

“A questão da identidade nos blogs: O exemplo de uma sociedade dividida entre o moderno e o pós-moderno”¹

Aline da Rocha Barbosa²

Universidade Federal Fluminense – UFF

linerbarbosa@yahoo.com.br

Resumo:

Este artigo procura analisar as identidades no cenário contemporâneo, perpassado, por exemplo, pelas características do consumo e da globalização. Para tal análise, pretende-se, não perder de vista a elucidação de teorias distintas, relativas as formas de enxergar as identidades dos sujeitos. Uma delas é a que aponta para as fragmentações dos indivíduos e as formações de “identidades descartáveis pós-modernas”, que se transformam baseando-se em um ritmo veloz do tempo presente. Nossas afirmações, que procuram analisar as identidades atuais, amparam-se na observação de ambientes difusores da informação e locais de interações que crescem consideravelmente a cada dia: os blogs, representados aqui através do blog do jornalista Reinaldo Azevedo.

Palavras-chave: identidades, blogs, consumo, modernidade, pós-modernidade.

1. Introdução

Quando procuramos comparar o momento contemporâneo, com períodos passados, surge o fato de que os dias atuais não podem ser parecidos com os de uma época em que indivíduos consumiam tempo ao ler ou elaborar imensas obras intelectuais e pessoais, como grandes coleções de livros e sistemáticos diários. A avalanche informacional é grande e as possibilidades de acompanhamento ou aprofundamento em tais iniciativas são mais estreitas. Uma passagem de SIBILIA (2005), no artigo “A vida como relato na era do *fast-forward* e do *real time*: algumas reflexões sobre o fenômeno dos blogs”, exemplifica isso que dizemos:

De alguma maneira, portanto, hoje parece uma empresa impossível – incompatível com os ritmos que sacodem a atualidade – a proeza de ler as duas mil e duzentas páginas dos sete volumes “autobiográficos” de Marcel Proust, *Em busca do tempo perdido* – uma obra auto-arqueológica monumental iniciada em 1908 e concluída com a morte do autor, em 1922. Quanto às possibilidades de escrever algo assim, de empreender essa gigantesca e trabalhosa tarefa de “recherche” na história da própria vida para estilizá-la no papel com recursos literários, isso parece até mais difícil ainda. (SIBILIA, 2005, p. 5).

¹ Artigo elaborado para o II Simpósio Nacional da ABCiber (Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), 10 a 13 de novembro de 2008.

² Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa-MG. Mestranda, bolsista do CNPq, pela Universidade Federal Fluminense (Niterói – RJ), desde março de 2008.

Diante de um ritmo contemporâneo, que apresenta informações vindas de diversos meios, lidamos com conteúdos ligados às necessidades e possibilidades próximas e rápidas. Expressões populares como “tempo é dinheiro” ou “nunca deixe pra amanhã o que você pode fazer hoje” prevalecem atualmente. Mas, além de uma simples descrição do acelerado ritmo contemporâneo, o que nos interessa é destacar que tal elucidação liga-se a vários aprofundamentos entre os discursos que falam de “identidade”, um dos objetos de nossa análise.

Torna-se estimulador abrir espaços para as diferentes maneiras de se conceber nossa identidade nos dias atuais (o que garante a explanação de teorias distintas), além de ser instigante tentar contemplar tais teorias dentro do objetivo de apreciação de novos objetos da informação e interação, que crescem a cada dia, representados neste trabalho pelos blogs³. Também chamados de novos “diários íntimos” dos sujeitos. Porém, sem desconsiderar o objetivo citado, é preciso antes pontuar algumas questões mais “amplas” da sociedade atual, pois essas são essenciais para o entendimento das diferentes maneiras de se pensar o sujeito, seus comportamentos, posturas e sua própria identidade, itens analisados aqui, mais especificamente, através da observação sistemática de um blog: o do jornalista Reinaldo Azevedo⁴.

