), “doravante, não há entrada para ninguém que se leve a sério, ninguém é sedutor se não for simpático.” O leitor procura as últimas notícias, conhece alguns personagens políticos, sempre num estilo jornalístico. Mas em meio à política e à realidade contemporânea, o leitor busca também uma abordagem diferenciada da grande imprensa, como muito bem fazem os *blogs*, onde se encontra uma parcialidade explícita. Por isso, o leitor de Noblat é um leitor interessado em política, culto para ouvir jazz, mas afeito à ironia, à crítica, ao tom descontraído.

### 3.5. Paz, amor e magia

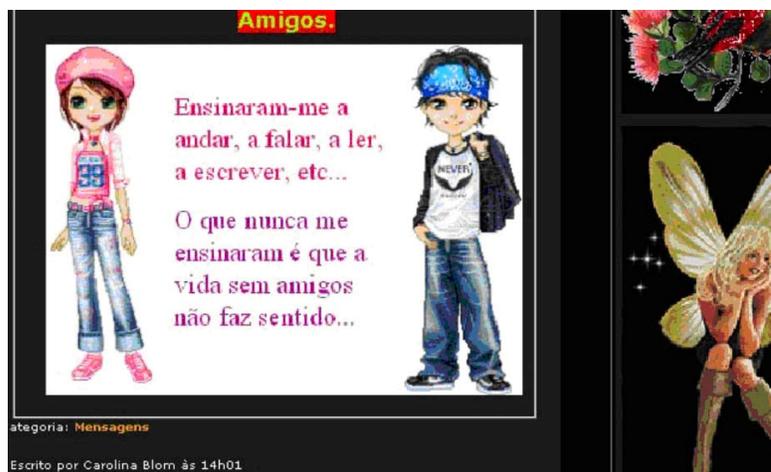


Fig. 29: Página principal do *blog*

Ao contrário do que predomina em Noblat, o *blog Paz, amor e magia* se configura como uma leitura de entretenimento para o público adolescente. O leitor está figurativizado na materialidade do *blog* pela presença de figuras que caracterizam o adolescente: crianças, anjinhos, flor, cachorrinho e música de balada. Todas as figuras com animação em *gifs*, um recurso usado nos *blogs* para manter imagens em movimentos constantes. GIF (Graphics

Interchange Format), que se pode traduzir como formato para intercâmbio de gráficos, é um formato de imagem muito usado na internet para enfeitar sites, tendo como vantagem o tamanho compacto. Pode ser empregado em imagens fixas e em animações.

Enquanto se navega na página, o *blog* disponibiliza músicas da rádio Jovem Pan, uma emissora muito ouvida entre o público jovem. É um *blog* com poucos *links*. Um para inserção de comentários nos *posts* e o logo “uol blog”, que leva o leitor ao provedor UOL. Enquanto os quatro primeiros *blogs* traziam mais menus para poder dar mais opções aos leitores, o *Paz, amor e magia* é pobre no tocante ao hipertexto.



**Fig. 30:** Post publicado no *blog*

Nesta página, há basicamente três elementos que definem a imagem de um enunciador jovem: a imagem no *post* de adolescentes num estilo descolado (tênis, jeans roupa rosa, faixa na cabeça), a figura da menina-borboleta no extremo direito e um texto que denota “ingenuidade”, típico da mentalidade do jovem, que pensa poder mudar o mundo. Dois outros elementos demonstram tratar-se de um enunciador do sexo feminino: flores no canto superior direito e as letras coloridas do texto.

O texto corrobora o que as imagens transmitem. “...a vida sem amigos não faz sentido...”. Se andar, falar, ler e escrever são necessidades básicas para nossa existência enquanto cidadãos numa sociedade, o contexto faz com que entendamos que ter amigos também é uma necessidade. E muito mais. Em uma visão intradiscursiva, o enunciador atribui à amizade o sentido de nossa existência. Ora, sabemos que, a um pai de família, sua família é a razão de todo seu esforço na vida. Nossa ideologia púbere coloca como prioridade a

construção “do melhor amigo”. “Seremos amigos para sempre”; “você é meu melhor amigo”. Numa leitura heterodiscursiva, notamos que é típico dos jovens essa exaltação da amizade. Mas, quando se passa para a fase adulta, todas aquelas promessas e pactos pueris se tornam doces saudades da infância. Chegam os compromissos, os filhos, as despesas... O que era uma meta se transforma num sonho.



**Fig. 31: Post publicado no blog**

O enunciado acima também se compõe de elementos que nos levam à construção do ator da enunciação. Com a isotopia da valorização da autoestima e o uso da imagem de natureza (pássaro, flor), o enunciador revela pelo dito seu dizer. “Alegre seu coração! Cante!”: o enunciador incentiva o canto, a alegria. Pelo seu modo de dizer reforça o discurso da ingenuidade por meio do querer-ser.



Fig. 32: Post publicado no *blog*

Esse enunciado insere a correspondência entre ator do enunciado e ator da enunciação. A foto da jovem é uma projeção da imagem do enunciador do discurso. Note que a isotopia da alegria e da valorização da autoestima sempre está presente. O enunciador agradece até mesmo as “pedras da vida” (problemas, dissabores, percalços, críticas, etc.), recebendo-as como construtivas para sua formação enquanto ser humano (formação do “castelo”).

Portanto, por alguns enunciados deste *blog*, por seu modo de dizer, é possível que formemos um corpo para o sujeito da enunciação, tanto enunciador (imagem daquele que produz o enunciado) quanto enunciatário (leitor ideal a quem se destina o enunciado).

Há uma clara recorrência de imagens que nos remete ao mundo jovem, sobretudo do universo feminino: flores, desenhos de meninas e meninos, adolescente, letras rosas e coloridas. Fora o não-verbal, os enunciados também reforçam essa imagem com isotopias da amizade, da alegria, da valorização da autoestima. Da comparação dos enunciados, forma-se uma corporalidade ou imagem do produtor do texto, que muitas vezes projeta no ator do enunciado sua própria imagem: uma adolescente que, pela pouca experiência de vida, se revela ingênua, não no sentido pejorativo do termo. Pelo contrário, trata-se de uma ingenuidade positiva, aquela que busca a valorização das pessoas, da nossa vida e até das coisas ruins. Priva-se do baixo calção em troca de uma mensagem sempre positiva. Uma adolescente que, pela oportunidade que lhe foi dada, a liberdade para escrever sobre os sonhos de uma vida perfeita e linda, não deixa também de, valorizando positivamente a relação humana, valorizar-se publicamente.

Ora, a ingenuidade da jovem é aparente. O ser humano sempre espera algo em troca. Mesmo que seu retorno não seja material, algo ele espera. Por que omitir terminantemente os contratempos. Será que ela nunca brigou com ninguém? Será que nunca falou um palavrão? Num filme, sabemos que o diretor edita as imagens que melhor foram gravadas. Os erros de gravação, tomadas mal feitas, etc. não entram oficialmente na narrativa da história. Apenas na seção “making of” ou em outra seção à parte. Da mesma forma, o enunciador do *blog* “Paz, amor e magia” fala apenas, como o próprio título nos traz, de mensagens positivas. O enunciador que se constrói é aquele que diz “vamos falar só das coisas boas”. Por consequência, sua imagem, pelo seu dito, é da pessoa sempre positiva, com alegria e muito feliz. Ainda que se valha de assuntos vagos (amor, amizade, etc.), o que importa é que sejam positivos e edificantes. O enunciador se vale dessa artimanha justamente para, em público, valorizar sua própria imagem. Ele quer que seu destinatário fale: “ele é legal”. Não é à toa que abaixo de cada *post* aparece “escrito por Carolina Blom”. É o nome tendo uma projeção. É sua fama “de boazinha” se espalhando entre colegas. Trocando em miúdos, é o desejo (querer-ser) de ser reconhecida pelos outros. Como num narcisismo primário de um filho perante a mãe. A criança compete com os irmãos, porque quer ouvir da mãe “esse é o meu filho preferido”. Da mesma forma, o enunciador quer ouvir de seus leitores: “esta é minha blogueira preferida, porque ela é diferente”.

A imagem do enunciador construída pelo texto projeta seu destinatário. Sendo ele um reflexo do enunciador, uma vez que é coenunciador da mensagem, afinal, o discurso é construído em razão daquele para quem o texto é destinado, igualmente se configura pela imagem do adolescente que busca compartilhar com o enunciador a mensagem de um “mundo perfeito”, no qual não há espaço para lamentações. O que se vê nas imagens são personagens que riem; não há tristeza. É o leitor que crê — afinal, o *blog* é um dos mais acessados — na necessidade da valorização do amor, da amizade; é o leitor que busca no *blog* uma forma de inspiração.

### 3.6. EspalhaMerda



Fig. 33: Página principal do *blog*

Se fóssemos comparar este *blog* com algum dos cinco já analisados até aqui, há uma proximidade com o *Cocadaboa*.

Do mesmo provedor de *Paz, amor e magia*, o *EspalhaMerda* está hospedado no UOL. Apresenta maior número de *links*. Por exemplo, no *menu* “categorias”, classificam suas mensagens por temas, além da disposição geral. Fora isso, são *links* que levam aos serviços do provedor UOL.

Pela configuração discursiva com a qual o enunciador trabalha, explicita seu enunciatário. “A quem se dirige o enunciado? Como o locutor (ou o escritor) percebe e imagina seu destinatário? Qual é a força da influência deste sobre o enunciado? É disso que depende a composição, e sobretudo o estilo, do enunciado”. (BAKHTIN, 1997, p. 321). Ora,

o percurso figurativo da página corporifica um leitor com caráter rebelde, já que se pressupõe que ele compartilha com o enunciado inscrito.

O enunciador se projeta pelo ator do enunciado “Antonia Rocha”, num claro sinal de narcisismo quando é colocado seu nome em destaque. O enunciador ilustra a si mesmo com a imagem do cão feroz: ávido, com a língua para fora. Acima, o nome do *blog* — *EspalhaMerda* — já anuncia o conteúdo do diário, principalmente por pertencer à “República dos Canalhas”. Para destacar as imagens é usado o recurso da animação em *gifs*: o nome do *blog* escrito a chamas, e o cachorro saltando de um lado para o outro.

O *blog* ainda não esconde abordar temas picantes, representado pela mulher-diabo com muita “pimenta”, como sinal da sexualidade que leva à “perdição”.

Vamos passar à análise dos *posts*.



**Fig. 34:** *Post* publicado no *blog*

“Construir um texto é produzir uma nova definição” (NASCIMENTO, 2004, p. 192). Isso é exatamente o que ocorre nesse *post*. Pelo interpretante do código, “burro” pode ter basicamente duas denotações: (i) animal de carga ou (ii) aquele dotado de pouca inteligência, imbecil, ignorante. No *post* acima, o enunciador recria um novo sentido para o vocábulo da legenda que coloca para a foto de um animal diante de uma mulher ao banho de sol. O animal “olha” a mulher e “se excita”. Por ter aflorado seu instinto na observação, o enunciador imprime ao conceito de “burro” uma conotação positiva. O burro da foto não é um imbecil, ele é esperto. O contexto permite, portanto, que o enunciador construa um novo sentido. Esse sentido, da esperteza de quem se atenta para uma mulher, é confirmado pela visão ideológica.

Numa sociedade machista como a nossa, a mulher é vista como um objeto de uso sexual, e o homem, por outro lado, como um ser possuidor desse objeto. A lógica enraizada entre nós é de que homem esperto é aquele que aproveita toda situação para desfrutar da dádiva feminina, seja pelo olhar, seja pelo toque. Quem passa perto de uma mulher e não a olha é visto como um tolo que não “aproveita” as coisas boas da vida.

Nessa leitura heterodiscursiva, observamos que o enunciador constrói seu texto com base na visão ideológica. Ele troca o sentido do código pelo ideológico para produzir o efeito de sentido do riso. Nesse contraste, o burro passa a ser esperto. É a imagem clássica do malandro sendo retomada. Esse recurso é uma constante no *blog*. Vejamos outro exemplo:



Fig. 35: Post publicado no *blog*

A ideia da mulher como objeto sexual é repisada nesse *post*. Na ocasião, é ilustrada a famosa festa do “amigo secreto”, na qual os participantes trocam presentes entre si.

Ora, um presente redondo, com furo no meio e composto de duas letras só pode ser um CD, como aparece nas mãos da jovem. Pelo interpretante do código, ratificado pela imagem, seria um disco digital de músicas. Mas, pela expressão dos homens ao fundo da imagem, o enunciador troca o conceito depreendido da definição dada pela fala da jovem. A denominação passa de um objeto musical para uma parte anatômica: o ânus. A graça do *post* está na relação de duas isotopias: a isotopia do objeto digital proposta pela jovem, e a isotopia sexual presumida pelos homens. O enunciador se vale dessa ponte, a passagem da isotopia objetal para a sexual, para construir o efeito do riso. Ponte esta que é construída em virtude da

diferença de perspectivas. Os homens ao fundo da imagem não veem o CD na mão da mulher que fala. Daí a razão pela qual sua fala é interpretada do ponto de vista sexual.

Mais uma vez, o sentido contextual da sexualidade é uma extensão da visão ideológica. Prova disso é que em nenhum momento a expressão grosseira e escatológica “cu”, de cunho popular, manifesta-se graficamente. A mulher apenas diz que o “presente é redondo, tem um furo no meio, se escreve com duas letras, a primeira começa com ‘c’”. A leitura sexual é insinuada pelos semblantes maravilhados dos três homens.



Fig. 36: Post publicado no blog

Com esse *post* constatamos que, de fato, o enunciador não dá espaço para a seriedade. Até mesmo a máxima de que a união entre uma mulher e um homem compõe uma harmonia foi ridicularizada. Se, na máxima, que confere à mulher um papel de destaque, como sustentáculo e orientadora nas decisões do homem, a palavra “equilíbrio” remete a várias ponderações, o enunciador simplesmente se vale da acepção restrita — balanceamento de peso — para, com a imagem, colocar a mulher como um simples objeto de peso.

O enunciador se utiliza de um conhecimento heterodiscursivo para deturpá-lo. Restringe o sentido do provérbio profanando-o. Além de conferir à mulher uma simples função de servir de peso, singulariza aquilo que se chama de “homem”. Se na máxima engloba todos os homens, neste caso em análise identifica “homem” como sendo apenas o homem da imagem.

Dessa forma, o enunciador transforma a isotopia filosófica numa isotopia de peso. Do sublime ao prosaico. Do universal (todos os homens) ao particular (o homem no trator). E

complementa o ridículo com a imagem de uma locomoção (trator) precária (sem pneu dianteiro). Uma similaridade entre o trator e o casal de idosos: velhos.

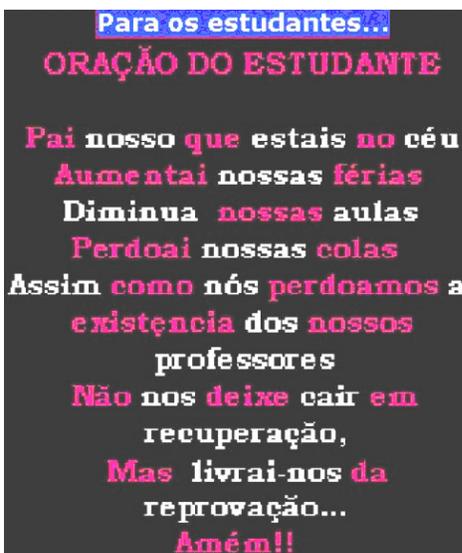


Fig. 37: Post publicado no *blog*

Ousadia. Eis a palavra que descreve esse *post*. O enunciador se vale da oração do “Pai Nosso” para com a paródia retratar a si mesmo. Proclama o degradante, ao invés da edificação: menos aulas, colas e inexistência de professores. “Colas, recuperação, reprovação”: são figuras que nos remetem à isotopia do “aluno-problema”. O interpretante do contexto contrasta com o ideológico. Se, pela leitura discursiva, há um estudante pedindo ajuda aos céus, pela leitura heterodiscursiva, comparando com os enunciados do *blog*, revela-se um *ethos* irônico, que brinca com o sagrado, ridicularizando tanto a oração do pai nosso quanto a educação. O verdadeiro sentido não está no enunciado, mas na enunciação.



Fig. 38: Post publicado no blog

A mesma degradação ocorre nesse *post*. O enunciador compara amizade a uma “bunda”. Obstáculos ou “coisas” a uma “merda”. E ri desse baixo calão, como podemos depreender da projeção dele nos atores do enunciado.

Na comparação, poderia o enunciador empregar outras figuras que tematizassem a união. Mas a escolha das palavras pelo enunciador para construir a comparação — “bunda” e “merda” — confirma no enunciado a imagem pressuposta na enunciação: um ator que busca a depreciação, o ridículo, o baixo corporal, contrastando com o sublime, o requinte.

A passagem pelos enunciados do “EspalhaMerda” nos leva a corporificar o sujeito de enunciação. Por um lado, o enunciador forma a imagem do típico gozador machista, daquele que não perdoa ninguém. É o politicamente incorreto, com uso de palavrões, gosto pelo bizarro, pelo grotesco. Ridiculariza religião e máximas, ilustra a mulher como objeto sexual, abusa de palavras e de expressões escatológicas... Em todo momento, o enunciador cultua o homem “sabichão”, que gosta de rir dos outros. Sem pudor, fala o que não se ouve abertamente em público, o linguajar proibido, feio, desleixado e provocante. Gosta de surpreender pelo riso. Para se tornar cativante e bem conhecido, vale-se dos assuntos mais grotescos, da piada, da provocação, da feiura. De tudo tira proveito para espantar. Expõe de forma depreciativa o baixo e o sublime.

Isso tudo nos faz pensar no leitor desse *blog*. Se o enunciador se vale da malandragem para validar seu *blog*, isso significa que seu enunciatário aceita-a, mostrando-se igualmente um ávido pela ridicularização. É um leitor que busca no *blog* o riso, gosta do ridículo, aprova o sarcasmo. É aquele que sabe que não vai encontrar algo sério e construtivo. Não se ofende porque antecipadamente aprova a gozação.

Essa é uma característica do jovem adolescente do sexo masculino, sua capacidade de ridicularizar, de gozar de todos e de todas as situações. Esse *blog* constrói exatamente essa imagem do “canalha”, do “bom gozador”.

### **Croqui das análises**

Norma Discini (2003, p. 28) afirma que “se deve buscar o estilo na configuração interdiscursiva de uma totalidade de discursos enunciados”. Até agora, analisamos separadamente cada *blog* que constitui o *corpus* sobre o qual se debruça este trabalho. Neste final de capítulo, daremos um balanço geral do blogueiro partindo da concretude dos enunciados para chegar à instância pressuposta da enunciação para entender e formar o ator da enunciação. Isto é, delinear o caráter e o corpo de um *ethos*, depreendido, como diz Discini (2003), como o efeito de sujeito numa totalidade.

Vamos percorrer, primeiro, sobre três *blogs* que se relacionam. *Kibe Loco*, *Cocadaboa* e *EspalhaMerda* muito se igualam pelo modo de dizer de cada enunciatador. Juntos formam a imagem de um blogueiro com o mesmo caráter e postura. É o zombador que, com malandragem e sem nenhum receio, ri de tudo e de todos. Gosta do esdrúxulo, do grotesco. Não se importa com os bons costumes; antes, ridiculariza-os para exaltar a desordem. Inverte a regra do jogo: má conduta não é erro, é um atributo digno de nota, louvável, sinônimo de esperteza.

A máxima maquiavélica de “os fins justificam os meios” faz escola. Para alcançar visibilidade e sucesso no número de visitas de suas páginas (fim), o blogueiro faz tudo aquilo que possa atrair (meios) os internautas. Fala de tudo, mostra tudo, da forma como for preciso: com baixo calão, escatologia, mulher pelada, piadas, etc. De dois grandes instrumentos ele se apodera: primeiro, um meio que ele pode criar a qualquer momento (o *blog*); depois, uma liberdade para dizer e mostrar algo esdrúxulo. Ele se vale de qualquer recurso, desde que chame atenção, para ser comentado e bem acessado entre os blogueiros. É o filho que quebra um prato, rabisca a parede e grita para chamar a atenção dos pais: “psiu, estou aqui, olhem para mim!”. Querem a qualquer custo chamar atenção, serem vistos. Se a fama “formal” (TV, revistas, etc.) não conquistam, sujeitam-se aos *posts* abraçadabrantes da fama “informal”. É como se os *links* e acessos substituíssem o prazer dos *flashes* e dos holofotes.

Agora, observemos os três últimos *blogs*, cada qual com sua particularidade. No *blog* do Noblat, por exemplo, o enunciatador, apesar de trazer muito do discurso oficial divulgado na mídia, sai na frente quando antecipa fatos, pois se vale da liberdade (poder-

dizer) que tem (o *blog*) para dizer o que os outros não sabem. É culto, conhece as ciências humanas (literatura, música, filosofia e artes). Intercala seu discurso político com obras de MPB, literatura e artes plásticas. Seu dizer se assenta no lúdico, trazendo notícias de bastidores, fofocas, comentários, opiniões de parlamentares, enfim, o diz que me diz envolvendo o cenário político-econômico do país. É um enunciador que sabe que seu leitor é atraído por essas novidades não oficiais, os boatos. Ele não se vale do baixo calão ou da escatologia, mas de notas extraoficiais: é uma espécie de “proibido”. Ele proporciona a seu leitor o novo, o não sabido. É um enunciador que possui um saber e, por conseguinte, uma legitimidade. Por isso, convence (faz-crer), e seu leitor crê, afinal, tem grande número de acesso e de comentários que são inseridos diariamente em seus *posts*, o que comprova sua eficácia do ponto de vista da comunicação entre destinador e destinatário. Aliás, a conquista da expressiva audiência faz com que alimente seu ego enquanto um destinador muito lido. A audiência é o que o legitima para seu dizer.

Com relação ao *blog Interney*, o enunciador se mostra “fuçado”, aquele que entra e conhece todas as novidades da internet. É moderno, antenado no mundo digital, e bem descontraído, com curiosidades e fofocas dos famosos, piadas e assuntos variados. Possuidor também de um saber, instrui com dicas e informações úteis sobre o mundo da informática e da internet, exibindo sua fama enquanto blogueiro de sucesso. Dá dicas de como se tornar famoso com *blog*. Sua postura exala um ar de “hei, me acompanha que eu sei!”. Um enunciador que gosta dos comentários inseridos em seu *blog* que valorizam sua fama enquanto blogueiro.

Por último, o *blog Paz, amor e magia* se revela um espaço “cor de rosa”, cujo enunciador se vale de assuntos vagos, como amor, amizade, etc. Sempre o tratamento dos assuntos é desenvolvido de forma positiva com o propósito de levar uma mensagem animadora. O enunciador usa o *blog* para fazer de si próprio um “bom camarada”.

Se analisamos a imagem do enunciador, automaticamente analisamos a imagem do enunciatário, ambos integrantes do ator da enunciação. Um roqueiro jamais é atraído por um pagodeiro. Pagodeiro chama pagodeiro, roqueiro chama roqueiro, esportista chama esportista... Isso nos ajuda a entender que o enunciador projeta no enunciado seu enunciatário. Analisando o *corpus* delineamos autor e leitor ideais: *ethos e pathos*.

Lacan (1998, p. 86) dizia que “a linguagem, antes de significar alguma coisa, significa para alguém.”. Dentre as várias conotações que esta sentença pode carrear, uma delas nos faz pensar que o texto traz consigo a figura de seu leitor ideal. Pelos *blogs* analisados, é impossível traçar a imagem de um leitor homogêneo. É um leitor heterogêneo,

que se caracteriza pelo sujeito que busca ler o proibido, o engraçado, o baixo calão, as novidades da internet, a fofoca, a política, o amor. É curioso, quer saber o que fulano fala de cicrano; qual é a nova piada; qual a desgraça que aconteceu hoje. Boa parte dos *blogs* analisados é recheado de conteúdo próprio para o riso, para a descontração. Além disso, o que lhe agrada e o enaltece é saber que pode fazer parte dos fatos por meio da interatividade. É a chance de dar eco a sua voz. Insere comentários nos *blogs*, inspira-se para também desenvolver sua página na blogosfera. Descobre que finalmente pode ser visto e ouvido, alimentando o êxtase dos “dez minutos de fama”.

O que predomina nos *blogs* em análise são três características básicas: a possibilidade de dizer o que se quer em um novo meio (o *blog*); identificação e a visibilidade pelo poderio de repercussão em nível nacional ou mundial na internet; e, por fim, em menor ou maior grau, a ludicidade (riso, fofocas, curiosidade, etc.) para tratamento das mensagens para atrair a leitura. Podemos dizer, pois, que o leitor de *blog* se define pelo narcisismo, pela pseudoliberalidade e pelo lúdico, atributos que serão expostos no próximo capítulo.

## 4. Balanço da contemporaneidade

*... nos saberes acerca do humano e do social não há formalização capaz de articular consistência e completude.*

Chaim Samuel Katz

*Chega-se à honestidade intelectual precisamente admitindo-se a realidade da contradição e abstendo-se de qualquer esperança de se chegar a uma afirmação imutável.*

Richard Sennett

O tripé, suporte portátil com três pés, sobre o qual podemos pôr um aparelho, serviu como base para sustentação de várias teorias. Charles Peirce, Ogden e Richards, Umberto Eco, Ferdinand de Saussure: estas são apenas algumas figuras ilustres da história cultural que se valeram da relação triádica para estruturar suas ideias.

Jacques Lacan (1901-1981), a exemplo de muitos teóricos, também se serviu desse recurso. A originalidade de Lacan (LEMAIRE, 1979) consiste em estudar a teoria freudiana do inconsciente segundo o método estruturalista, dando o enfoque da Linguística ao afirmar que a estrutura do inconsciente é idêntica à da linguagem. Foi buscar em Saussure a ideia de sistema para desvendar a lógica do inconsciente. Ele compreendia o sujeito segundo um esquema escalonado: consciente, pré-consciente e inconsciente.

Expunha suas teorias por meio dos seus famosos “Seminários”. Em sua teorização, uma constante no discurso lacaniano é a referência às três dimensões do espaço habitado pelos seres falantes: imaginário, simbólico e real. Cada uma dessas categorias é diferente uma das outras, mas todas são interdependentes.

Para reunir esses conceitos, Lacan utilizou-se duma figura, o “nó borromeano”, constituído de três círculos entrelaçados e inseparáveis, cada um com seu valor, atuando de maneira conjunta, sem hierarquia. O nome da figura provém do brasão que estampava o escudo de armas duma família nobre da Itália: os Borromeos.

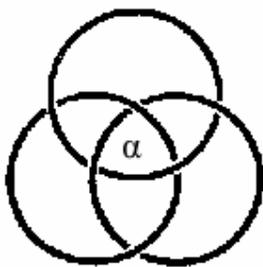


Fig. 39: Nó borromeano

Vou apropriar-me desta figura emblemática para mostrar que leitor de *blog* pode ser definido pela conjunção do trinômio “narcisismo-liberdade-ludicidade”.

Pode parecer uma ousadia três palavras traçarem um raio X do comportamento humano nessa contemporaneidade. Ousadia porque o ser humano é dotado de uma profundidade inatingível, obscura, onde se escondem experiências vividas, sonhos, desejos, medo, dores, incertezas. “Tudo isso é intangível, e seus contornos apenas podem ser intuídos ocasionalmente, como um clarão que subitamente reluz e logo se esvai, entrevisto de maneira enviesada, turva, confusa, seja por acaso ou após um árduo trabalho de introspecção” (SIBILIA, 2005, p. 36). Desvendar sua volatibilidade não é tarefa nada fácil. Kaspar Hauser (O ENIGMA, 1974), ao observar um músico tocando piano, diz: “Por que tudo é tão difícil para mim? Por que não posso tocar piano como respiro?”. Ora, não só Hauser tem dificuldade para apreender. A ciência, com todo seu aparato e herança, até hoje não conseguiu alcançar, com objetividade, a natureza humana por completo. E nunca o conseguirá.

O ser humano é como um oceano: apresenta uma superfície visível e esconde uma profundidade absolutamente inatingível. Toda tentativa de tipificá-lo é um mero lenitivo, uma necessidade que nos traz um alívio. Assim procedendo, apalpando um corpo que fingimos existir, escamoteamos um conhecimento que queremos desconhecer: jamais conheceremos a nós próprios, pois somos um ser atravessando uma neblina, como Édipo na mão do destino.

Que venha a tempestade!... Eu insisto em saber minha origem, por mais baixa que seja [...]  
Nascido assim, não quero ser outro que não eu — e saberei quem sou!  
(SÓFOCLES, 1976, p. 68).

Karl Gustav Jung (1981), para quem a mitologia era projeção da consciência coletiva, diz-nos que a mitologia nos leva a um ponto: quem somos?

Destarte, muito mais que a luta inglória da vontade humana contra os desígnios do destino, a tragédia sofocliana nos revelou que vivemos uma eterna busca de nossa própria identidade.

Enfim, embora a obscuridade impere no homem, isso não nos priva da tentativa de delineá-lo. Como dizia Maria Quintana (1982, p. 47), “se as coisas são inatingíveis... ora! Não é motivo para não querê-las”.

## 4.1. Narcisismo

*Espelho, espelho meu!  
Há no mundo alguém mais bela do que eu?*

Branca de Neve e os sete anões

Rachel Pacheco, 21 anos. Este é apenas um nome qualquer de uma mulher. Certamente ninguém a conhecerá. Mas se o troco por Bruna Surfistinha, nome pelo qual responde Raquel, sem dúvida sobrevém a história da garota de programa que virou fenômeno da internet por conta de seu *blog* ([www.brunasurfistinha.com/blogs](http://www.brunasurfistinha.com/blogs)), criado em 2003, que revela suas aventuras sexuais e os bastidores da prostituição.

Depois do sucesso na internet, com seu *blog* entre os mais acessados da blogosfera e dezenas de comunidades no Orkut (site com comunidades virtuais), Bruna Surfistinha repetiu a fama no mercado editorial. Seu livro, *O doce veneno do escorpião*, um gênero de não-ficção narrativa que relata em detalhes sua vida de prostituta e várias de suas intimidades, teve sua primeira tiragem, de 10 mil exemplares, esgotada em duas semanas.

Mas o caso de Bruna Surfistinha não é o único na internet. Não raro, vemos estampadas nos principais jornais manchetes de exposição de jovens na rede mundial de computadores: *Adolescentes expõem corpos em fotologs na busca de fama virtual* (TÓFOLI, 2006, p. C4). Neste último caso, o jornal noticia a apelação inescrupulosa dos adolescentes, que se mostram na rede em fotos ousadas para atrair visitantes para seus *blogs*. Diz uma das jovens, de apenas 15 anos de idade: “Adoro me fotografar, mas resolvi ter um fotolog porque todo mundo tem. Não existe menina do colegial que não tenha seu fotolog hoje. É uma questão de necessidade mesmo”. Mais à frente, a adolescente reclama de seu irmão: “Ele tem ciúme e reclama das imagens, mas explico que a concorrência está grande”. Na mesma matéria, outra jovem, de 14 anos, pede aos internautas que adicionem seu fotolog para ajudá-la a se tornar mais popular.

Esses casos nos revelam um comportamento curioso. Denunciam uma tendência que grassa vertiginosamente nos meios de comunicação, e agora nos *blogs*. Por que tanto sacrifício e apelação para alcançar tanta popularidade? Na TV, são programas que exibem corpos femininos seminus; na internet, nosso foco, são *blogs* e fotologs que expõem intimidades e textos com baixo calão.

De acordo com o balanço anual divulgado pelo Technorati<sup>12</sup>, referente ao ano de 2008, as razões que levam as pessoas a blogarem são a autoexpressão, constatando, apesar da variedade, que o tema preferido entre os blogueiros é a temática pessoal. O estudo revela que o sucesso do blogueiro é medido, sobretudo, pela satisfação pessoal (75%), pelo número de comentários (58%) e pelo número de visitantes (53%), entre outros parâmetros. O estudo ainda revela que 54% dos blogueiros profissionais, como Noblat, usam o *blog* como vitrine profissional, pois afirmam que tiveram reconhecimento maior em seu trabalho depois que começaram a blogar.

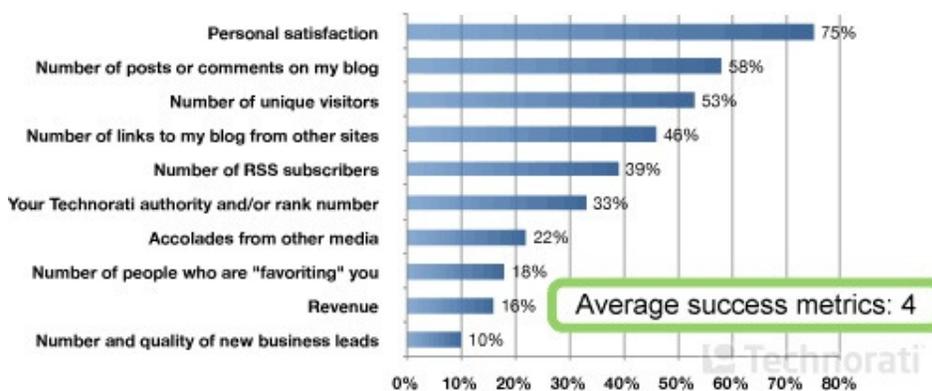


Fig. 40: Balanço da blogosfera referente a 2008. (Fonte: Technorati)

Isso nos leva a crer que o *blog* é uma mídia do “eu”. Portanto, para a indagação sobre a exposição pessoal de escacha, como resposta apresentamos o narcisismo. Conforme estamos vendo, um fato; e como veremos, uma necessidade humana. Não creio que narcisismo seja uma tendência; é, ao contrário, um fenômeno permanentemente intrínseco ao ser humano, como exporemos à frente.

Tomo-o não no sentido freudiano, que se refere à antítese entre os investimentos no próprio “eu” (a libido do ego) e os investimentos nos outros (a libido objetal). O sentido de que me apropriado é para discorrer sobre o desejo de se ver pelo outro, ou seja, buscar conhecer-se ou se validar por meio do olhar do outro.

<sup>12</sup> “State of the Blogosphere”, um estudo cuja proposta é fazer um raio X dos blogs no mundo. Disponível em: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/the-what-and-why-of-blogging/>

## O pássaro vaidoso

O *insight* para falar do narcisismo não proveio tão-somente da observação dos *blogs*. Descendeu inicialmente do comportamento animal, numa dádiva recebida da natureza, quando um pássaro, cuja espécie não consegui identificar, lapsou do qual sofreu sem saber a razão, ou pela minha ignorância no tocante ao reino animal, ou pela fascinação quanto à graça do pequeno voador, acidental ou — por que não usar de ironia — predestinadamente resolveu simpatizar com o retrovisor de meu veículo, estacionado em frente a minha casa.

Estando eu sentado na área frontal, pude observar, refestelado numa cadeira, o comportamento do pássaro diante do espelho. A situação pela qual passou o pássaro foi muito semelhante à de Narciso, personagem mitológico que inspirou a cunhagem do termo “narcisismo”. Na mitologia grega, Narciso era filho do deus Céfiso, protetor do rio Céfiso, e da ninfa Liríopeo. Era um jovem de extrema beleza, que despertava o amor de várias ninfas. Dentre elas, estava Eco, que, depois de rejeitada por Narciso, implorou à deusa Nêmesis que vingasse esse desprezo. E Narciso recebeu o troco com a mesma moeda. Ao ver seu rosto refletido nas águas de um lago, a exemplo de Eco, apaixonou-se desesperadamente, mas por sua própria imagem. Paralisado, arrebatado de paixão, admira sua própria imagem e logo se vê impedido de desfrutá-la. Diante da agonia de não poder realizar seu desejo, morre, transformando-se numa flor, a flor de Narciso.

O pássaro, assim como Narciso, parece que também gostou de sua imagem. Apenas um biólogo ou até mesmo um etólogo para analisar com mais propriedade a curiosidade com que me deparei. Ao ver-se no espelho do retrovisor, o pássaro se deteve, ficando ali, sem exagero, por volta de meia hora. Ele bicava o espelho e olhava, olhava, olhava. Virava, mexia-se e olhava, olhava, olhava. Nesse ínterim, talvez em três ou quatro vezes, o pássaro voava para se assentar próximo. Em seguida, voltava e repetia a mesma cena: bicava o espelho sem se cansar.

A contribuição do pássaro para que eu pudesse refletir sobre o fenômeno do narcisismo fez com que me ocorresse um caso relatado pelo Dr. J.E.G. van Emden, na Áustria, contido no livro *Sobre a psicopatologia da vida cotidiana*, de Freud (1996, p. 201).

Ao apresentar-me a conta, o garçon de um pequeno restaurante em Berlim declarou que, por causa da guerra, o preço de certo prato fora aumentado em dez centavos de marco. Quando lhe perguntei por que isso não constava no cardápio, ele retrucou que obviamente se tratava de um descuido, mas com certeza era como dizia! Ao embolsar o dinheiro, foi desajeitado e deixou cair na mesa uma moeda de dez centavos, bem na minha frente!

— Agora tenho certeza de que você cobrou a mais. Quer que me informe na caixa?

— Desculpe... um momento, por favor – e lá se foi ele.

— Evidentemente, permiti-lhe a retirada e, passados uns dois minutos, depois que ele se desculpou por ter inexplicavelmente confundido meu prato com outro, deixei-o ficar com os dez centavos como recompensa por sua contribuição para a psicopatologia da vida cotidiana.

Evidentemente, o flagrante com o pássaro não é nenhum fato extraordinário, digno de merecer um capítulo à parte. É simplesmente um detalhe, como outros que ocorrem a nossa volta, muitas vezes sem que nós os percebamos. Mas julgo pertinente o ocorrido por demonstrar como a nossa própria imagem pode nos surpreender. Se para o pássaro observar sua própria imagem — deixemos de lado a discussão se o pássaro tinha consciência ou não de sua imagem — era curioso ou fascinante, para nós, humanos, olhar-se pode igualmente sê-lo.