2. As identidades e a sociedade atual

Sendo assim, quais seriam algumas dessas questões cruciais para as formações das idéias relacionadas às identidades dos sujeitos atuais? Quando se trata de conhecer ou querer “decifrar” as identidades, alguns autores enveredam pelo aspecto do consumo. Segundo LIPOVETSKY (2007), vivemos hoje numa fase do *turboconsumidor*, esta conceituada como a “passagem da era da escolha à era da hiperescolha, do monoequipamento ao multiequipamento, do consumismo descontínuo ao consumismo contínuo, do consumo individualista ao consumo *hiperindividualista*” (idem, p. 104). Ou seja, uma fase que apresenta de forma “mais entrelaçada” as características de uma sociedade de produção e consumo de massa. Algumas dessas (listadas pelo autor no que ele chama de fase II dessa sociedade) são: um ambiente de estimulação dos desejos, a implosão publicitária, a sexualização dos signos e dos corpos, a paixão pelo novo e as mídias exaltando os prazeres instantâneos e esses tipos de referências por toda parte. Segundo ele, uma sociedade que nessa fase II “substitui a coerção pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pelo dispêndio, a solenidade pelo humor, o recalque pela liberação, as promessas do futuro pelo presente” (idem, p. 35), apresentando tais fatos mais articulados agora “na fase III” de *turboconsumo*.

O autor diz que tal momento pode ser definido pelo menor poder direutivo dos modelos de classe, a individualização das escolhas consumidoras, onde os atores têm uma maior liberdade de ação quanto às suas compras e usos do tempo. Nesse âmbito, são listadas as possibilidades de compra contínua, ampliadas por mercados que funcionam em diversos lugares (como aqueles com grande fluxo de pessoas: aeroportos, estações ou estradas com minimercados de abastecimentos), e com serviços disponibilizados vinte e quatro horas por dia, o que caracteriza um “universo

³ Segundo o Technorati, indexador de diários virtuais e responsável por uma pesquisa de 2007 que contabiliza quase 1 bilhão de blogs no mundo, a proporção média de novos blogs é de 175 mil por dia. O Technorati diz que os blogs são populares porque são ferramentas de fácil uso que permite que milhões de pessoas publiquem e compartilhem idéias e que outros milhões respondam e comentem.

⁴ Tal blog encontra-se entre os cinco blogs de política mais visitados do Brasil, apresenta um rico campo de comentários dos participantes (muitas vezes, visualize-se mais de 10 comentários e podem chegar a 200 ou mais em cada post) e a postagem de opiniões que nem sempre são convergentes (possibilitadas pelo mediador do domínio). Para este artigo, foram observadas as postagens que vão do dia 20 a 26 de julho de 2008. Mais para frente, uma parte deste trabalho explica toda a metodologia.

hiperconsumista em fluxo estendido”. Tal lógica hiperconsumista encontra sua perfeita realização hoje nas redes eletrônicas, através de compras pela internet, onde o cliente, além de liberta-se da figura do vendedor, está livre de todos os entraves espaços-temporais. A eliminação de tais entraves lembra-nos outro aspecto interessante para analisarmos o momento atual: a globalização. Quando falamos em globalização, parece que nos referimos a um conceito, de certo modo, novo. No entanto, como sugere HALL (1997), a globalização não é um fenômeno recente e sempre esteve enraizada na modernidade. Porém, é correto encará-la como um processo global que apresenta traços mais complexos atualmente, pois como sugere o mesmo autor: “geralmente se concorda que, desde os anos 70, tanto o alcance quanto o ritmo da integração global aumentaram enormemente, acelerando os fluxos e os laços entre as nações” (idem, p.69).