Quem não se encanta, ou se decepciona, quando se vê numa filmagem doméstica, no âmbito familiar? Se for aparecer numa emissora de TV em um programa jornalístico, depois de conceder uma entrevista, nem pisca na frente do televisor, ansioso para ouvir e ver suas declarações. É natural para o ser humano, talvez tenha sido para o pássaro, ver-se, alimentar sua imagem pelo outro.

### **Necessidades humanas**

O homem, como veremos no item “liberdade” (4.2), em virtude de suas funções fisiológicas, pertence ao reino animal. Necessita, pois, satisfazer suas necessidades fisiológicas: fome, sede, sexo, etc. Na medida em que o homem é humanizado, suas necessidades instintivas não são suficientes para torná-lo feliz, porque descobre outras maravilhas a partir da convivência com a realidade. “As mais poderosas forças motivadoras do comportamento do homem resultam da condição de sua existência, a ‘situação humana’”. (FROMM, 1961, p. 41).

Após satisfazer suas necessidade animais, ele é impulsionado por suas necessidades humanas. Segundo Fromm (1961), as necessidades que se originam da existência humana são cinco: (i) relação: relacionar-se com o outro; (ii) transcendência: impulso de transcender o papel de criatura, um ser passivo deste mundo, para se tornar

criador, responsável por seu próprio destino; (iii) arraigamento: o laço mais básico e natural é o vínculo da criança com a mãe; (iv) identidade: a consciência de si mesmo a partir do desprendimento de um grupo rumo ao processo de individualização; (v) orientação: a necessidade de se apoiar em alguma coisa, independentemente de ser falsa ou verdadeira, mas capaz de situá-lo no mundo.

O sacrifício para alcançar a popularidade na internet, como nos casos descritos acima, advém sobremaneira dessa necessidade humana chamada narcisismo.

Narcisismo é uma paixão cuja intensidade em muitos indivíduos só pode ser comparada com o desejo sexual e o desejo de ficar vivo. Com efeito, muitas vezes revela-se mais forte que qualquer um desses dois. Mesmo no indivíduo comum no qual não atinge tamanha intensidade, existe um âmagô narcisista aparentemente quase indestrutível. (FROMM, 1981, p. 79-80)

Se ser celebridade é ser um mito, um modelo imitável, que traz conseqüentemente satisfação, esta com certeza seria escassa, porque adentrar no Monte Olimpo, como chamou a mídia Morin (1997), não estaria ao alcance de qualquer um. Mas o *blog* proporcionou a esse “qualquer um” — mesmo àquele que não domina a informática, basta conhecer um pouco de internet — a morada no novo Monte Olimpo.

Se o jornal e depois a televisão são os grandes veículos da notoriedade, neste século o *blog* desponta timidamente como um assoprador da vaidade humana. Mostrar quem sou, ainda que de forma apelativa, alcançar popularidade ou audiência é uma panaceia para encobrir a frustração do anonimato, do ostracismo. “A admiração pública é também algo a ser consumido, e o status, como diríamos hoje, satisfaz uma necessidade como o alimento satisfaz outra: a admiração pública é consumida pela vaidade individual da mesma forma que o alimento é consumido pela fome.” (ARENDDT, 2001, p. 66)

A busca desenfreada pelo sucesso e pela audiência é explicada pela Psicologia como o preenchimento de uma falta qualquer, um alibi para apagar uma dor ou uma falta. Qualquer tipo de ação apelativa, ainda que humilhante ou vil, seria aquilo que Freud (1996) chama de “atos sintomáticos”. São ações determinadas pelo inconsciente que desempenham o papel de sintomas. “Certas insuficiências de nosso funcionamento psíquico e certos desempenhos aparentemente inintencionais revelam, quando a eles se aplicam os métodos da investigação psicanalítica, ter motivos válidos e ser determinados por motivos desconhecidos pela consciência.” (FREUD, 1996, p. 237). Ser visto pelo grande público é fugir à vida ordinariamente estafante. O homem tenta fugir da dádiva recebida — a razão, que lhe dá consciência de sua pequenez e impotência — alentando a transcendência da qual nos fala

Fromm (1961). Uma evasão que busca resolver uma insatisfação com a vida, buscar sair do *hic et nunc*. Se se ocupar dos detalhes da vida de uma celebridade famosa era um eficiente exercício de fuga da própria realidade, a mesma fuga permanece, mas agora promovendo a si próprio. Não é preciso buscar o entretenimento, porque a própria vida se tornou ela mesma um entretenimento.

Com uma sociedade centrada em convenções e regras, quem se desvia indubitavelmente causará estranheza. Assim nos diz Bergson (1983, p. 99-100), que deu ao riso a função social de corrigir as infrações da sociedade, ao revelar os defeitos: “O riso é, antes de tudo, um castigo. Feito para humilhar, deve causar à vítima dele uma impressão penosa. A sociedade vingam-se mediante o riso das liberdades que se tomaram com ela”. Com esse perfil corretivo, o riso é ambivalente; ao mesmo tempo conservador e subversivo. Conservador, quando defende a norma e a regra, ridicularizando tudo que contraria a visão de mundo do padrão vigente; progressista, no instante em que critica padrões ultrapassados, não condizentes com as necessidades do momento.

Mas a Antropologia nos diz que enfatizar as particularidades da vida, nossa intimidade, também é inato ao comportamento humano. Sob a ótica antropológica (VELHO, 2004), há uma permanente convivência da contradição entre a particularização de experiências restritas de certos grupos (como os blogueiros) e a universalização de experiência que se expressam de conjuntos homogeneizados. Esse acaba sendo o grande problema da cultura, impasse este que, quando não resolvido, provoca uma tensão capaz de gerar, como consequência, um afastamento do indivíduo. O rompimento nem sempre é amistoso, porque o dissidente sofre com o controle social, com a incompreensão. Mas, por outro lado, aquele que sai das normas, o desviante, pode se transformar num marco delimitador, um símbolo de identidade. Não é à toa que na internet proliferam assustadoramente não só as páginas de *blog*, de diferentes formas e temas, mas também as outras comunidades virtuais, como o *Orkut*, por meio do qual internautas compartilham os mesmos ídolos, as mesmas músicas, os mesmos estudos, os mesmos sonhos...

Com a particularização de experiências e a intimidade temos o processo de individualização, mas não blogueiros individualistas. Ao invés de individualistas, temos blogueiros narcisistas. O individualista vê o mundo como um vácuo a ser preenchido segundo seus próprios desejos. O narcisista, ao contrário, vê o mundo como um espelho, pois necessita do olhar do outro para validar sua imagem, seu comportamento, seu valor. Lasch (1983), n’A *cultura do narcisismo*, já havia ressaltado a ação narcisista do homem contemporâneo: “Não

obstante suas ocasionais ilusões de onipotência, o narcisista depende de outros para validar sua autoestima. Ele não consegue viver sem uma audiência que o admire.” (p. 30)

Até mesmo n’A *insustentável leveza do ser* aparece o fenômeno do olhar do “eu” no outro: “Todos nós temos a necessidade de ser olhados” (KUNDERA, 1985, p.271). O livro apresenta quatro categorias dentro das quais o homem pode ser classificado, dependendo do olhar sob o qual queremos viver: quem procura o olhar de um número infinito de pessoas anônimas; aqueles que não podem viver sem o foco de numerosos olhos familiares; aqueles que têm necessidade de viver sob o olhar do ser amado; e, a mais rara, aqueles que vivem sob o olhar imaginário dos ausentes. No caso do blogueiro, ele se encaixaria melhor na primeira categoria, pois vive à sombra de uma miríade de pessoas sobre as quais não tem a mínima noção de quem seja, a não ser o eventual conhecimento de seu pseudônimo. De dentro de sua casa, sem contato físico algum, ele tem a possibilidade de se comunicar com milhares de pessoas por dia sem ter a mínima noção de quem sejam seus interlocutores, e estes da mesma forma em relação a ele.

### **Complexo do espelho, espelho meu**

O estado de insegurança ou dúvida do blogueiro só é desfeito quando vê seu “eu grandioso” refletido nas pessoas. Aqui está o grande problema da atualidade. Se nosso valor está exposto aos olhos de todos, a incompletude sempre imperará, porque queremos continuamente impressionar. Aí reside a insegurança das pessoas, que ficam constantemente preocupadas não com seus pensamentos, mas com que os outros pensam delas. O indivíduo não mais se define pelo que ele é por meio de sua interioridade. Define-se por aquilo que o outro julga nele. Daí uma cultura narcisista, impregnada pelo que chamo de *Complexo do espelho, espelho meu*.

Para enfatizar o que havíamos colocado anteriormente, a bulimia de fama do blogueiro, caracterizada como “ato sintomático” para o preenchimento de uma falta ou para apagar uma dor, revela a dependência em relação ao outro por meio do anátema desse complexo. Ele é uma forma de ilustrar o conceito de narcisismo, tomando como fonte os contos do Irmãos Grimm. Em *Branca de Neve* (GRIMM, 1998), a rainha possuía um espelho mágico para o qual perguntava todos os dias: “Espelho, espelho meu! Há no mundo alguém mais bela do que eu?” A madrasta feiticeira necessitava da resposta do espelho para se sentir realmente bela. Sua própria opinião não bastava. Precisava dele para completá-la. A mesma

insegurança da qual sofria a rainha sofre o blogueiro. Esse é o complexo que o envolve: para existir, para validar a si próprio, ele se torna dependente do outro.

Ser respaldado pelo outro é uma espécie de terapia. Traz alívio, preenche um vazio. No catolicismo, a confissão a que os padres submetem os fiéis não deixa de ser positiva, porque traz tranquilidade e apaga o temor de quem confessa. O Dr. Joseph Breuer (QUANDO, 2007), professor de Freud, estava convicto de que desabafar cura. Seu método da “cura por meio da fala”, ironizada pela expressão “limpeza pela chaminé”, trouxe bons resultados para seus pacientes. E foi esse método que muito influenciou Freud, depois da hipnose, ao tratamento no divã.

### **Princípio da exotopia**

O psicanalista francês Jacques Lacan (1901-1981), com a “teoria do espelho”, ensina-nos que construímos nossa identidade a partir do Outro (nomenclatura convencionalizada em maiúsculo por Lacan). Dessa forma, conhecemo-nos por intermédio do Outro.

Esse, inclusive, é o princípio da exotopia, ou excedente de visão estética, a que se refere Bakhtin (1997). Eu me completo por meio da visão do outro, porque a percepção que tenho de mim mesmo é parcial. A percepção que tenho do outro, ao contrário, é completa, porquanto posso percebê-lo por inteiro. Essa posição exterior, esse olhar do outro sobre mim, pode me completar, dando-me um acabamento. Dependendo do ângulo em que me encontro, somente o outro pode me ver, justamente onde não posso alcançar minha visão. “Por mais perto de mim que possa estar esse outro, sempre verei e saberei algo que ele próprio, na posição que ocupa, e que o situa fora de mim e à minha frente, não pode ver: as partes de seu corpo inacessíveis ao seu próprio olhar (...), são acessíveis a mim e inacessíveis a ele” (BAKHTIN, 1997, p. 43)

Por ironia, Sancho Pança, o pobre de espírito e inocente demais, anuncia o princípio exotópico. Diante da vontade de Dom Quixote de pintar em seu escudo a sua figura, seu fiel escudeiro lhe diz: “Não é preciso gastar tempo nem dinheiro para se fazer essa figura — disse Pança; o mais acertado é que Vossa Mercê descubra a sua própria cara aos que o olharem, que, sem mais nem mais, e sem outro retrato nem escudo, todos os chamarão logo ‘o da Triste Figura’”. (CERVANTES, 1981, p. 106). Sancho dá o nome de “Cavaleiro da Triste Figura” a Quixote por conta de sua fisionomia sofrida, em cansaço, falta de dentes e fome.

Despertar o interesse do outro por sua vida particular se tornou uma espécie de termômetro para analisar seu valor como pessoa. O valor e a autenticidade do indivíduo não

estão mais em sua interioridade, mas no que está exposto e acessível a todos. Um sintoma bem típico desse complexo tem sido observado na medicina estética. Há mulheres lindíssimas, perfeitas, mas que se deprimem por algum detalhe de seu corpo, aparentemente perfeito. É um caso que resvala no psicossomatismo. O alívio para o incômodo só é alcançado quando o cirurgião plástico muda a parte do corpo originalmente natural.

Essa necessidade, às vezes desesperada, de se ver no outro, de ver sua validação na alteridade, apenas nos denota que passamos de uma sociedade disciplinar, como observa Foucault (2000), para a conjuntura que Deleuze (1990) chamou de sociedade de controle. Pelo princípio da exotopia, eu apenas posso me conhecer por inteiro com a ajuda do olhar do outro. Isso indica que tanto eu posso olhar quanto ser olhado. Se minha exotopia (posição exterior) me dá o privilégio de ver o outro, esta visão externa também pode determinar minha posição, afinal, não posso agir como se os outros não existissem. Essa visão “vigiadora” sobre nossa vida faz com que nossas ações sejam representadas do modo como somos vistos por outros.

Na contemporaneidade, a punição abriu espaço para o controle sutil, manipulando o homem por meio das instituições, das necessidades supérfluas, dos ditames do capitalismo, dos modelos exibidos pela mídia e sobretudo da necessidade de visibilidade e validação do eu pelo outro. O objetivo do blogueiro é, *a priori*, alcançar visibilidade. Este na verdade é um objeto, uma vez que sua autêntica pretensão, o valor investido nesse objeto, é saciar ou tentar resolver seu “Complexo do espelho, espelho meu”. É um sujeito que busca muito mais o desejo do que o objeto desejado. A visibilidade é uma compensação para preencher um vazio, a falta de reconhecimento, a falta de ser alguém. Com essa sentença, atentando para o valor investido em seu objeto-valor, compreendemos o comportamento das jovens que se expõem nos fotologs para ganhar a fama, como vimos no início deste item, ao comentar informes do jornal. O complexo virou uma necessidade, como pronuncia a jovem: “É uma questão de necessidade mesmo.”

Essa necessidade gera um grande paradoxo. A exibição da vida íntima denota uma valorização do “eu”, contraposta ao menosprezo dos ideais coletivos, muito parecido com o que aconteceu na Grécia, durante o período Alexandrino (séc. III ao I a.C.), quando, em virtude da dominação dos sucessivos regimes imperiais da Macedônia, afastados da vida pública da *póleis*, os gregos concentram suas atenções na vida íntima. O mesmo vem acontecendo hoje, conforme demonstrou Cortina (2006) no levantamento dos livros mais vendidos ao longo das décadas de 1960 a 2000, quando constatou um predomínio acentuado dos livros de autoajuda frente a um desinteresse dos livros cuja temática era social. “O isolamento em que estão colocados os sujeitos do mundo capitalista moderno faz com que

eles se voltem para si mesmos e, para compreenderem-se, busquem em algum lugar as respostas para suas dúvidas.” (p. 101).

Enquanto o homem se volta aos seus interesses privados, à hipertrofia do ego, ele busca o reconhecimento do outro para alimentar seu próprio “eu”. Até mesmo Tocqueville, em *Democracia na América*, atentava para o perigo de uma democracia equacionada na igualdade, porque nesse sistema as intimidades da vida ganhariam uma importância crescente. E ganharam. Os vaticínios foram certos.

## 4.2. Liberdade

*Estou loucamente determinado a adorar a liberdade livre*

Arthur Rimbaud

*Sou livre, contra a sociedade organizada e vestida.*

*Estou nu, e mergulhado na água da minha imaginação.*

Álvaro de Campos

*O mundo inteiro é um palco*

*E todos os homens e mulheres, meros atores.*

William Shakespeare

*Roberto Carlos em detalhes*, título do livro escrito pelo jornalista Paulo César de Araújo, foi mais que uma biografia, foi uma análise crítica da trajetória de um artista musical e de toda sua obra. Mas o “rei” não permitiu que o livro fosse comercializado. A biografia de 500 páginas, com tiragem de mais de 10 mil exemplares, foi recolhida sob ordem da Justiça, mediante ação movida pelos advogados de Roberto Carlos. São toneladas de papel a serem queimadas e todo um trabalho de pesquisa desperdiçado. O trabalho de um biógrafo foi jogado; papéis, desperdiçados! E o que mais nos incomoda? Os detalhes de uma vida misteriosa.

A proibição do livro acabou provocando uma corrida desenfreada em busca da obra. Muito mais atrativa foi a proibição do que a trajetória profissional do artista. O que há por trás desse livro? Quais os detalhes que mexeram com Roberto?

Esse incidente envolvendo o cantor Roberto Carlos, em abril de 2007, revigora a antiga ideia da sociedade como um teatro, a qual analisa o comportamento do homem na sociedade como papel de um ator, ou seja, o homem figura como criatura de máscara, com comportamentos específicos para cada situação. Roberto Carlos tem medo de revelar suas verdadeiras posturas? Há algo no passado que precisa ser encoberto?

Outro episódio, também ocorrido em 2007, causou surpresa mundial, sobretudo na comunidade judaica. O rabino Henry Sobel foi preso em flagrante depois de furtar quatro gravatas em lojas luxuosas de Palm Beach, nos Estados Unidos (EUA). “Quando um homem respeitado e respeitável comete um ato incompreensível que prejudica o capital de estima que ele acumulou, talvez seja justamente para desmentir sua figura pública idealizada, ou seja, para abrandar, enfim, o sentimento de viver uma extenuante impostura” (CALLIGARIS,

2007, p. E10). Esse comentário, publicado alguns dias depois do ocorrido, remete-nos novamente às relações entre a vida e o palco, assim como defendia Luigi Pirandello, escritor de relevo para a arte dramática.

Em suas peças, a exemplo do que acontece em *Seis personagens à procura de um ator*, salta aos olhos a demonstração de que a vida é uma farsa, porque na vida real o ser humano, assim como o ator no palco, exerce um papel: pessoa e personagem se confundem. Mas essa não é uma ideia inaugurada por Pirandello. Platão já contemplava a vida humana como um espetáculo de fantoches encenado pelos deuses. E na Idade Média, o mundo, uma espécie de teatro, era visto por uma plateia composta por um único espectador, a figura divina, que vigiava dos céus seus filhos se mascararem na baixa terra.

Portanto, o paradoxo entre o instinto e a convenção é notório. De um lado, um sujeito que quer renunciar (não-querer-ser) às regras sociais, mas necessita (dever-ser) conservá-las para viver em grupo. Quem pode nos ajudar a entender um pouco essa relação conflitante entre o individual e o social é a Psicanálise.

Freud já dizia que a civilização se baseia na permanente subjugação dos instintos humanos. Se cada um fosse atender ao seu instinto — a força que o move instintivamente —, o convívio civilizado seria impossível, pois o homem, tanto no corpo quanto nas funções fisiológicas, pertence ao reino animal. A chamada pulsão, a força que o impulsiona, é um “processo dinâmico que consiste numa pressão ou força (carga energética, fator de motricidade) que faz o organismo tender para um objetivo” (LAPLANCHE, 2001, p. 394). O progresso está vinculado a uma intensa anulação dessa pulsão instintiva, pois “a livre gratificação das necessidades instintivas do homem é incompatível com a sociedade civilizada: renúncia e dilação na satisfação constituem pré-requisitos do progresso.” (MARCUSE, 1978, p. 27)

Para uma sociedade civilizada, é necessário o abandono ou conversão dos impulsos animais (princípio do prazer) para instintos humanos (princípio de realidade): da satisfação imediata para a satisfação adiada, do prazer à restrição do prazer.

Esses estágios, princípios de prazer e de realidade, são parecidos com a dicotomia inconsciente (força herdada e primária) e consciência (força adquirida e secundária), instâncias opostas que formam o aparelho mental. Inconsciente é uma dimensão profunda, responsável pelos impulsos irracionais que exigem liberdade e felicidade, motivo pela qual Lévi-Strauss o chamou de “pensamento selvagem”. Daí dizer que “ser é, essencialmente, lutar pelo prazer” (MARCUSE, 1978, p. 118). A consciência, por sua vez, reprime esses instintos,

pois é uma instância formada ao longo da vida, materializando-se nas convenções e na visão de mundo do homem.

Com maestria, Fernando Pessoa, por meio de seu heterônimo Álvaro de Campos (1992, p. 257-8), soube traduzir a ciência psicanalítica em poesia no poema *Datilografia*:

Temos todos duas vidas:  
A verdadeira, que é a que sonhamos na infância,  
E que continuamos sonhando, adultos num substrato de névoa;  
A falsa, que é a que vivemos em convivência com outros,  
Que é a prática, a útil,  
Aquele em que acabam por nos meter num caixão.

Essa passagem pelas bases da Psicanálise nos ajuda a entender um pouco ações que nem mesmo quem as comete pode explicar, como foi o caso do rabino Henry Sobel, que até hoje tenta provar que não é ladrão.

## O carnaval

Se a bipartição é a tônica, cumpre trazer à baila as festas carnavalescas, uma herança das festas saturnais. Instituídas no Império Romano, evocando e enaltecendo Saturno, as festas saturnais eram repletas de alegria, simulando um mundo às avessas. Tal balbúrdia figurava um retorno ao reino de Saturno, que, segundo a lenda, fora a era da felicidade. Em razão de suas extravagâncias, despertando a desconfiança dos altos escalões, a comemoração findou no Baixo Império.



Fig. 41: “Cena de Carnaval”, gravura de Jean Baptiste Debret de 1823

O carnaval, festa popular que se contrapunha à visão séria das autoridades, tornou-se a expressão mais completa e mais pura da cultura cômica popular, na qual o povo tinha oportunidade de extravasar, de se libertar de um mundo regulamentado e de vencer o medo. Daí o uso de máscaras monstruosas para zombar e exorcizar os temores e os tabus. Por isso, o riso carnavalesco é uma paródia pelas fantasias. Se anteriormente nos referimos às máscaras no sentido figurativo, ao construir a metáfora da vida como um teatro, no carnaval ela se torna um peça real.

Essas festanças foram descritas por Mikhail Bakhtin (1999) ao fazer menção a François Rabelais, escritor francês considerado o “Voltaire” do século XVI. O mundo rabelaisiano do século XVI é uma nova cosmovisão, pois ele dava acesso ao imenso universo da cultura popular, revestindo a literatura de um riso satírico, exagerado, mas positivo, porque se fundamentava na festa, no banquete, na alegria.

Toda a manifestação rabelaisiana é fruto daquilo que Bakhtin chamou de “realismo grotesco”, o mundo híbrido das festividades carnavalescas, cujo princípio era a degradação do sublime, com foco na vida material e corporal: imagens do corpo, da bebida, da comida, da satisfação das necessidades naturais e da vida sexual. Havia um processo de rebaixamento: o alto pelo baixo. Nessa inversão, o elevado e o sublime passam para o baixo corporal, explorando processos biológicos fundamentais: absorção dos alimentos, excreção, sexo, odores, flatulência, sujeira, enfim, todas as funções que rebaixam o homem do plano elevado, espiritual, ideal e abstrato para o plano material e corporal, sobretudo erótico.

O homem da Idade Média participava de duas vidas: a oficial, assentada nas normas e nas convenções do cotidiano, e a carnavalesca, sazonal e cômica, funcionando como uma segunda vida, a não-oficial, um momento de liberdade para o povo viver uma vida momentaneamente desregrada. “A segunda vida, o segundo mundo da cultura popular constrói-se de certa forma como paródia da vida ordinária, como um mundo ao revés”. (BAKHTIN, 1999, p. 10). Essa segunda vida, vivida durante as festas populares do carnaval, era representada pela máscara, que “é a expressão das transparências, das metamorfoses, das violações das fronteiras naturais, da ridicularização, dos apelidos. [...] a máscara recobre a natureza inesgotável da vida e seus múltiplos rostos”. (p. 35)

Com o advento do *blog*, nós revivemos esse carnaval igualmente com duas vidas: a social ou pública e a particular ou natural. “No *Second Life*<sup>13</sup>, posso viver uma segunda vida, fazer coisas impossíveis” (AURICCHIO & TOLEDO, 2007, p. L1). Chris DeWolfe, criador

---

<sup>13</sup> *Second Life* é uma espécie de jogo pelo qual o usuário cria uma realidade virtual, com seu avatar, ou seja, sua personagem.

do portal *MySpace*<sup>14</sup>, ao falar do futuro da internet (BERGAMASCO, 2008, p. F3), destaca três tendências: (i) internet cada vez mais pessoal; (ii) mais portátil; (iii) e mais colaborativa. A primeira tendência a que se refere DeWolfe — personalização — é a segunda vida da qual fala Bakhtin: a vida particular. “Queremos possibilitar que as pessoas coloquem no *MySpace* tudo aquilo de que gostam na internet.”, enfatiza o criador do portal.

Aí reside o grande paradoxo do *blog*: trata-se de um modo de enunciação que valoriza a intimidade no espaço público, uma espécie de privatização desse espaço, atravessado pelo olhar alheio. Um jogo entre a publicização de si e a intimidade construída com os leitores. “As pessoas simplesmente não sabem que estão num espaço público, não privado. A cultura nacional perde ali [comunidades virtuais] até o véu de ‘cordialidade’ e revela todo seu destempero infantil.” (PIZA, 2006, p. D3). O jornalista Daniel Piza esquece-se de que a fronteira entre espaços público e privado se tornou muito tênue.

O escrevente e o leitor de *blog* incorporam o espírito dionisíaco, com a estética da liberdade, sobrepondo-se ao espírito apolíneo, o mundo da norma. É o individual em contraposição ao social. Na mitologia grega, Dioniso, ou Baco em latim, é o deus do êxtase (transbordamento da emoção) e do entusiasmo (penetração de deus na alma humana), e também conhecido como o deus do vinho. Ele nega o *metron* (equilíbrio) e traz o desregramento.

À luz de sua existência modal, temos um sujeito que descobre uma forma de não mais se submeter à necessidade (dever-ser) do dizer social, ou seja, um discurso que não deve fugir às convenções. Agora, o sujeito pode renunciar (não-querer-ser) ao dizer regrado para dizer livremente. É um sujeito que não mais quer ser regrado.

Do ponto de vista das modalidades atualizantes, que qualifica o sujeito para uma ação, analisando toda essa mudança, verificamos uma transformação. Temos inicialmente um sujeito impotente (não-poder-fazer), em virtude do monopólio da mídia, impossibilitado de se expressar da forma como gostaria. Quando se expressa, seu dizer se enquadra dentro daquilo que “se deve dizer”, ou seja, obedecer às convenções. Com o *blog*, passamos a ter um sujeito livre (poder-fazer).

---

<sup>14</sup> Site de relacionamentos, criado em 2004, bastante usado por artistas para divulgação de suas obras. ([www.myspace.com](http://www.myspace.com))

## Pseudoliberaldade

Até aqui, discutimos a dicotomia público *versus* privado. Mas não tocamos na questão mais delicada: o conceito de liberdade. Não só o blogueiro mas o internauta como um todo se vangloria muito por ter conquistado a liberdade. Além do *blog*, como vimos nas análises, outra ferramenta que muito enfatiza essa prerrogativa tem sido o *Second Life*. Mas será que realmente há liberdade?

No *blog*, temos sim um espaço sem precedentes. Mas a liberdade não é total, é relativa. Assim como no carnaval, é um espaço de liberdade para uma atividade momentaneamente desregrada. Por dois motivos. Primeiro, pela censura. Ainda que rara, ela pode acontecer. O *blog* é um meio pelo qual o blogueiro tem liberdade para dizer o que quer, da forma como o quer. Mas se cometer algum crime, sua página será tirada do ar. Valem para os *blogs* as mesmas restrições legais que se aplicam a outros veículos de comunicação.

Um caso extremado, mas que infelizmente ocorre, é quando pessoas praticam pedofilia pela rede. Até que sua ação não seja descoberta, seu comportamento é realizado a seu bel-prazer, de forma desregrada. A partir do momento, porém, que a infração vem à tona, ele sofre as penas cabíveis. A mesma coisa aconteceu no episódio do vídeo da modelo Daniella Cicarelli, exibido no *YouTube*. Por ação movida pelo advogado da artista, a página ficou vários dias fora do ar, causando a revolta de muitos internautas.

Como se pode ver, a liberdade que tanto se prega entre os blogueiros é relativa. Aí voltamos àquilo que Freud disse: a civilização se baseia na permanente subjugação dos instintos humanos. Pelo ponto de vista da modalidade veridictória, a liberdade apregoada é uma mentira. Temos no eixo da manifestação (aparência) um blogueiro que parece-ser livre. Mas no eixo da imanência (essência) ele não-é livre.

O segundo motivo pelo qual podemos dizer que o *blog* não goza de total liberdade é por conta da cumplicidade, conforme referida no item 1.2.

Tanto nos *posts* quanto nos comentários inseridos pelos leitores, prega-se a liberdade, sobretudo quando verificamos a linguagem pela qual são escritos: “Oie! Lindu seu *blog*! E essa musik do legião eh xoww bom fim d smna bjujus”. Nesse comentário, verificamos o uso do internetês, com abandono das regras do idioma e infração à norma, imperando uma formulação própria de linguagem: “xoww” (em vez de “show”); smna (semana); bjujus (beijos). Criou-se um novo código, o código virtual do internetês, em que não há respeito à pontuação tampouco à ortografia. Já em outro comentário, a cordialidade

passou a léguas de distância. Ao receber uma crítica de um leitor, o autor do *blog EspalhaMerda* retruca:

Blog retardado. Olha Afonso, até que eu tento fazer algo que presta, mas vc sabe. Tem hora que não dá. É a mesma coisa que aconteceu com o seu pai e com a sua mãe quando deram aquela trepada. Deu no que deu: uma merda de um Afonso. Na próxima vez que comentar, já que vc vem sempre palpitar aqui, deixe pelo menos um e-mail verdadeiro e deixe o endereço de seu blog esperto para eu ver. A propósito, vai se foder, babaca!!!

Neste comentário há um desfile de “boas maneiras”. O proibido é permissível; o anormal é normal; o espampanante é risível. A página se transforma num palco onde qualquer peça é um espetáculo. A beleza das palavras dá lugar à desordem. Até parece que os blogueiros escrevem como uma forma de extravasar as “torturas” sofridas no colégio quando das aulas de português!

O “novo código” do qual falei é apenas um exemplo da maneira por que entre os blogueiros foi estabelecido um novo comportamento, uma nova maneira de ser que construiu uma identidade, uma cumplicidade. Quem não estiver nos moldes desse comportamento, é considerado um estranho no ninho.

Dessa forma, por trás do aparente desregramento foi edificado um novo regramento. Para pertencer a essa “tribo” é preciso viver como eles, é preciso falar como eles, é preciso ler como eles, enfim, é preciso ser como eles.

Discorrer sobre liberdade não é uma tarefa fácil, a começar por suas várias conotações tanto verticais (histórica) quanto horizontais (presente). “Evidentemente, a história da liberdade revela-se muito complexa, pois ela se modifica sempre de acordo com o sentido da aventura humana” (BORNHEIM, 1992, p. 251). Na Grécia Antiga, liberdade continha um sentido político. Ser livre era poder participar das decisões políticas na *Polis*. Liberdade, portanto, era sinônimo de cidadania. O Cristianismo desloca a liberdade para o interior de cada um, quando apregoa que o homem livre é aquele que pode escolher entre o bem e o mal. Essa despolitização da liberdade, ao interiorizá-la, provoca também sua moralização. Torna proibida a autonomia, subordinando a vontade humana à outra vontade, a vontade de Deus. Ser livre é poder obedecer aos comandos divinos. Com a chegada da Idade Moderna, o capitalismo acaba regendo todo o conceito de liberdade. O indivíduo livre é membro de um novo centro organizador, o mercado. O que impulsiona o homem são os interesses pragmáticos, que se tornam o centro da racionalidade moderna.

Ainda que elenquemos esses vários sentidos dessa nomenclatura, certamente a deixaremos incompleta por conta de sua complexidade, amplitude e vagueza. Talvez o fato de proclamar a usurpação da liberdade esteja na vontade sepultada de vingar a derrota nas três principais frustrações por que passou o homem ao longo do tempo no tocante à liberdade. Foram três golpes que afetaram a vaidade humana.

A primeira veio com o astrólogo polonês Nicolau Copérnico (1473-1543), que desmoronou a teoria do astrônomo grego Cláudio Ptolomeu (séc. II d.C), ao defender a tese de que não são os astros que giram em torno da Terra, como propunha Ptolomeu, mas os planetas que giram em torno do Sol. Fomos forçados a admitir que nosso planeta é apenas um dentre os que giram ao redor do Sol, e que há outros sistemas além do nosso, em incontáveis mundos. Essa asserção revolucionou a forma de pensar o homem no mundo, pois minou a ideia de que o homem é o centro do universo, que todos os corpos celestes giravam ao nosso redor. Ele é apenas parte dele.

A segunda grande frustração veio com o naturalista inglês Charles Darwin (1809-1882), que chegou a conclusão de que há um parentesco fisiológico e uma origem comum entre todos os seres vivos, com a formação de novas espécies por um processo de seleção natural. Nosso organismo físico é o produto de um vasto processo evolutivo, cujas leis em nada diferem daquelas dos animais. Com isso, corrobora-se a ideia de que somos primatas, uma espécie vinda dos macacos. A crença de que seríamos uma espécie única, completamente separada do reino animal, definiu.

Por fim, a terceira e derradeira frustração por que passa o homem procede de Sigmund Freud (1856-1939), que expõe a dualidade do homem — consciência e inconsciente —, conforme expusemos sucintamente acima. O homem acreditava que o que dizia e fazia era produto de sua vontade consciente. Mas a existência de outra parte de nossas mentes, que funciona no mais obscuro segredo e que pode até comandar nossas vidas, era desconhecida. Freud iluminou essa escuridão e abriu caminho para a investigação dos mistérios do homem.

A descoberta do inconsciente fez com que o conceito de “liberdade” ficasse relativizado. “A personagem de ficção é muito mais verdadeira do que a pessoa real, pois esta é obrigada a ocultar sua verdadeira essência, seus desejos mais recônditos, e a colocar a máscara que o seu ‘status’ social requer” (D’ONOFRIO, 1997, p. 9-10). Com a ideia de um indivíduo bipartido, “a verdadeira liberdade está só na ideia. Assim, a libertação é um evento espiritual”. (MARCUSE, 1978, p. 113). Baudrillard (2002, p. 132) repisa a pseudoliberalidade, dizendo que “a internet apenas simula um espaço de liberdade e de descoberta”.

Dessa forma, o homem racional do qual nos fala Descartes, com pleno poder de decidir completamente seu destino, é uma quimera. Há um feixe de desejos e impulsos, e outras motivações, de que à vezes não temos consciência. É justamente a luta da força do instinto individual contra as injunções éticas, religiosas e sociais que tenta explicar a Psicanálise, ao investigar a atividade do inconsciente. E a grande contribuição de Freud, longe de querer reduzir um teórico tão dinâmico e completo, consistiu em ampliar a esfera da personalidade humana, descobrindo a dimensão misteriosa e tão profunda do inconsciente. Pela visão da Psicanálise, portanto, não existiria liberdade, porque somos determinados pela força do inconsciente. O homem viveria uma “sensação ptolemaica”, porquanto não é mais o centro.

### **Dialogismo**

Como nós teríamos liberdade se o que pensamos é fruto do nosso vínculo com o passado, com o que recebemos de nossos pais e com quem nos rodeia. Conforme dizia Goethe (PFROMM NETTO, 2002, p. 35), “o que pensas pertence a todos; só é privativamente teu o que sentes”. O nosso interior é formado pela exterioridade, como muito bem nos demonstrou Kaspar Hauser (1974), que no isolamento do cubículo, privado da convivência com o mundo, era desprovido até mesmo de pensamento. Esse vazio se deve porque a consciência e a própria compreensão de mundo só podem surgir e se afirmar mediante a linguagem e o processo de interação social, porque nossa consciência é um produto sócio-histórico. As bases do nosso pensamento não são fisiológicos nem biológicos, mas sociológicos, porque “o homem deve necessariamente ser social para ser homem”. (BONCINELLI, 2007, p. 16).

Assenhoreando o princípio dialógico de constituição da linguagem, que diz fundamentalmente que nosso discurso é formado pelos outros discursos que nos precedem, inseridos numa interação social, podemos afirmar que nós também somos, assim como nosso discurso, fruto da relação social. Se o discurso é social, a sua fonte de inspiração, nossa consciência, igualmente o é. Nossa consciência é formada a partir da linguagem e da prática social num processo de interação.

Sendo nossa consciência social, advinda dos outros, nossa forma de pensar e o que pensamos é uma herança. Ora, um herdeiro de grande riqueza pensa gastar o dinheiro que é seu. Ele não gasta verdadeiramente aquilo que de fato é seu, mas dispensa o que lhe foi transmitido. Quem com seu próprio suor acumulou fortuna também não pode pensar que alcançou tudo sozinho. Dependeu de seus clientes, sócios, consumidores, parceiros, etc. Se o

pensamento é uma herança que ilusoriamente pensamos ser apenas nossa, nossas ideias não são nossas; são dos outros.

É bom destacar esse princípio axial, porque as teses do inatismo e da Linguística clássica se tornam ingênuas e incapazes de explicar o comportamento do homem. O inatismo, defendido por Chomsky, diz que o homem possui um saber linguístico que lhe é inato, a sua competência. A linguagem seria uma faculdade inata, uma predisposição hereditária vista em todo ser humano. A linguística clássica, por seu turno, defende a tese inaugurada por Wilhelm von Humboldt (1767-1835), segundo a qual a língua seria o órgão construtor do pensamento. Mas o homem, desprovido da práxis, não desenvolve suas propriedades de pensamento, de fala e do comportamento.

Com isso, somos produto da prática social. Nessa relação não há ativos ou passivos, porque ambos produzem. No clássico modelo do sistema geral de comunicação, proposto por Shannon<sup>15</sup> (WOLF, 2002, p. 113), a transferência de informação se realizava da fonte de informação (emissor) para o destinatário (receptor), representando o destinatário apenas um elemento passivo de recebimento da mensagem.