Mesmo que a globalização, uma palavra amplamente citada, ecoe como algo “conhecido”, vale citarmos o conceito de BUARQUE DE HOLANDA (1999) que diz que, num sentido geral, tal termo refere-se “a fenômenos transnacionais de grande escala como fluxos de capital, migrações massivas, regimes flexíveis de trabalho, telecomunicações, turismo e transferências culturais” (idem, p. 345) ou ainda, falar disso é

falar também sobre formas altamente específicas e culturalmente determinadas através das quais as populações locais interagem, freqüentemente reagem e continuamente transformam processos transnacionais. O que é muito atraente nesse caso é a percepção de que pensar a globalização é pensar tanto a integração quanto à fragmentação, é pensar tanto a homogeneização quanto a diferenciação. (idem, p.345).

Portanto, entende-se que através da globalização o mercado consumista e as trocas econômicas e culturais entre as diversas pessoas se realizam hoje de modo ampliado e intenso (a internet, por exemplo, ajuda a expandir processos de trocas atualmente). Mas, é simplista nos apoiar no fato de que a globalização sempre determina o domínio econômico ou cultural de um “pólo forte” sobre o “pólo fraco”, com as representações deste último desaparecidas ou sufocadas. Ou seja, é válido avaliar que podem existir hibridizações que produzem formas culturais novas que, tendo em vista o interesse específico do nosso trabalho, apresentam atores com diferentes identidades, modos de ser, pensar e agir, se comparados às representações de identidades dos dois pólos iniciais citados.

A globalização pode propiciar recuos também, no sentido das representações locais e nacionais tentarem se fortalecer. Concentrado na análise das identidades coletivas, CASTELLS (1999) é um autor que nos ajuda a entender tal processo de fortalecimento, pois ele rompe com uma abordagem etnocêntrica, “logo no momento em que nossas sociedades se interconectaram globalmente e tornaram-se culturalmente inter-relacionadas” (idem, p.19). Ele diz que é visível o aumento de conjuntos de expressões de identidades coletivas na sociedade em rede.

Esse autor se concentra em expressões coletivas, operadas por “resistências comunais”, e apresenta isso através de novas formas de fundamentalismo, por exemplo, mas o que é interessante observar no seu pensamento é a prevalência de uma outra maneira de concebermos os aspectos ligados à globalização: diferente de uma visão global de fundo “homogeneizado”. NERCOLONI (2007), por exemplo, nos lembra que “o local é penetrado por um imaginário desterritorializado, mas ao mesmo tempo, esse local pode transformar os elementos do global que chegam a ele, numa interação de dupla via” (idem, p.96). A globalização não aparenta estar causando nem o sucesso do ‘global’ “nem a persistência, em sua velha forma nacionalista, do ‘local’. Os

deslocamentos ou os desvios da globalização mostram-se, afinal, mais variados e mais contraditórios do que sugerem seus protagonistas e seus oponentes”, lembra-nos HALL (1997, p. 97).

Pontuadas as condições ligadas aos relevantes aspectos da sociedade atual, consumismo e globalização, vale nos aprofundar na ligação desses com as identidades dos sujeitos. Diante das configurações apontadas, não é difícil pensar que teríamos indivíduos preocupados com a idéia de ganhar tempo e de operar com rapidez suas mais diversas atividades, contando com a ajuda de novos suportes tecnológicos que possibilitam compras, pesquisas, interações e ações rápidas. Sujeitos propícios a serem “prisioneiros do tempo real”, atuando em uma sociedade *turboconsumidora*, onde o presente é o tempo sagrado, conforme apontado por LIPOVETSKY (2007). Temos que enxergar alguns limites nesse tipo de proposição. Esse último autor até os cita, quando ele mostra que o tempo comprimido não conseguiu absorver a totalidade de nossas energias. Como ele fala:

Mas, ao mesmo tempo, assiste-se à proliferação de desejos e de comportamentos cuja orientação para os prazeres sensoriais e estéticos, para o maior bem – estar, para as sensações corporais exprimem a valorização de uma temporalidade lenta, qualitativa e sensualista. (...). Assim, somos testemunhas do gosto pelo flanar, pelas idas ao restaurante à noite, pela ociosidade na praia ou nos terraços dos cafés. Nada de temporalidade uniformemente urgencial, mas um sistema composto de temporalidades profundamente heterogêneas. (...). O regime do tempo na sociedade de hiperconsumo não tem nada de unidimensional; é, ao contrário, paradoxal (...). Se as imposições de velocidade intensificam-se, não percamos de vista, no entanto, o papel primordial desempenhado pelo ator individual, o ‘consumator’ que, sem cessar, adota estratégias individuais, faz escolhas e arbitragens pessoais, acelerando aqui para deixar tempo livre ali. (idem, p.113).