Mas como pode ele ser passivo se o discurso é construído em razão daquele que receberá a mensagem? Aquele a quem me dirijo determina a forma e o conteúdo do que vou dizer. “Essa orientação da palavra em função do interlocutor tem uma importância muito grande. Na realidade, toda palavra comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém”. (BAKHTIN, 1992, p. 113). Além de o outro determinar meu discurso, é ele também quem forma o meu discurso. “O enunciado está repleto dos ecos e lembranças de outros enunciados, aos quais está vinculado no interior de uma esfera comum da comunicação verbal” (BAKHTIN, 1997, p. 316).

Nos estudos bakhtinianos<sup>16</sup>, nos quais o enunciado é considerado a unidade da comunicação verbal, o discurso é entendido como um elo de uma cadeia, estando sempre ligado aos discursos que o precedem e aos que o sucedem. Como na forma clássica do diálogo, metáfora da qual Bakhtin se vale para explicar a teoria do dialogismo, todo discurso é

---

<sup>15</sup> A teoria da informação ou da comunicação é originária dos trabalhos de engenharia das telecomunicações, inicialmente desenvolvidos em 1924 e sistematizados por Shannon em 1948. A transferência de informação efetua-se da fonte para o destinatário, ao passo que a transferência da energia se efetua do transmissor para o receptor.

Fonte de informação (mensagem) → transmissor (sinal) → receptor (sinal) → destinatário (mensagem)

<sup>16</sup> Enquanto Saussure privilegiava a língua como objeto abstrato ideal, Bakhtin, por seu turno, valoriza a fala, afirmando sua natureza social e não individual.

sempre uma resposta a outros discursos. O diálogo, na sua forma restrita de comunicação interpessoal, é uma figura pertinente para entendermos *lato sensu* o funcionamento de toda forma de comunicação: verbal, não verbal ou sincrética. Nesse raciocínio, não há como dizer que haja um discurso proferido pela primeira vez, porque ele sempre será uma resposta ao que foi dito. Não há discurso puro, originalmente inédito. Nenhum discurso nasce do nada. “Um locutor não é o Adão bíblico, perante objetos virgens, ainda não designados, os quais é o primeiro a nomear.” (BAKHTIN, 1997, p. 319). Sempre há informações que o precedem, vindas de outras fontes. Pelo princípio do dialogismo, portanto, poder dizer o que quer não basta para alcançar autenticamente a liberdade.

### **Análise de Discurso**

Com base nos princípios bakhtinianos, outra corrente que nos limita a pensar na autonomia do homem é a linha francesa de Análise de Discurso, a AD. Fundada por Michel Pêcheux no final da década de 1960 na França, em meio a um cenário em que o autor estava mergulhado numa crise teórica e política (desilusão com o Partido Comunista Francês), era denominada Análise do Discurso, justamente por se voltar exclusivamente aos discursos políticos, daí a análise do discurso político. Mas depois da influência dos teóricos da história nova, como De Certeau, Jacques Le Goff e Pierre Nora, a AD se interessa pela análise do cotidiano e de outras formas de linguagem. Com essa expansão, sua nomenclatura passou de “Análise *do* Discurso” para “Análise *de* Discurso”, tendo como objeto qualquer discurso.

É bom frisar o que a AD entende por discurso. Não é um produto, concluído; é, antes, um processo, que questiona suas condições de produção: condições restritas (contexto imediato ou circunstâncias da enunciação) e condições amplas (conjunto de fatores econômicos, sociais, culturais, etc.). Há uma diferença muito grande entre texto e discurso. Texto é uma sequência linguística, ou seja, apenas a estrutura da língua; discurso é um texto inserido num contexto, determinado pelo tecido sócio-histórico. A AD, uma disciplina que figura entre a Linguística e as Ciências Sociais, parte da língua (estrutura) para chegar ao contexto social e histórico do discurso (efeito de sentido da relação entre língua e mundo), analisando as condições de produção que se caracterizam pela situação e pela posição de quem pronuncia o discurso numa determinada estrutura social.

Quando falamos na relação da língua com a sua exterioridade, deve ser incluída a memória, entendida como interdiscurso (memória discursiva). Nosso dizer nasce da relação entre memória e atualidade, ou seja, entre o que se está dizendo com o que já foi dito. Mas

nem sempre a vinculação com outros discursos se dá de forma transparente. A afiliação a outros discursos muitas vezes é uma imposição de nossa ideologia e de nosso inconsciente, como vimos ao discorrer sobre as bases da Psicanálise. Não há discurso sem sujeito nem sujeito sem ideologia ou inconsciente, porque o sujeito sempre está atravessado por essas duas forças. A língua está inserida num discurso e este, por sua vez, na ideologia. Nesse ciclo, a ideologia se materializa no discurso e o discurso se materializa na língua.

A exterioridade que nos forma é: o “outro” como interlocutor (virtual ou efetivo) e o “Outro” como interdiscurso, enquanto memória discursiva. Uma ideia que perdurou muito tempo nessa linha teórica, mas que hoje começa a perder sua força, foi a noção de sujeito assujeitado. Não devemos chegar ao extremo de asseverar que somos sujeitos assujeitados, como defendia Althusser (1973). Para ele, o sujeito, ao produzir seu discurso, é determinado por duas pressões: real da língua (estrutura) e real da história (ideologia).

Quando digo que a AD restringe a ideia de autonomia do homem significa não esquecer de mensurar que nossa consciência é formada a partir da prática social. Mas cumpre relativizar essa sentença para que não caiamos no extremismo de asseverar que nós somos os outros. A tese preliminar de Humboldt, como vimos, para quem a língua funciona como órgão construtor do pensamento, corroborava a tese de que a língua moldava o pensamento. A língua tem sim uma função fascista, como diz Barthes, em virtude da arbitrariedade do signo. Mas nós podemos também quebrar a estereotipia, como sobremaneira tem feito a poesia, que sempre nos apresenta um modo distinto e inusitado de ver o mundo. Essa é a função poética da qual nos fala Jakobson (1973), ao enumerar as funções da linguagem.<sup>17</sup>

Por isso que na AD a afirmação incondicional do assujeitamento do sujeito é ultrapassada. Ainda que vivamos num mundo de convenções, temos nosso poder de criação, nosso imaginário. Defender o total assujeitamento seria o mesmo que defender seu outro extremo, ou seja, a ideia ingênua do efeito Münchhausen<sup>18</sup>, cuja essência diz que o homem faz sua própria história.

Impossível ser totalmente livre se o que pensamos é resultado da interação com o mundo. Quem goza de total liberdade é quem sofre da demência, da esquizofrenia, quem vive num mundo à parte. Apenas o louco seria livre. Nossa liberdade é antes uma pseudoliberalidade.

<sup>17</sup> A linguagem tem como finalidade básica a comunicação. Além dessa função primária, a linguagem possui funções secundárias, sistematizada e classificada por Roman Jakobson: referencial (ênfase no contexto); emotiva (ênfase no remetente); conativa ou apelativa (ênfase no destinatário); fática (ênfase no canal ou contato); metalingüística (ênfase no código); e poética (ênfase na mensagem).

<sup>18</sup> A expressão deriva de uma obra literária (*História e aventuras do barão de Münchhausen*, publicado em Bruxelas no século XIX). Na narrativa, o barão, ao atravessar um charco com seu cavalo, ficou preso. Para escapar, enlaçou o cavalo entre as pernas e, pela força do seu braço, foi se alçando pelo próprio cabelo, puxando-se até a margem.

Infelizmente vivemos ainda o pseudoptolemaiismo. O mais correto seria dizer que temos uma liberdade condicionada.

Condicionada, como vimos, por nosso inconsciente, por nossa ideologia, por nossos desejos mais escamoteados. E também porque a liberdade do blogueiro agora está condicionada a duas novas pressões: ideologia do laxismo e necessidade de atualização para se manter sempre visto.

### **Ideologia do laxismo**

A desconstrução, cujo maior expoente foi o filósofo francês Jacques Derrida, pode significar várias coisas para várias pessoas. O desconstrucionismo afirma não existir significado em lado nenhum. Como o sentido é uma entidade abstrata, ele não pode ser localizado, ou seja, estar em algum lugar, pois a categoria da localização pertence somente a coisas físicas. Uma outra conjectura diz que o significado não está em lado nenhum porque simplesmente não existe. É uma visão nitidamente céptica. Nessas considerações, a posição desconstrucionista nega a si própria, uma vez que, ao levantar suas teorias, sua tese tem um significado. E, se assim procede, logo sua proposta é mentirosa.

Da mesma forma, dizer que com o *blog* o diarista alcançou total liberdade igualmente constitui uma mentira. Sua liberdade parece ter sido conquistada, mas não foi. Em sua essência, o dizer do blogueiro é condicionado pelo que chamo de “ideologia do laxismo”. Ele se tornou um dissidente do rigorismo para ingressar no mundo do “faz de conta que sou livre”: sem dever nem rigor. É apostasia das normas e apoteose do que “dar na telha”.

Segundo Freud (1978), a ideologia é uma servidão voluntária que leva à infantilização do sujeito, pois o impede de pensar para seguir algo maior e supremo. Por isso, diz-se que as utopias são necessárias para suportar o mal-estar da civilização, o sentimento de culpa internalizado em virtude da forte pressão dos interditos que priva o homem de seus instintos, ocasionando-lhe a renúncia, a insatisfação.

A “ideologia do laxismo” é sua utopia para esconder sua servidão ao que Lipovetsky (1989) chama de “sociedade contemporânea pós-moralista”. Há um apagamento do dever e uma afirmação do princípio do prazer, quando os padrões rígidos (moral, religiosa, ético, etc.) são negados. Exalta-se o hedonismo<sup>19</sup>. O homem contemporâneo não vive mais

---

<sup>19</sup> É preciso distinguir *epicurismo* de *hedonismo*. Este proclama o prazer pelo prazer, com gozo e orgia. Aquele, ao contrário, apregoa o prazer com qualidade, assentado na prudência e no domínio sobre si mesmo. É quando a razão rege a emoção. O epicurismo foi inaugurado com o filósofo grego Epicuro de Santos (341-270 a.C.); Karl

sob a pressão do dever disciplinador. Agora, é proibido ser sério. Diante dessa nova exigência, a liberdade de que parece gozar é irreal.

Quando falamos da configuração modal do blogueiro (item 2.2.), vimos que seu estado relaxado-eufórico de conjunção sofre a ameaça da necessidade da atualização. Esta é outra pressão a que ele se submete. O *blog* que deixa de postar texto gera desinteresse em seus leitores. *Blog* desatualizado é *blog* abandonado. Quem quer manter seus leitores, ter expressivo número de acessos e poder segurar a “fama”, precisa religiosamente postar todos os dias na sua página. Para manter a visibilidade e, portanto, a funcionalidade enquanto sujeito satisfeito, o blogueiro necessita da atualização constante. Isso acaba virando um drama, porque nem sempre tenho algo a falar. Se o blogueiro é obrigado a expor algo, nem sempre esse algo terá relevância. Para ser atrativo para a audiência, o blogueiro se utiliza de assuntos variados, abordando de forma lúdica, irônica, leve. Busca sempre a descontração fazendo do *blog* uma espécie de espaço de lazer. Daí é que surge o estilo lúdico, assunto que discutiremos a seguir.

### 4.3. Ludicidade

*Á denúncia trocista correspondente a uma sociedade baseada em valores reconhecidos substitui-se um humor positivo e desenvolto, um cômico tean-ager à base de despropósito gratuito e sem pretensões.*

Gilles Lipovetsky

*De tanto triunfar as nulidades...*

Rui Barbosa

Em setembro de 2006, a modelo Daniella Cicarelli e o namorado Tato Malzoni incendiaram a internet com um vídeo anônimo divulgado no *YouTube*<sup>20</sup>. O casal foi flagrado dentro da água, numa praia da Espanha, praticando sexo em público. Foi uma febre; em poucas horas, o vídeo atingiu grande número de acessos e o caso se estendeu por todas as mídias, envolvendo grande polêmica.

O *reality show* Big Brother Brasil (BBB), maior audiência da televisão brasileira e principal fonte de faturamento da Rede Globo no verão, é um sucesso de público e uma miríade de banalidades. O programa, que acontece desde 2002, chegou a atingir 51 pontos de audiência, o que corresponde a 67% dos televisores sintonizados. Na estreia da oitava edição, o BBB8, a emissora registrou 37 pontos de audiência, cerca de 57% dos aparelhos ligados no momento da atração. O Ministério da Justiça determinou que o programa é inadequado para menores de 16 anos, em virtude das cenas de erotismo. Além do apelo sexual, o programa cuja proposta inicial era mostrar o show da realidade, exhibe um show de rivalidade, com direito a tudo: competição sem valores morais, ridicularização do homossexualismo, sexo e outras banalidades exibidas em rede nacional por pessoas enclausuradas numa casa. São anônimos que da noite para o dia se transformam em astros do horário nobre. São capa de jornais e revistas, viram a tônica das conversas das esquinas e se transformam até em exemplos. A atração principal do programa é quando envolve polêmica. A disputa é grande, afinal, o prêmio para o vencedor, escolhido pelos telespectadores, é de um milhão de reais.

Diante desses fatos, tudo indica que os conselhos contidos na *Teoria do medalhão*, conto de Machado de Assis, atravessaram o século para servir de fundamento ao que vemos nas mídias. No conto, o pai diz ao filho, postulante a medalhão:

---

<sup>20</sup> Baseado no sistema colaborativo, o *YouTube* é um site de vídeos alimentado pelos próprios internautas, contendo na maioria vídeos caseiros.

Os sucessos de certa ordem, embora de pouca monta, podem ser trazidos a lume, contanto que ponham em relevo a tua pessoa. Explico-me. Se caíres de um carro, sem outro dano, além do susto, é útil mandá-lo dizer aos quatro ventos, não pelo fato em si, que é insignificante, mas pelo efeito de recordar um nome caro às afeições gerais. Percebeste? (ASSIS, M., 1962, p. 292-3)

A passagem retrata muito mais que os conselhos de um pai para um filho; tece um diagnóstico, com um século de antecedência. Por que tanto interesse por algo que não muda nada em nossa vida? Se uma manchete do aumento da taxa SELIC, índice básico que regula a economia interna do país, fosse estampada na primeira página do jornal, quase ninguém se importaria. Mas ignoram um fato que mudaria nosso cotidiano: teríamos alta nos produtos que compramos no supermercado, sufocar-nos-íamos com os exorbitantes juros cobrados pelos bancos e pelos crediários, etc. Da mesma forma seria um descaso se outra manchete alarmante fosse publicada: “80% dos alunos de SP não sabem matemática”. Esta foi a manchete principal de uma edição do jornal *Folha de S. Paulo*<sup>21</sup>. O fracasso no ensino é um fato preocupante que deveria ser alvo de debate público. No entanto, ninguém sequer presta atenção.

E os blogueiros sabem muito bem desse quadro. Apesar do clichê, podemos falar em inversão de valores. O descaso para assuntos mais sisudos e o interesse pelo trivial têm sido a pedra de toque dos *posts*. O editor do *blog Cocadaboa*, em entrevista (ASSIS, D., 2006, p. L3), confessou o que norteia sua página. “O site só foi para frente por ser de humor. Se a gente fizesse um site de protesto dizendo que a mídia não presta, que o sistema é falho e que as celebridades não merecem a sua atenção, ninguém ia dar bola.” E ironiza: “Quem sabe vou vender palestras por R\$ 5 mil para otários que queiram”.

Baudrillard (1994, p. 15) ridicularizava a massa quando dizia que ela prefere trocar uma manifestação política importante por um jogo de futebol na televisão. Nessa conjuntura, o filósofo predisse o fim do social, com falência de todos os poderes e saberes que pretendessem absorver as massas. Elas não querem saber da seriedade da comunicação racional das mídias. Elas querem espetáculo:

Nenhuma força pôde convertê-la à seriedade dos conteúdos, nem mesmo à seriedade do código. O que se lhes dá são mensagens, elas querem apenas signos, elas idolatram o jogo de signos e de estereótipos, idolatram todos os conteúdos desde que eles se transformem numa seqüência espetacular.

---

<sup>21</sup> *Folha de S. Paulo*, 14 mar 2008, ano 88, n. 28.835

É o espetáculo que comanda as ações da mídia: “o espetáculo é a ideologia por excelência, porque expõe e manifesta em sua plenitude a essência de todo sistema ideológico: o empobrecimento, a sujeição e a negação da vida real.” (DEBORD, 1997, p. 138).

Por que um total descaso para assuntos e fatos de suma importância e um frenesi por conteúdos irrelevantes para nossas vidas, que em nada acrescentará para nosso desenvolvimento? Por que chegamos a uma “sociedade da banalidade”?

### **Pós-modernismo**

As mudanças pelas quais passamos são consequências daquilo que se convencionou chamar de pós-modernismo. Há dificuldade em compreender o significado do termo, por ser adotado nas mais diversas áreas, de comportamentos e alimentação até os complexos problemas de ordem epistemológica.

Para Giddens (1991), há uma distinção entre pós-modernidade e pós-modernismo. Este se refere a estilos ou movimentos dentro da literatura, artes plásticas e arquitetura, sendo uma reflexão estética. Aquele é a fase para a qual estamos caminhando, baseada numa nova e diferente ordem social. Segundo Giddens (1991), não vivemos ainda num universo pós-moderno porque não saímos da modernidade. Vivemos, na verdade, a fase de radicalização do período moderno, fase esta que Giddens chama de “alta modernidade”. De acordo com Guelfi (1994), pós-modernismo não é um período ou um estilo, mas um amplo movimento intelectual de questionamento da modernidade.

Embora o termo tenha sido difundido por Jean-François Lyotard, foi o historiador inglês Arnold Toynbee quem o criou no início dos anos 50 para denominar a imprecisão por que passava o mundo: o colapso da visão racionalista herdada dos filósofos gregos para a chegada da sociedade de massa.

O modernismo privilegia o universal e a racionalidade, acreditando no progresso linear da civilização, no engajamento de valores, na continuidade temporal da história, no planejamento racional e duradouro da ordem social, política e cultural. O pós-modernismo, ao contrário, adota uma postura inversa: privilegia a heterogeneidade e a diferença; contra a tendência da totalidade, enfatiza o pluralismo, a fragmentação, a indeterminação e a descontinuidade do tempo. Com a destemporalização, vive-se um eterno presente e a perda do sentido histórico, coabitando tempos heterogêneos e pluralidade de estilos.

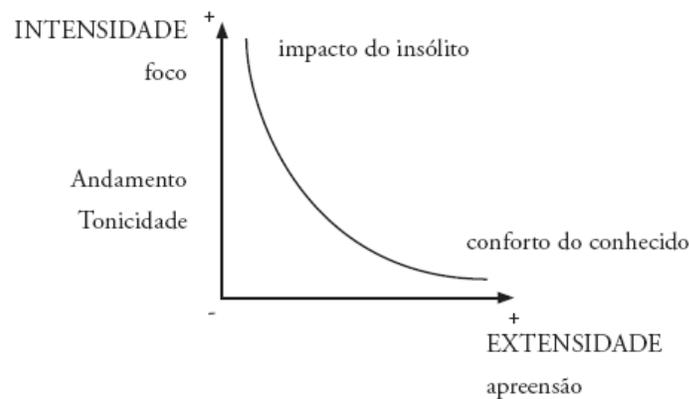
O pós-modernismo, pois, cultiva o descompromisso com projetos estéticos e ideológicos, a pluralidade e os novos usos da linguagem. “A quebra dos limites abriu para o

homem pós-moderno a consciência das dimensões infinitas anteriormente desconhecidas, e o deslumbramento pelo ilimitado deu origem a uma crise de valores que se instalou na sociedade e custa a ser combatida”. (BITTAR, 2002, p. 54-5)

Lipovetsky (1989) diz que na sociedade pós-moderna há um novo modo de se organizar e se orientar. Em primeiro lugar, não há mais uma ideologia como rumo. É o vazio quem nos governa. Ninguém espera o futuro; querem viver o já, mergulhado no *Carpe Diem*<sup>22</sup>.

Embora predomine no *blog*, conforme vimos, a efemeridade — atualização constante das páginas, atrelada a notícias em voga —, resultado de um processo no qual está inserida a internet — o pós-modernismo — é uma ilusão pensar que ela se sustenta sem um vínculo, um resgate da memória. Toda produção de linguagem é construída com base na história.

Fazendo uso da gramática tensiva de Zilberberg (2006), o SeDi (Grupo de pesquisa em semiótica e discurso), do departamento de ciências da linguagem da Universidade Federal Fluminense, por meio da Profa. Dra. Renata Mancini, tem analisado a produção discursiva com base na relação entre o impacto da novidade e o conforto do conhecido.



Pelo eixo da intensidade (estados de alma) está o novo (andamento e tonicidade). Pelo da extensividade (estados de coisa), o conhecido (temporal e espacial). Toda mensagem se constrói no conforto do conhecido e no impacto da novidade. Sem o conhecido, não há

<sup>22</sup> “Carpe Diem” é uma frase em latim do poema de Horácio. Quer dizer “colha o dia”, isto é, aproveite a vida e não fique apenas pensando no futuro.

sentido, não há decodificação, não havendo, portanto, sentido. Sem o novo, a mesmice predominaria, porque pouco atrai a ideia de assistir a um filme dez vezes, a não ser casos raros de obra clássica. Quer-se o novo, sobretudo o insólito quando se fala de blogosfera. A produção discursiva, dessa forma, é um equilíbrio entre a intensidade do novo e a extensidade do conhecido.

### **Quixotismo às avessas**

O que diria nosso honrado fidalgo Quixana, ou simplesmente Dom Quixote, uma figura ilustre da ficção espanhola, imortalizado pela literatura universal, que inspirou muitos personagens, desde sua criação, em 1604. Para Quixote, dignas de divulgação seriam as ações heroicas. Do contrário, atos degradantes deveriam ser rechaçados:

Uma das coisas que devem dar maior satisfação a um homem honrado e eminente — emitiu Dom Quixote — é ver-se em vida celebrado em letra redonda e andar, com boa fama, na boca de tanta gente e falando tão desvairados idiomas. Disse boa fama, porque sendo o contrário, não há morte que lhe iguale. (CERVANTES, 1963, p. 26)

As atitudes de Cicarelli, as vulgaridades da mídia e muitos dos *blogs* que analisamos figuram, de acordo com os ensinamentos de nosso fidalgo, como aquilo que defino como *Quixotismo às avessas*.

Quixotismo recebeu uma conotação pejorativa, que nos remete ao idealismo ou à ingenuidade. Mas permite também que usemos a conotação positivamente, como sinônimo de ações de prestígio. É com essa conotação que construo minha expressão. Sigo o raciocínio de que o enunciador de *blog* desenvolve uma enunciação não muito preocupada com o prestígio e com a beleza. Daí tais *blogs* seguirem um princípio contrário ao de Dom Quixote. Podemos dizer que o blogueiro é o oposto do que anunciava o cavaleiro da triste figura: “é o meu ofício e exercício andar pelo mundo endireitando tortos, e desfazendo agravos”. (CERVANTES, 1981, p. 105).

Quixote alimentava o desejo de sua figura ser vista e lembrada por atos positivos e dignos de honra: “Ditosa idade e século ditoso, aquele em que hão de sair à luz as minhas famigeradas façanhas dignas de gravar-se em bronze, esculpir-se em mármore, e pintar-se em painéis para lembrança de todas as idades” (CERVANTES, 1963, p. 33). É exatamente o contrário do que impulsiona a prática dos blogueiros: falem bem ou mal, o que importa é que falem de mim!

O fenômeno do “Quixotismo às avessas” é uma forma de figurativizar aquilo que julgo ser o termo sintetizador de um das características do blogueiro: ludicidade. Ao lado de narcisismo e liberdade, coloco “ludicidade” como o terceiro pilar sobre os quais se assenta o perfil do blogueiro.

Ludicidade proporciona ao *blog* leveza. Página atrativa e com audiência é aquela que consegue imprimir ao *post* um tom leve e ao mesmo tempo divertido. A discussão árida (problemas sociais ou ambientais como, por exemplo, as soluções para o fim do tráfico de animais silvestres) é substituída por fatos corriqueiros ou curiosos (como foi a visita do presidente a uma festa?), envolvidos na sátira e na ironia. O leitor de *blog* busca entretenimento na abordagem de um fato. Ele quer a informação sempre de um ponto de vista cômico. Ainda que um *blog* forneça dados importantes, a discussão deve ser feita de forma descolada. Na imprensa tradicional, a prioridade é a busca por um saber. No *blog*, o leitor tem uma postura diferente. A busca por um saber é secundária. A ordem dá lugar ao caos. E a dominante passa a ser o despropósito e o tom lúdico.

Wagner Martins, editor do site *Cocadaboa*, elenca três receitas para o sucesso de um *blog*: atualidade, paixão e humor (FREITAS, 2006). O efeito de sentido do riso é uma constante. Às vezes, esse riso é colocado de forma inteligente, como no caso de Noblat. Nele a ludicidade se faz por meio da ironia. Por isso, prefiro dizer que o riso é sinônimo de leveza, enquadrando-o nas características do lúdico. O *blog* “Paz, amor e magia”, ainda que apresente poesias e pensamentos em versos, o que poderia supor circunspeção, sempre se vale de textos curtos, acompanhados de desejos ou figuras agradáveis para atrair maior a atenção e descontrair a leitura.

Três (*Kibe Loco*, *Cocadaboa* e *EspalhaMerda*) dos seis *blogs* em estudo se utilizam de vulgaridades, como mulheres nuas, escatologias, baixo calão e todo tipo de besteiro. Em que pese ao predomínio, a vulgaridade não é uma regra. O *blog* de Noblat, por exemplo, traz poesia, músicas da MPB e informações importantes para o mundo da política. Para o público específico ao qual o *blog* se dirige (pessoas que gravitam em torno dos assuntos debatidos no Congresso Nacional), o enunciador apresenta, sim, fatos e notas interessantes que antecipam muitos dos jornais. São os furos de reportagem, como são chamados em jornalismo as notícias exclusivas. Mas sempre o faz numa abordagem irônica. Por esta razão, não poderia tachá-lo de vulgar.

Para contornar essa heterogeneidade de conteúdos, ora vulgares, ora descontraídos, preferi usar a expressão “ludicidade”. Com tal uso escapo ao equívoco, inclusive respeitante ao Noblat. Para seu público-alvo, os textos são de interesse, não

fundamentais mas acessórios. Seu enunciatário é muito bem definido como um leitor que busca na política e na economia uma base. Não é um leitor comum dos textos de passatempo, cuja leitura é uma distração. O enunciatário, além disso, se caracteriza como um leitor culto e crítico das boas obras, pois o *blog* apresenta arte literária de alto nível. Mas o *blog* consiste também na introdução de curiosidades: fofocas a respeito dum político, elucubrações sobre debates infrutíferos de parlamentares ou ironias envolvendo personagens públicas. Por isso, julgo não ser um contrassenso apontar o *blog* de Noblat como edificado no tom lúdico.

Nos outros *blogs* analisados, entretanto, a única “ação heroica” tem sido manter as visitas e a visibilidade da página. Fora isso, são colocações que deixariam Santo Agostinho boquiaberto. O clérigo, em sua *Confissões*, relata sua vida para confessar sua própria miséria e a grandeza da misericórdia divina. “Seria ocioso e desinteressante prender-se às peripécias de uma vida enquanto descrição de acontecimentos interessantes ou mais ou menos inusitados” (AGOSTINHO, 1998, p. 249).

Tive a oportunidade de me deparar com um *blog* que exibia a foto de seu autor completamente nu correndo sobre um *skate*. Abaixo da imagem, um comentário. Fora colocada aquela imagem apenas para não deixar de inserir um *post* naquele dia. Por falta de algo mais interessante, ele resolveu surpreender para não “esfriar” sua página. Seria um fato digno de ser chamado, talvez, de “agostinhismo às avessas”; porém, para não confundir ou criar um excesso de expressões, mantenhamos “Quixotismo às avessas”. Nosso Dom Quixote jamais preencheria sua página com alguma vulgaridade, tão-somente com a desculpa de se manter atualizada: “Caminhou quase todo o dia sem lhe acontecer coisa merecedora de ser contada; com o que ele se amofinava, pois era todo o seu empenho topar logo logo onde provar o valor do seu forte braço” (CERVANTES, 1963, p. 33)

O *blog EspalhaMerda*, quando mudou de endereço, colocou uma mensagem para seus leitores: “O *blog* continuará seguindo a mesma trajetória definida na sua origem. Humor, política, informação e imagens. Em outras palavras, continuará a mesma tranqueira de sempre. Conto com a presença de vocês.” O mesmo fez o *Cocadaboa*, num *post*: “Ser medíocre, esta é a frase que ilustra bem a filosofia ‘orgulho de ser polêmico’. Adrenalina é bom e o *Cocadaboa* gosta.”

Como aponta Lemos (2002, p. 12), neste novo meio “a máxima é: ‘*Minha vida é como a sua, logo tranquilize-se, estamos todos na banalidade do cotidiano*’”. Disso, parafraseando Descartes, entendemos que a lógica que impulsiona o *blog* é: “sou visto, logo existo”.

## Considerações finais

*Seria imprudente negar, ou mesmo subestimar, a profunda mudança que o advento da 'modernidade fluida' produziu na condição humana.*

Zygmunt Bauman

Como podemos entender nosso presente? Para começar, não existe presente. Para facilitar didaticamente a compreensão do tempo, convencionamos enumerar a tríade “passado, presente e futuro”. Mas, na real, só existem passado e futuro, porquanto o tempo não para; tudo que é proferido agora já nasce pertencendo ao passado. Portanto, o presente é uma demarcação impossível. “Quando se conhece uma situação ou se percebe uma conjuntura, elas não são mais. Já passaram. Todo real é uma realização incessante que não se repete mais. Trata-se de uma palavra, que, uma vez pronunciada, já não se pode dizer outra vez”. (KOSOVSKI, 1995, p. 21). O melhor seria dizer, mais acertadamente, como podemos entender o período em que vivemos?

Para buscar uma expressão que abarcasse toda nossa conjuntura volátil, escorregadia, várias foram as denominações: pós-modernismo, supermodernidade, modernidade tardia, alta modernidade, segunda modernidade. Bauman (2001) passa ao largo da preocupação de discutir a expressão mais coerente. Simplesmente usou como alegoria a fluidez a fim de retratar o período em que vivemos como “líquido”, que se substitui à “solidez” da fase anterior, com visão racionalista, universal e totalizante, engajada em valores e enraizada em perspectivas históricas e vindouras. Ao contrário, a era contemporânea “efetivamente envolve a institucionalização da dúvida”. (GIDDENS, 1991, p. 175).

Os sólidos têm forma fixa, enquanto os fluidos podem tomar qualquer forma, adaptam-se conforme os contornos para onde vai ou mudam dependendo da pressão à qual são submetidos. Assim, o líquido não se apega a um corpo estável; está sempre pronto para mudar.

Ilustrando com a fluidez a conjuntura na qual vivemos, Bauman (2001) utiliza a expressão “modernidade líquida”. A força desse fenômeno produziu mudanças profundas no ser humano, já que seu comportamento é fruto das circunstâncias que a vida social lhe possibilitou. A nossa interioridade é efeito de tudo aquilo que nos toca.

Assim, a internet foi uma circunstância criada pelo desenvolvimento tecnológico que, por sua própria condição, a navegação pelo mundo todo a partir de um terminal de computador, introduziu uma nova forma de conhecer esse mundo. O desprendimento que o mundo virtual proporcionou, um “não-lugar” — se comparássemos com o conceito de Auge (1994), que fala da passagem dos lugares que produziam memórias extensivas para os não-lugares das intensidades breves —, refletiu no blogueiro como “efeito colateral” a transitoriedade, a possibilidade de mudança.

Uma das características da era contemporânea é o extremo dinamismo, intimamente associado à ideia de leveza<sup>23</sup>. O leve se desloca com facilidade. *Blogs* são leves, deslocam-se. Hoje crio uma página. Amanhã a abandono. Os *blogs* que aqui analisamos podem amanhã estar fora de funcionamento, sem atualização. Outros *blogs* podem conquistar a atenção dos leitores. Não se espera mais a duração eterna. “As comunidades em questão tendem a ser voláteis, transitórias e voltadas ao ‘aspecto único’ ou ‘propósito único’. Sua duração é curta, embora cheia de som e fúria”. (BAUMAN, 2001, p. 228). Como conceber as ideias de “curto prazo” ou “longo prazo” quando não se pensa no amanhã, tampouco no ontem. “A modernidade ‘fluida’ é a época do desengajamento, da fuga fácil e da perseguição inútil. Na modernidade ‘líquida’ mandam os mais escapadiços, os que são livres para se mover de modo imperceptível”. (p. 140).

O que atrai os leitores também é efêmero. Não tem forma fixa. Pode tomar qualquer forma (gosto), porque é fluido. Em 2006, conforme analisamos, os mais lidos foram:

Interney (<http://www.interney.net>);  
 Blog do Noblat (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>);  
 Kibe Loco (<http://www.kibeloco.com.br>);  
 Cocadaboa (<http://www.cocadaboa.com>);  
 Espalhamerda (<http://espalhamerda.zip.net>);  
 Paz, amor e magia (<http://paz.amore.magia.zip.net>).

Em 2007, o site *IDG Now!* (FELITTI, 2007) repetiu a pesquisa divulgando os *blogs* mais acessados do ano, segundo o número de acessos:

---

<sup>23</sup> Ítalo Calvino apontou seis conceitos-chave na obra “Seis propostas para o próximo milênio”: leveza, rapidez, exatidão, visibilidade, multiplicidade e consistência.

- 1 - Interney (<http://www.interney.net/>)
- 2 - MeioBit (<http://www.meiobit.com/>)
- 3 - Br-Linux (<http://br-linux.org/>)
- 4 - 1001 Gatos de Schrödinger (<http://1001gatos.org/>)
- 5 - BlueBus (<http://www.bluebus.com.br/>)
- 6 - Contraditorium (<http://www.contraditorium.com/>)
- 7 - BrPoint (<http://www.brpoint.net/>)
- 8 - Novo Mundo (<http://novo-mundo.org/log/>)
- 9 - Digital Drops (<http://digitaldrops.com.br/drops/>)
- 10 - Brainstorm#9 (<http://www.brainstorm9.com.br/>)

Por fim, o mesmo portal divulgou o *ranking* dos *blogs* mais visitados em 2008 (FELITTI, 2008):

- 1 – Interney (<http://www.interney.net/>)
- 2 - Sedentário & Hiperativo (<http://www.sedentario.org/>)
- 3 – UsuárioCompulsivo (<http://usuariocompulsivo.blogspot.com>)
- 4 – Bobagento (<http://www.bobagento.com/>)
- 5 - Dicas Blogger (<http://dicasblogger.blogspot.com/>)
- 6 – Treta (<http://www.treta.com.br>)
- 7 - Ah! Tri Né! (<http://www.ahtrine.com.br>)
- 8 - Gritos Verticais (<http://poemasdeandreluis.blogspot.com/>)
- 9 - Corto Cabelo e Pinto (<http://www-cortocabeloepinto-com>)
- 10 - Marketing de Busca (<http://www-marketingdebusca-com-br>)

Como podemos ver, com exceção de *Interney*, os endereços não se repetem. Novas formas (*blogs*) se criam a cada ano. Talvez a permanência de *Interney* entre os blogs mais acessados se justifique por seu papel de democratizador da blogosfera e do mundo da informática entre os internautas. Fora estabelecido como critério debruçar-se sobre o *corpus* referente ao ano de 2006, mas o percurso dessa mudança perceptível ano a ano pode servir, quem sabe, a uma empreitada futura.

Mas, voltando ao nosso *corpus* originalmente proposto, como poderia o leitor de *blog* sair ileso de um contexto no qual ele estava até o pescoço envolvido: a fluidez da contemporaneidade. “Cada um de nós não passa da consequência das interações que nos

‘situar’ em determinado lugar, num grupo específico, e que nos tornam tributários de um clima ideológico do qual não podemos escapar” (MAFFESOLI, 2007, p. 75). O sólido não sobrevive na modernidade líquida. Agora, contra o fetichismo da homogeneidade privilegiam-se a diferença, o pluralismo, a fragmentação, a descontinuidade. “Os tempos são de ‘deixar-ser’, dando ênfase à labilidade das coisas, à vacuidade das instituições aparentemente sólidas”. (p. 107).

A imagem do leitor se revela tão complexa quanto a própria rede. Uma página na internet não é apenas uma página estanque. Em cada nova página que se abre, grande variedade de leitura há. Pelos *hiperlinks* ela se divide, se multiplica em inúmeras opções, possibilita tomar vários caminhos, forma várias concepções. O *hiperlink* é condição para o espaço virtual e perfeita metáfora para entender o próprio leitor de *blog*, fragmentado e múltiplo por conta das comunidades com os quais se linka. O conjunto significante do nosso *corpus* traduz um leitor-*link* e, a partir dele, uma complexidade se cria.

Os seis *blogs* analisados, portanto, revelam um leitor-enunciário heterogêneo, com várias formas de vida. É jovem e feminino quando se interessa pela amizade, pelo amor, pela natureza. É machista quando usa a mulher como objeto sexual e se diz assumidamente canalha. É crítico e ao mesmo tempo irreverente quando não perdoa nada do que se diz ou do que se mostra. É baixo e mentiroso quando não se preocupa em inventar brincadeiras. É maduro e culto quando se interessa pela política, mas aceita ironias bem formuladas. É moderno e antenado quando busca o engajamento no mundo digital. Ora busca o riso fácil, com comicidade, grotesco, paródia e sátira, nos termos de Pirandello (1996); ora, busca o riso mais fino, com ironia e humor.

Mas nesse mosaico de figuras predomina invariavelmente três características: o desejo de buscar uma identificação com o que lê (narcisismo); a sensação de caminhos sem barreiras (pseudoliberalidade); e uma leitura descontraída (lúdico).