Porém, detenhamos-nos agora no fato de que alguns autores baseiam-se nessa “ordem avassaladora e veloz” do tempo presente (que faz o passado e futuro perder peso), em contínua transformação, para apontarem a ocorrência dos “descentramentos dos sujeitos contemporâneos”. Mais especificamente, quando sublinham as formações de identidades de tipos descartáveis, formadas por imagens superficiais. Vale acrescentar que tais imagens são veiculadas na mídia, principal mediadora de idéias, opiniões e modelos. Concentramos-nos, então, na perspectiva de um “eu” pós-moderno que, de forma radical, é um sujeito que troca de identidade da mesma forma que troca seus gostos por roupas ou por outros tipos de consumos, inseridos na lógica do ritmo veloz e mutável. “As ênfases nos laços sociais frágeis podem dar a impressão de que, simplesmente, escolhemos nossas identidades como se fôssemos apenas consumidores em um shopping center da cultura”, lembra-nos MAIA (2000, p. 50). Como argumenta KELLNER (2001), “dizem que tanto os textos quanto os eus pós-modernos carecem de profundidade, são planos, superficiais e estão perdidos na intensidade e na vacuidade do momento, sem substância e significado, sem conexão com o passado” (idem, p 302).

Para efeito de comparação desse tipo de identidade com outras, podemos citar a rápida diferenciação que HALL (1997) faz entre três concepções de identidade: a do sujeito do Iluminismo; sujeito sociológico e sujeito pós-moderno. Segundo ele, o do Iluminismo está ligado a uma concepção de indivíduo

centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo ‘centro’ consistia num núcleo interior, que emergia pela

primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou ‘idêntico’ a ele – ao longo da existência do indivíduo. O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa. (idem, p. 11).

Teríamos, assim, o conceito de um sujeito único e coerente. Já na idéia de sujeito sociológico, a identidade é formada através da interação do eu com a sociedade. “O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o ‘eu real’, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais ‘exteriores’ e as identidades que esses mundos oferecem (idem, p.11). Tal visão reflete as transformações de uma sociedade moderna que se torna aos poucos mais complexa, no que tange as suas várias estruturas, como a econômica. Sendo assim, há a concepção de que o núcleo do sujeito não é auto-suficiente e autônomo, se afastando da proposta que põe “o homem individualista e senhor da razão” no centro do universo. A diferença é que a estrutura passa a ganhar peso, porém ainda podemos ver sujeitos, de certo modo, estabilizados. Como HALL(1997) diz a identidade costura o sujeito à estrutura. “Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e previsíveis” (idem, p12).

Algumas características da última concepção de identidade, a pós – moderna, já foram apontadas: um sujeito que está se tornando fragmentado, composto de várias identidades e não apenas uma. Mas, lembra-nos HALL (1997), que tal visão tem a ver com o fato de que as “paisagens sociais ‘lá fora’ e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as ‘necessidades’ objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais” (idem, p.12). Ou seja, adotando tal conceito de sujeito, paralelamente deve-se enxergar um processo mais amplo acontecendo no ambiente desse indivíduo. Processo que se relaciona com algumas formas de analisar a conjugação de itens já apontados aqui: globalização, consumo, a mediação de modelos pela mídia, entre outros.