Quanto à autoafirmação do indivíduo, os interesses particulares encobrem os interesses coletivos. “O ‘público’ é colonizado pelo ‘privado’; o ‘interesse público’ é reduzido à curiosidade sobre as vidas privadas de figuras públicas e a arte da vida pública é reduzida à exposição pública das questões privadas e a confissões de sentimentos privados (quanto mais íntimos, melhor)”. (BAUMAN, 2001, p. 46). Predomina o discurso que diz aos indivíduos conservarem suas diferenças e escolherem seus próprios modelos. Reflexo disso tem sido a propagação intensiva da autoajuda. Essa “privatização” culmina com uma espécie de “egosurfing”, quando a navegação pelos *blogs* se transforma numa busca do seu próprio “eu”. Lendo o diário com o qual tem identidade, o leitor se valida pelo dizer do outro.

A heterogeneidade do leitor de *blog* corresponde ao seu desejo (querer-ser) de emancipação (poder-fazer) e de desprendimento (querer-não-ser). Para o escritor francês Gilles Lapouge<sup>24</sup>, os atos de viajar e escrever são fundamentais para livrar o homem da terrível condição de viver o dia a dia consigo mesmo, do nascimento à morte. A liberdade é encarada como um extravio. “Viajar e criar um mundo ficcional seriam experiências de descentramento. O romancista é alguém que não suporta ser apenas ele mesmo”. (ORICCHIO, 2006, p. d6). No heterodoxo caráter do leitor de *blog*, os diários virtuais são igualmente um “extravio”. Transformam-se num caminho paralelo, um metrô que circula à sombra das avenidas a céu aberto, uma segunda vida, a carnavalesca.

A respeito da ludicidade, o leitor quer o discurso que lhe proporcione uma leitura agradável, ora entretenimento, ora abordagem irônica. A busca da informação (saber) para sair do seu estado de ocultação (não-saber) é um epifenômeno, algo secundário. O sujeito-leitor tem como objeto-valor a descontração. O que importa é a forma como a informação é dada, seu efeito de sentido do riso. Por isso, a construção discursiva está assentada no espírito lúdico.

No filme “O Nome da Rosa” (O NOME, 1986), produção inspirada no romance de Umberto Eco — a narrativa tem como pano de fundo a suposta existência do segundo livro da “Poética” de Aristóteles, que se dedica à comédia —, o bibliotecário cego e cheio de segredos, Jorge de Burgos, terminantemente diz: “Um monge não deve rir. Só os tolos levantam a voz para rir! Esta abadia está à sombra do pesar. A providência não deseja que futilidades sejam glorificadas”. O *blog* são os fundos do monastério, onde o riso “rola solto”. Seu leitor passa longe do celibato da seriedade.

Ele quer outras tribos. Quer frequentar a tribo a que se refere Rheingold (1996), a da subcultura. McLuhan (1989) é responsável pela expressão “aldeia global”, ao dizer que o mundo se transformou numa única comunidade em que não há barreiras ou fronteiras. Para chegar a esse panorama, segundo ele, houve três fases.

“Tribalização” ocorre quando o homem adquire a linguagem. Vive em grupo porque o conhecimento é transmitido pelos mais velhos. A “Destribalização” tem origem com a invenção da escrita. O homem não precisava mais da vida tribal, não dependia mais dos mais velhos (tradição oral) para conhecer o mundo, pois o saber passa a ser registrado com a escrita. Criam-se oportunidades para o individualismo. Na terceira fase, “Retribalização”, no século XX, quando a imprensa perde sua hegemonia para outras mídias, como rádio e TV,

---

<sup>24</sup> Em entrevista concedida quando do lançamento do romance *Le bois des amoureux*.

que eliminam barreiras geográficas para formar uma aldeia global. A imagem instaura a linguagem universal.

Para concluir, podemos dizer, com base na heterogeneidade que caracteriza o leitor-enunciário de *blog*, que vivemos o processo de sub-retribalização virtual: numa tribo única, a blogosfera, convivem tribos diversas e antagônicas.

## Referências bibliográficas

ABREU, Antônio Suarez. *A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção*. Cotia: Ateliê Editorial, 2001.

AGOSTINHO, Santo. *Confissões*. Trad. J. Oliveira Santos e A. Ambrósio de Pina. 13 ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

ALBERTI, Verena. *O riso e o risível na história do pensamento*. Rio de Janeiro: Zahar, FGV, 1999.

ALIGHIERI, Dante. *Divina comédia*. Trad. J. P. Xavier Pinheiro. 1º volume. São Paulo: W. M. Jackson Inc. Editores. (Clássicos Jackson)

ALTHUSSER, L. *Resposta a John Lewis*. Lisboa: Estampa, 1973.

AMARAL, Nair Ferreira Gurgel do. *Rumores do humor: a subjetividade discursiva na produção e na leitura de textos humorísticos*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Araraquara, 2002.

AMORIM, Ricardo; VIEIRA, Eduardo. Blogs: os novos campeões de audiência. *Época*: revista semanal de informação. Rio de Janeiro, n. 428, p. 97-105, 31 jul. 2006.

ARENDT, H. *A Condição Humana*. 10 ed. São Paulo: Editora Forense Universitária, 2001.

ARISTÓTELES, *Arte retórica e arte poética*. Trad. Antônio Pinto de Carvalho. São Paulo: Difusora europeia do livro, 1964.

ASSIS, Diego. 'Só pode ser coisa do Cocadaboa'. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, Caderno Link, 6 fev 2006.

ASSIS, Machado de. *Obra completa*. Vol. II (conto e teatro). 2. ed. Organizada por Afrânio Coutinho. Rio de Janeiro: Editora José Aguilar Ltda, 1962.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 6023: informação e documentação: referências: elaboração*. Rio de Janeiro, 2002.

\_\_\_\_\_. *NBR 14724: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação*. 2. ed. Rio de Janeiro, 2005.

AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Trad. Maria Lúcia Pereira. Campinas: Papirus, 1994. (Coleção Travessia do século)

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 6. ed. Trad. Michel Lahud e Yara Fratesch Vieira. São Paulo: Hucitec, 1992.

\_\_\_\_. *Estética da criação verbal*. Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

\_\_\_\_. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. Trad. Yara Frateschi Vieira. 4. ed. São Paulo: Hucitec; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1999.

BARGER, Jorn. *Weblog Resources FAQ*. Disponível em: <<http://www.robotwisdom.com/weblogs/index.html>>. Acesso em: 12.dez.2001

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria semiótica do texto*. 3. ed. São Paulo: Ática, 1997.

\_\_\_\_. *Teoria do discurso: Fundamentos semióticos*. 2. ed. São Paulo: Humanitas FFLCH/USP, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. *À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas*. Trad. Suely Bastos. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

\_\_\_\_. *Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Trad. Juremir Machado Silva. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO, Theodor W. et al. *Teoria da cultura de massa*. Introdução, comentários e seleção de Luiz Costa Lima. 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 205-240.

BENVENISTE, Émile. *Problemas de lingüística geral I*. 4. ed. Campinas: Pontes, 1995

BERGAMASCO, Daniel. A Internet vai ficar mais pessoal. *Folha de S. Paulo*. São Paulo, ano 88, nº 28.826, Caderno Informática, p. F3, 5 mar 2008.

BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre a significação do cômico*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

BERRENDONNER, Alain. *De L'ironie: éléments de pragmatique linguistique*. Paris, Minuit, 1982.

BERTRAND, Denis. *Caminhos da semiótica literária*. Bauru: EDUSC, 2003.

BITTAR, Eduardo C. B. *Curso de ética jurídica: ética geral e profissional*. São Paulo: Saraiva, 2002.

*BLOGS* vivem fase de calma, revela pesquisa. *IDG Now!*, 26 nov. 2003. Disponível em: <http://www.perseus.com/blogsurvey>. Acesso em: 13 set. 2005.

BONCINELLI, Edoardo. Necessidade e contingência da natureza humana. *INTERthesis: Revista internacional interdisciplinar*. Florianópolis, v. 4, p. 1-24, jan/jun, 2007.

BORNHEIM, Gerd. O sujeito e a norma. In.: NOVAIS, Adauto (org.). *Ética*. São Paulo: Companhia das Letras; Secretaria Municipal de Cultura, 1992, p. 247-260.

BRANDÃO, Junito de Souza. *Mitologia grega*. Revisada e ampliada. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

CALLIGARIS, Contardo. Pequenos furtos, manchas e alívio. *Folha de S. Paulo*. Ano 87, Caderno Ilustrada, p. E10, 5 abr 2007.

CANDIDO, Antonio. A vida ao rés-do-chão. In.: ANDRADE, Carlos Drummond de *et al.* *Para gostar de ler: crônicas*. São Paulo: Ática, 1979.

CERVANTES DE SAAVEDRA, Miguel de. *O engenhoso fidalgo Dom Quixote de la Mancha*. Trad. Aquilino Ribeiro. 2º volume. São Paulo: Difusão Europeias do livro, 1963.

\_\_\_\_\_. *Dom Quixote de la Mancha*. Trad. dos Viscondes de Castilho e Azevedo. São Paulo: Abril Cultural, 1981.

CESAROTTO, Oscar Angel. O discurso lacaniano. *Viver, mente & cérebro*. São Paulo. Edição especial (Memória da Psicanálise n. 4 – Lacan)

CHA, Ariana Eunjung. China declara guerra a ‘vício na web’. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, 21 maio 2007. Link, L6.

CHARTIER, Roger. *Práticas de leitura*. Trad. Cristiane Nascimento. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

\_\_\_\_\_. *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Tradução de Mary Del Priore. Brasília: Editora UNB, 1998.

\_\_\_\_\_. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. Trad. Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora UNESP/Imprensa Oficial do Estado, 1999.

\_\_\_\_\_. *Cultura escrita, literatura e história: conversas de Roger Chartier com Carlos Aguirre Anaya, Jesús Anaya Rosique, Daniel Goldin e Antonio Saborit*. Trad. Ernani Rosa. Porto Alegre: ARTMED, 2001.

\_\_\_\_\_. *Os desafios da escrita*. Tradução de Fúlvia M. L. Moretto. São Paulo: EDUNESP, 2002.

CHAUÍ, Marilena. Público, privado, despotismo. In.: NOVAES, Adauto (org.). *Ética*. São Paulo: Cia das Letras; Secretaria Municipal de Cultura, 1992.

CORTINA, Arnaldo. *Leitura como processo de compreensão e de interpretação: ‘O príncipe’ e seus leitores*. Tese de Doutorado defendida na Faculdade de filosofia, letras e ciências humanas da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 1994.

\_\_\_\_\_. *A paixão do ciúme: análise semiótica do discurso*. Alfa, São Paulo, n. 48 (2), p. 79-94, 2004.

\_\_\_\_. *Leitor contemporâneo: os livros mais vendidos no Brasil de 1966 a 2004*. Tese de livre-docência defendida no Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Araraquara, 2006.

CORTINA, Arnaldo; MARCHEZAN, Renata Coelho. Teoria semiótica: a questão do sentido. In: MUSSALIN, Fernanda; BENTES, Anna Christina (org.). *Introdução à lingüística: fundamentos epistemológicos*, v. 3. São Paulo: Cortez, 2004. p. 393-438.

CORTINA, Arnaldo; MARCHEZAN, Renata Coelho. (orgs). *Razões e sensibilidades: a semiótica em foco*. Araraquara: Laboratório Editorial/FCL/UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2004.

COSTA, Rogério da. *A cultura digital*. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003. (Folha explica).

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, G. *Pós-Scriptum sobre as sociedades de controle*. Em: *Conversões*. Editora 34. Rio de Janeiro, 1990.

DISCINI, Norma. *O estilo nos textos: história em quadrinhos, mídia, literatura*. São Paulo: Contexto, 2003.

D'ONOFRIO, Salvatore. *Literatura ocidental: autores e obras fundamentais*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997.

DOSTOIEVSKI, Fiodor. *Crime e Castigo*. Trad. Luiz Cláudio de Castro. Rio de Janeiro: Ediouro, 1973.

ECO, Umberto. O cômico e a regra. In: *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FANTINI, Flaminio. *Blog do Noblat lidera ranking de política em 2006*. Disponível em: [http://www.cibertecnologia.com.br/ranking\\_technorati.htm](http://www.cibertecnologia.com.br/ranking_technorati.htm). Acesso em: 15 fev 2007.

FELITTI, Guilherme. Os 10 blogs mais populares da internet brasileira. *IDG Now!* São Paulo, 20 dez. 2006. Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/internet/2006/12/20/idgnoticia.2006-12-19.8171917263/IDGNoticia\\_view?pageNumber=1](http://idgnow.uol.com.br/internet/2006/12/20/idgnoticia.2006-12-19.8171917263/IDGNoticia_view?pageNumber=1)>. Acesso em: 3 jan. 2007.

\_\_\_\_. Os 10 blogs mais populares da internet brasileira em 2007. *IDG Now!* São Paulo, 21 dez 2007. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/12/21/idgnoticia.2007-12-21.8509435884/>>. Acesso em: 13 jan. 2008.

\_\_\_\_. Os 10 blogs mais populares da internet brasileira em 2008. *IDG Now!* São Paulo, 17 dez 2008. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2008/12/16/blogs-os-10-mais-populares-na-blogsfera-brasileira-em-2008/>>. Acesso em: 7 jan. 2009.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. Tese de livre-docência defendida na Faculdade de filosofia, letras e ciências humanas da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 1994.

\_\_\_\_. *Elementos de análise do discurso*. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2000.

\_\_\_\_. Modalização: da língua ao discurso. *Alfa*, São Paulo, n. 44, p. 171-192, 2000.

\_\_\_\_. O 'pathos' do enunciatário. *Alfa*, São Paulo, n. 48 (2), p. 69-78, 2004.

\_\_\_\_. Semiótica das paixões: o ressentimento. *Alfa*, São Paulo, n. 51 (1), p. 9-22, 2007.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. *Para entender o texto: leitura e redação*. 10. ed. São Paulo: Ática, 1995.

FISCHER, Gustavo Daudt. *Relações sujeito-tempo nos diários online: o 'armazenamento de agoras'.* Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Tecnológicas da Informação e da Comunicação. In CD-ROM da XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), Belo Horizonte, 2003, 11p.

FISCHER, Steven Roger. *História da leitura*. Trad. Cláudia Freire. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

FONTANILLE, Jacques. *Significação e visualidade: exercícios práticos*. Trad. Elizabeth B. Duarte e Maria L. D. de Castro. Porto Alegre: Sulina, 2005 (Estudos sobre audiovisual - v. 3)

\_\_\_\_. *Semiótica do discurso*. Trad. Jean Cristtus Portela. São Paulo: Contexto, 2007.

FOUCAULT, M. O panoptismo. In: \_\_\_\_\_. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 23.ed. Trad.: Raquel Ramalhe. Petrópolis (RJ): Vozes, 2000, p.162-192.

FREITAS, Evelson de. Qual é a receita para o boato de sucesso? *Agência Estado*. São Paulo, 2006. Disponível em: <[http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id\\_conteudo=6359](http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6359)>. Acesso em: 6 fev. 2006.

FREUD, Sigmund. *Cinco lições de psicanálise; A história do movimento psicanalítico; O futuro de uma ilusão; O mal-estar na civilização; Esboço de Psicanálise*. Seleção de textos: Jayme Salomão. Trad. Durval Marcondes *et al.* São Paulo: Abril Cultural, 1978 (Os Pensadores)

\_\_\_\_. *Sobre a psicopatologia da vida cotidiana*. Comentários e notas de James Strachey; colaboração de Anna Freud; direção da edição brasileira de Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1996. (Obras psicológicas completas de Sigmund Freud: edição *standard* brasileira, volume VI)

FROMM, Erich. *Psicanálise da sociedade contemporânea*. Trad. L. A. Bahia & Giasone Rebuá. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1961.

\_\_\_\_. *O coração do homem: seu gênio para o bem e para o mal*. Trad. Octávio Alves Velho. 6. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1981.

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. Trad. Raul Fiker. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GOETHE, Johann Wolfgang von. *Fausto*. Trad. Antenor Nascentes e José Júlio F. de Souza. Rio de Janeiro: Editora Letras e Artes, 1964.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise et al (org.). *Análise do discurso: entornos do sentido*. Araraquara: UNESP, FCL, Laboratório Editorial; São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2001.

GREIMAS, Algirdas Julien. *Sobre o sentido: ensaios semióticos*. Trad. Ana Cristina Cruz Cezar et al. Petrópolis: Vozes, 1975a.

\_\_\_\_ (org). *Ensaio de semiótica poética*. Trad. de Heloysa de Lima Dantas. São Paulo: Cultrix/EDUSP, 1975b.

\_\_\_\_. *Semântica estrutural*. Pesquisa de Método. Tradução de Haquira Osakabe e Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix/EDUSP, 1976.

\_\_\_\_. *Da imperfeição*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Dicionário de semiótica*. Tradução de Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Cultrix. [s.d.]

GRIMM, Jacob. *Contos de Grimm*. Trad. Fernando Klabin. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1998.

GUELFY, Maria Lúcia Fernandes. *Narciso na sala de espelhos: Roberto Drummond e as perspectivas pós-modernas da ficção*. Tese de Doutorado defendida pelo Departamento de Letras da PUC-RJ. Rio de Janeiro, 1994.

HABERMAS, Jürgen. *Teoria de la accion comunicativa: complementos y estudios previos*. Trad. Manuel Jimenez Redondo. Madrid: Cátedra, 1997.

HELAL FILHO, William. Diário 'unplugged'. *O Globo*. Rio de Janeiro, Caderno Megazine, p. 10-11, 21 nov 2006.

IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

INTERNET é vício para 50 milhões de pessoas, diz estudo dos EUA. *IDG Now!*. São Paulo, 2006. Disponível em: < <http://idgnow.uol.com.br/internet/2006/05/16/idgnoticia.2006-05-16.0187491499/>>. Acesso em: 16 maio 2006.

ISAACSON, Walter. *Einstein: sua vida, seu universo*. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

JAKOBSON, Roman. *Lingüística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1973.

JUNG, Karl Gustav. *Tipos psicológicos*. Trad. e apresentação de Álvaro Cabral. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1981.

KATZ, Chaim Samuel. Comunicação: conjunção-disjunção. In: KOSOVSKI, Ester (org.). *Ética na comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

KOMESU, Fabiana Cristina. *Entre o público e o privado: um jogo enunciativo na constituição do escrevente de blogs na internet*. Tese apresentada ao Departamento de Lingüística do Instituto de Estudos da Linguagem da Unicamp. Campinas, 2005.

KOSOVSKI, Ester. (org) *Ética na comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

KOYRÉ, Alexandre. Os Filósofos e as Máquinas. In.: *Estudos de História do Pensamento Filosófico*. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1991.

KUNDERA, Milan. *A insustentável leveza do ser*. 2. ed. Trad. Tereza B. Carvalho da Fonseca. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

LACAN, Jacques. *Escritos*. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

LAPLANCHE, Jean. *Vocabulário da Psicanálise*. Direção de Daniel Lagache. Trad. Pedro Tamen. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Trad. Ernani Pavanelli. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LEÃO, Emmanuel Carneiro. Ética e Comunicação. In: ESTER, Kosovski. *Ética na comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

LEMAIRE, Anika. *Jacques Lacan: uma introdução*. Trad. e revisão técnica de Durval Checchinato. Rio de Janeiro: Campus, 1979.