Dessa forma, estaríamos atravessando uma fase em que a velocidade turbinada dos acontecimentos, em conjunto com um sistema de ordem global avassaladora, amparada no consumo, e criadora de diversas imagens modelos, atravessaria os corpos dos sujeitos de tal forma que suas identidades estariam mudando de acordo com esse mesmo ritmo veloz? Reconhecendo um ritmo “fragmentador de cada partícula da sociedade”, com suas unidades sendo jogadas ao infinito de um hiperespaço, fazendo com que a história e o “real” percam lugar, BAUDRILLARD (1992), acredita que

Cada conjunto, cultural, factual, tem de ser fragmentado, desarticulado, para entrar nos circuitos, cada linguagem tem de ser convertida em dispositivo binário para circular, não nas nossas memórias, mas na memória, electrônica e luminosa, dos computadores. Nenhuma linguagem humana resiste à velocidade da luz. Nenhum acontecimento resiste à difusão planetária. Nenhum sentido resiste à sua aceleração. (p. 9).

Nesse sentido, ele nos instiga a pensar que certos comportamentos contemporâneos (que parecem demonstrar o inverso da lógica do instantâneo), como o fato de “historializar tudo, arquivar tudo, memorizar tudo, sobre o nosso passado e o de todas as culturas” (idem, p. 19), não representam mais do que os sintomas de nossos pressentimentos do “fim”. Onde terminou o acontecimento e o tempo vivo da história. Dessa forma, temos de nos abastecer de memórias artificiais, de vários signos do passado para encararmos uma ausência de futuro, já que tudo agora parece perdido,

soltos nesse espaço infinito. Um dos fatos válidos desse tipo de argumentação é que diante da sensação de que os sujeitos vivem num ritmo mais veloz, se comparado às épocas anteriores, torna-se estimulador pensar em medos e preocupações que nos corroem: o medo de esquecer, de ficar “obsoleto” - da mesma forma que nossos computadores – e a preocupação de que nossa memória se “perca” (em conjunto com a nossa identidade) nessa massa informacional.

Mas, será que de fato somos “seduzidos pela memória”⁵, *unicamente* porque em nós estão intrínsecos pontos de luz “avassaladores” do tempo presente? Seria interessante, antes de tal questionamento, pensar no próprio limite desses “pontos de luz” do presente. Sem querer desmerecer esta última teoria apontada, até porque nos parece que nem todos os argumentos dela são negáveis, e no que tange ao indivíduo pós-moderno, soa-nos estranho adequarmos *totalmente* os indivíduos de hoje dentro de um conceito de identidade moderna do Iluminismo, por exemplo, quais seriam os limites dessas descrições que dizem respeito a um “tempo perdido”? Algumas pistas não nos apontam de modo tão seguro para uma “nova era avassaladora”, em que o sujeito estivesse de fato tão fragmentado, com várias identidades contraditórias, compradas nesse mercado global atual. Aliás, as identidades poderiam ser de fato compradas? É necessário analisar outro tipo de relação do consumo com a identidade.

CAMPBELL (2006), diz que “o verdadeiro local onde reside a nossa identidade deve ser encontrado em nossas reações aos produtos e não nos produtos em si” (idem, p. 53). O que isso sugere é que não compramos identidades simplesmente mediante o consumo de alguns bens e serviços, mas é através do monitoramento de nossas reações a tais que “começaremos a descobrir quem realmente somos”. (idem, p. 53). Seria aconselhável, portanto, sair por aí e “experimentar” tudo? O autor deixa claro que “naturalmente, ninguém precisa fazer compras, ou mesmo se engajar em qualquer outra atividade de consumo, para empreender sua busca por identidade e significado. E muito menos para se assegurar da realidade da própria existência” (idem, p.57). Nesse sentido, qualquer experiência que origine uma oportunidade de uma reação emocional pode servir a tal propósito. Quanto às mudanças de gostos e preferências, ele não sugere que isso deva ser encarado como mudanças bruscas em nossas identidades, de modo que as primeiras tentativas de estabelecer a “real” natureza do *self* tivessem falhado em um primeiro momento. Neste, os desejos e preferências que ajudaram a definir aquela identidade foram fortemente experimentados, provando que ela era “real”, isso da mesma forma como a intensidade de novos desejos demonstra a autenticidade do *self* novo “substituto”. Os *selfs* diferentes vistos como igualmente “reais” nos mostra, segundo ele, que temos de conceber que a identidade do indivíduo é algo “em desenvolvimento” por natureza. Sendo assim, embora o autor sublinhe que qualquer experiência possa nos ajudar nessa atividade de “auto-expressão” do *self*, ele se debruça na explicação da relação do consumo com a identidade, (traçando assim uma ontologia do consumo). Ele trata de uma possibilidade de “pureza” na relação consumo/identidade, porque no consumo dos produtos que desejamos, e não que necessitamos, há uma atividade de “auto-expressão” pura.