LEMONS, André. *A arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet*. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Tecnológicas da Informação e da Comunicação. In CD-ROM da XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), Salvador, 2002, 17p.

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

LINGUAGEM da internet demanda mais tempo para ser entendida. *Portal Estadão*, Tecnologia, 10 dez 2008.

Disponível em: [http://www.estadao.com.br/tecnologia/not\\_tec291745,0.htm](http://www.estadao.com.br/tecnologia/not_tec291745,0.htm).

Acesso em: 17 jan 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazío: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Trad. Miguel Serras Pereira e Ana Luísa Faria. Lisboa: Relógio d'Água Editores Ltda, 1989.

LOPES, Edward. *Discurso, texto e significação: uma teoria do interpretante*. São Paulo: Cultrix, 1978.

MAFFESOLI, Michel. *O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno*. Trad. Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. Tradução de Pedro Maia Soares. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MARANGONI, R.; PEREIRA, L. I.; SILVA, R. R. *Webjornalismo: uma reportagem sobre a prática do jornalismo online*. 2. ed. Indaiatuba: 2002.

MARCUSE, Herbert. *Eros e civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud*. Trad. Álvaro Cabral. 7 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978

MATTES, Raquel Naschenverg. Informática documentária. In: ANTUNES, Benedito (org.). *Memória, literatura e tecnologia*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2005.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Trad. Décio Pignatari. 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1979.

\_\_\_\_\_. *The global village: transformations in world life and media in the 21st century* /Marshall McLuhan and Bruce R. Powers. New York: Oxford University, 1989.

MINOIS, Georges. *História do riso e do escárnio*. Tradução Maria Elena O. Ortiz Assumpção. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

MONACHESI, Juliana. Performance anônima: a dinâmica do espetáculo depende do consumo de conteúdos irrelevantes. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, ano 86, n. 28.298, 24 set 2006. Caderno Mais!, p. 6

MORAES, Denise. Recém-alfabetezados. *Imprensa: Jornalismo e comunicação*. São Paulo, ano 19, n. 209, p. 38-9, janeiro/fevereiro 2006.

MORAES, Oswaldo Domingues de. Freud: dos chistes ao cômico. In: NEVES, Luiz Felipe Baêta. *A ideologia da seriedade e o paradoxo do coringa*. Revista de Cultura Vozes, Petrópolis, n. 68, p. 25-30, 1974.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: neurose*. Trad. Maura Ribeiro Sardinha. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. (O espírito do tempo: neurose – volume 1)

NASCIMENTO, Edna Maria F. S. Imaginário cultural e persuasão em textos publicitários. In: CORTINA, C.; MARCHEZAN, R. C. (orgs). *Razões e sensibilidades: a semiótica em foco*. Araraquara: Laboratório Editorial/FCL/UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2004. p. 191-202.

O ENIGMA de Kaspar Hauser. Produção de Werner Herzog. Berlim: Werner Herzog Filmproduktion, 1974.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de & LANDOWSKI, Eric. (Org.) *Do inteligível ao sensível*. Em torno da obra de Algirdas Julien Greimas. São Paulo: EDUC, 1995.

O NOME da rosa. Direção Jean-Jacques Annaud. Berlim: Warner Home Vídeo, 1986.

ORICCHIO, Luiz Zanin. Gilles Lapouge: a liberdade como extravio. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, Caderno Cultura, p. D6, 29 out 2006.

PAIVA, Fred Melo. Faz isso não, meu rei. *O Estado de S. Paulo*. Caderno Aliás, p. J8, ano 128, nº 41480, 13 maio 2007.

PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

PERELMAN, C; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PESSOA, Fernando. *Poesias de Álvaro de Campos*. São Paulo: FTD, 1992.

\_\_\_\_\_. *Os melhores poemas de Fernando Pessoa*. Seleção de Teresa Rita Lopes. 7. ed. São Paulo: Global, 1994. (Os melhores poemas, 18)

PFROMM NETTO, Samuel (org). *Goethe: poesias escolhidas*. Campinas: Editora Átomo; Edições PNA, 2002.

PIRANDELLO, Luigi. *O humorismo*. São Paulo: Experimento, 1996.

PIZA, Daniel. O espetáculo do simplismo. *O Estado de S. Paulo*. Caderno Cultura, p. D3, ano 127, nº 41263, 8 out 2006.

POE, Edgar Allan. *Poemas e ensaios*. Trad. Oscar Mendes e Milton Amado. 2. ed. Rio de Janeiro: Globo, 1987.

PROPP, Vladimir. *Comicidade e riso*. São Paulo: Ática, 1992.

\_\_\_\_\_. *Morfologia do conto maravilhoso*. Trad. do russo de Jasma Paravich Sarkan. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.

QUANDO Nietzsche chorou. Baseado no romance *Quando Nietzsche chorou*, de Irvin Yalom. Escrito, dirigido e produzido por Pinchas Perry: Millennium Films, 2007.

QUINTANA, Mário. *Mário Quintana*. Seleção de textos, notas, estudos biográficos, histórico e crítico e exercícios por Regina Zilberman. São Paulo: Abril Educação, 1982.

RHEINGOLD, Howard. *A comunidade virtual*. Lisboa: Gradiva, 1996.

RUBIN, Débora; AZEVEDO, Solange. Bruna surfistinha: por que tantas meninas de classe média estão virando garotas de programa. *Época*, Rio de Janeiro, n. 402, p.42-50, 30 jan 2006.

SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SERVA, Leão Pinto. *Babel: a mídia antes do dilúvio e nos últimos tempos*. São Paulo: Mandarim, 1997.

SHAKESPEARE, William. *Hamlet*. Trad. Millôr Fernandes. Porto Alegre: L&PM Ed. 1988.

SIBILIA, Paula. A vida como relato na era do fast-forward e do real time: algumas reflexões sobre o fenômeno dos blogs. *Em Questão*. Porto Alegre. v. 11, n. 1, p. 35-51, jan/jun. 2005

SILVA, Cristiane Moreira da. *Intimidade on line: outras faces do diário íntimo na contemporaneidade*. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2006. 83 f.

SILVA, Fernando Moreno da. *Vou-me embora pra livraria, pois lá tenho alegria: uma leitura das crônicas mais vendidas de Luís Fernando Veríssimo*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Araraquara, 2006.

SILVA, Maurício Moraes. Você quer reclamar do trabalho e da empresa? Escreva no blog do chefe. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, ano 127, nº 41.145, Caderno Link, p. L14, 12 jun 2006.

SIMÕES, Newman Ribeiro. *A morte canta no canto de um conto*. Piracicaba: N. R. Simões, 2004.

SÓFOCLES. *Édipo Rei*. São Paulo: Abril cultural, 1976.

TÓFOLI, Daniela. Adolescentes expõem corpos em fotologs na busca da fama virtual. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, ano 86, n. 28.282, 8 set 2006. Cotidiano, p. C4.

TOYNBEE, Arnold Joseph. *Um estudo da História*. 2. ed. Brasília: Ed. UNB, 1987.

VELHO, Gilberto. *Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea*. 7. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

VILAS, Juliana. Tribuna Livre. Revista *Istoé*. São Paulo, n 1863, p. 86-88, 29 jun 2005.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 7. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2002.

ZILBERBERG, Claude. *Eléments de Grammaire Tensive*. Limoges: Pulim, 2006.

#### SITES CONSULTADOS

[www.technorati.com](http://www.technorati.com)

[www.verbeat.org](http://www.verbeat.org)

[www.uol.com.br](http://www.uol.com.br)

[www.ig.com.br](http://www.ig.com.br)

[www.tiagodoria.blogspot.com/](http://www.tiagodoria.blogspot.com/)

<http://idgnow.uol.com.br/>

[www.brunasurfistinha.com/blogs](http://www.brunasurfistinha.com/blogs)

## **Anexos**

**Anexo A**  
**Pesquisa do Jornal do Blogueiro**

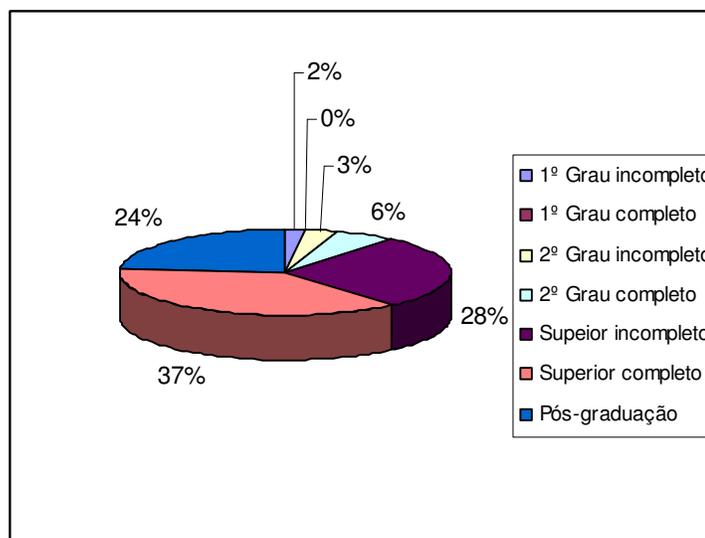
<b>Sexo</b>	<b>Porcentagem</b>
Mulheres	66,92%
Homens	33,08%
<b>Idade</b>	
De 14 a 18 anos	10,52%
De 19 a 23 anos	21%
De 24 a 28 anos	25,21%
De 29 a 33 anos	20,16%
De 34 a 38	6,72%
De 39 a 63	11,13%
<b>Quantidade de blogs</b>	
Tem apenas 1	65,28%
Tem 2	20,66%
Tem 3	9,91%
De 4 a 6	4,12%
<b>Tempo de blog</b>	
Há menos de 6 meses	19,49%
De 6 meses a 1 ano	14,40%
De 1 a 2 anos	38,98%
De 2 a 3 anos	21,18%
De 3 a 4 anos	4,23%
De 4 a 6 anos	1,69%
<b>Tipo</b>	
Pessoal	53,38%
Variedades	16,94%
Temáticos	14,40%
Humor	5,93%
Profissionais	2,54%
Debates e notícias	1,69%
Outros	5,08%
<b>De onde costuma postar</b>	
Casa	72,64%
Casa e trabalho	16,03%
Casa, trabalho e cybercafé	2,83%
Universidade ou escola	2,83%
<b>Quantas vezes costuma postar</b>	
Uma vez por mês	1,81%
Quinzenalmente	6,36%
Uma vez por semana	30%
Não tem dia certo	11,81%
De 2 a 6 vezes por semana	26,36%
Uma vez por dia	20,90%
Várias vezes por dia	2,72%
<b>Deletaram blog</b>	
Deletam	51,72%
Não deletam	48,27%
<b>Tem fotolog?</b>	
Sim	42,60%

Não	57,39%
<b>Dias e horários em que costumam postar</b>	
Dia indiferente	64,44%
Horário indiferente	57,77%
Noite	17,77%
Manhã	15,55%
Tarde	8,88%
Durante a semana	24,44%
Finais de semana	11,11%
<b>Permite comentário</b>	
Sim	91,11%
Não	2,22%
Apenas no livro de visita	6,66%
<b>Motivo que faz o blogueiro comentar</b>	
Em posts que conseguem prender pela leitura	50%
Amizade e camaradagem	33,33%
Ser conhecido	4,76%
Outros motivos	11,90%
<b>Já recebeu algum comentário arrogante em seu blog</b>	
Sim	69,77%
Não	30,23%
<b>Banda Larga</b>	
Possui	62,79%
Não possui	37,21%

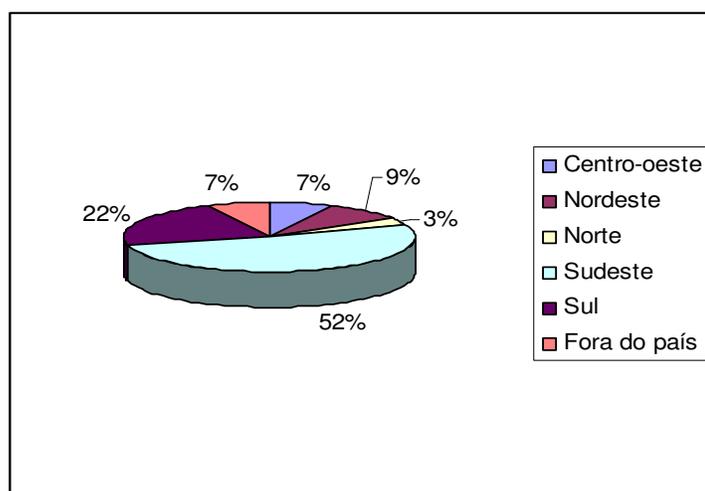
## Anexo B

### Pesquisa Blogosfera Brasil

A “Pesquisa Blogosfera Brasil” é um levantamento realizado pela Verbeat durante o período de 10 de novembro a 25 de novembro de 2005. Participaram do estudo 697 pessoas (54,4% do sexo feminino e 45,6% do sexo masculino) com idades que variaram entre 12 e 71 anos.



**Fig. 42: Formação**



**Fig. 43: Região de residência**

<b>De onde acessa</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
Casa	464	66,6%
Trabalho	220	31,6%
Escola/Faculdade	8	1,1%
Lan House/Cybercafé	4	0,6%
Celular/PDA	1	0,1%
<b>Tipo de conexão</b>		
Banda larga	648	93%
Linha discada	49	7%
<b>Frequência de acesso</b>		
Pelo menos 5 vezes por semana	661	94,8%
De 3 a 4 vezes por semana	22	3,2%
1 ou 2 vezes por semana	11	1,6%
Menos de 2 vezes por mês	3	0,4%
<b>Motivos de acesso</b>		
Lazer/diversão	630	90,4%
Notícias	505	72,5%
Profissional	504	72,3%
Estudo/pesquisa acadêmica	415	59,5%
Relacionamento	275	39,5%

Fig.44: Utilização da internet

<b>Ler/ter blog</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentagem</b>
Leio e tenho (ou já tive) blog(s)	562	80,6%
Leio blogs, mas não tenho um	128	18,4%
Tenho blog(s), mas não leio outros blogs	7	1%
<b>Como acessa os blogs que lê</b>		
Web	559	80,2%
Web e RSS	115	16,5%
RSS	19	2,7%
<b>Quantos blogs lê diariamente</b>		
De 2 a 5 blogs	277	39,7%
De 6 a 10 blogs	160	23%
Pelo menos 1 blog	77	11%
De 11 a 20 blogs	74	10,6%
Mais de 20 blogs	61	8,8%
Não leio blogs diariamente	46	6,6%
<b>Quanto tempo é dedicado para leitura (para os que leem)</b>		
Entre 30 min e 1 h	201	28,8%
Entre 15 e 30 min	169	24,2%
Entre 1 e 2 h	137	19,7%
Mais de 2 h	66	9,5%
Até 15 min	64	9,2%

Fig. 45: Usuário e o blog

	<b>Número</b>	<b>Porcentagem</b>
Diversão/entretenimento	576	82,6%
Ler opiniões diferentes sobre vários assuntos	559	80,2%
Informação/notícias	448	64,3%
Poder comentar e discutir assuntos que acho relevantes	354	50%
Saber como estão e o que andam fazendo os amigos/família	272	39%
É importante para meus estudos	79	11,3%
É importante para o meu trabalho	71	10,2%

Fig. 46: Motivações de leitura

	<b>Número</b>	<b>Porcentagem</b>
<b>Costuma deixar comentários</b>		
Sim, mas só em alguns dos blogs que visito	402	57,7%
Raramente	188	27%
Sim, em todos os blogs que visito	67	9,6%
Nunca comento	34	4,9%
<b>Se comenta, qual o principal motivo</b>		
Para discutir o assunto/temática do post	359	81,8%
É uma forma de eu poder falar com quem está longe	38	8,7%
Só para deixar um alô	37	8,4%
Para divulgar o meu blog	5	1,1%
<b>Se não comenta, qual o motivo</b>		
Não vejo importância	17	51,5%
Prefiro apenas ler	13	39,4%
Não gosto de me expor	3	9%

Fig. 47: Blogs e comentários

	<b>Número</b>	<b>Porcentagem</b>
<b>Gostaria de ter um blog</b>		
Já tenho um blog	527	75,5%
Sim/Talvez	118	16,9%
Não	48	6,9%
<b>Se sim/talvez porque ainda não tem?</b>		
Não teria tempo para dedicar ao blog	56	45,2%
Não tenho ainda conhecimentos técnicos para criar e manter um blog	29	23,4%
Sei criar, mas não tenho quem faça o meu template	16	12,9%
Não sei	12	9,7%
Preciso melhorar a minha escrita	11	8,9%
<b>Se não, porque não teria?</b>		
Não teria tempo para dedicar ao blog	20	39,2%
Acho que não tenho talento para isso	19	37,3%
Não tenho ainda conhecimentos técnicos para criar e manter um blog	7	13,7%
Não sei	5	9,9%

Fig. 48: Blogs e usuários

<b>Começou a blogar em que ano?</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentagem</b>
2004 – 2005	244	43,4%
2002 – 2003	225	40%
2000 – 2001	79	14,1%
Antes 98 - 1999	14	2,5%
<b>Mantém quantos blogs ativos?</b>		
1	385	70,1%
2	117	21,3%
3 ou mais	47	8,6%
<b>Tipo de blog que mantém/participa?</b>		
Individual	397	72,2%
Individual e coletivo	111	20,2%
Coletivo	42	7,6%
<b>Motivações para escrever/manter um blog</b>		
Registrar ideias e pensamentos que tenho	532	48,3%
Divulgar livremente minha produção artística (literatura, arte, foto)	246	22,3%
Manter amigos informados sobre minha vida	120	10,9%
Ser um canal alternativo à grande imprensa	105	9,5%
Ativismo social ou político	98	8,9%
<b>Para quem você mantém seu blog?</b>		
Um pouco de tudo	303	53,7%
Para mim	162	28,7%
Para os meus leitores	75	13,3%
Para os amigos/família	24	4,3%

Fig. 49: Ter e manter blogs

<b>Frequência de atualização do blog</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentagem</b>
3 posts por semana	179	32,5%
1 post por semana	145	26,4%
1 post por dia	123	22,4%
1 post a cada 15 dias	56	10,2%
Mais de um post por dia	47	8,5%
<b>Tempo diário dedicado ao blog</b>		
30 minutos	181	33,1%
15 minutos	151	27,6%
1 hora	137	25,0%
2 horas	48	8,8%
3 horas ou mais	30	5,5%

Fig. 50: Atualização do blog

<b>Você monitora a audiência do seu blog com um contador?</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentagem</b>
Frequentemente 289 52,1%	289	52,1%
Nunca 134 24,1%	134	24,1%
Raramente 132 23,8%	132	23,8%
<b>Alguma vez a audiência, ou variação brusca dela, já interferiu no conteúdo, na forma ou na frequência de publicações do seu blog?</b>		
Nunca aconteceu	368	66,5%
Algumas vezes	154	27,8%
Várias vezes	31	5,6%

**Fig. 51: Blogs e audiência**

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)