O que nos interessa no discurso de CAMPBELL (2006) é que ele, de certo modo, afasta-se das idéias que tratam as identidades como se fossem facilmente descartáveis, porque são “compradas” em um mercado que possibilita os consumos de objetos e também de modelos de comportamentos variados, ditos “aceitáveis”, com ecos e exposições através de seus principais “aliados” (os veículos de comunicação). A base para enxergar a linha de seu discurso, é talvez encarar a identidade como um processo,

⁵ “Seduzidos pela memória” é o nome do livro de Andreas Huyssen (2000), que vale a pena ser lido, tendo em vista o assunto tratado aqui.

além de ver através das práticas de consumo, escolhidas por nós, e não nos objetos de consumo em si, sentidos “verdadeiros” ligados às identidades. Sentidos demonstrados através de nossas reações e estímulos para com os objetos que nos “relacionamos”. Torna-se, portanto, instigante pensar numa forma de associação do consumo com a identidade, dentro desses parâmetros colocados por tal autor.

3. Identidades nos blogs

Para compreender de forma mais “tangível” essa relação consumo e identidade e aplicar alguns conceitos das teorias diversas apontadas, devemos nos ater em práticas atuais dos sujeitos. Onde analisar tais práticas? Neste trabalho, elas são verificadas no ambiente dos blogs, novos objetos da informação e interação que crescem em um ritmo exponencial. Por que analisar tais práticas nos blogs? Em primeiro lugar, porque os blogs representam mais do que novos objetos da informação e interação. Considerando alguns fatores já apontados aqui, em um blog acontece uma doação de tempo dos participantes (todos eles: o dono do domínio e os “comentaristas”) para com este blog. Acontecem, assim, “relações” das pessoas com um blog específico, e, por conseguinte, é possível observar “reações”. Ou seja, resumidamente, blogs também são tratados aqui como objetos de consumo. Como nos lembra CAMPBELL (2006), tais objetos podem nos propiciar “reações” que, como já explicadas, se ligam à nossa identidade. Partimos inicialmente desse pressuposto, então, além de conjugá-lo ao fato de que blogs também podem ser associados à globalização, outro ponto já abordado aqui. Tal associação é apenas no sentido de que blogs na internet permitem trocas culturais e interações. Isso sem perder de vista que a globalização existe antes da internet e uma não é sinônima da outra. A globalização é um processo político, econômico, cultural e social complexo. Acreditamos que o que acontece na internet é um dos “traços” desse processo.

Ponderadas essas questões, será que as atividades nos blogs constituem os sintomas de sujeitos que, ao invés de experimentarem as “trocas de identidades”, sugeridas por teorias de fundo pós - moderno, visam construir um tipo de “porto seguro” para “depositarem” e fixarem suas identidades “autênticas”, mesmo que tais lugares sejam visitados por vários sujeitos?⁶ A resposta não é simples, porque blogs constituem objetos novos e não são os “diários íntimos ressuscitados” da época moderna, em que as pessoas escreviam todas as minúcias de suas vidas e de certa forma se definiam.

Ativar um blog não é sentar em uma cadeira e escrever detalhadamente fatos que podem ser associados à sua vida, pessoal ou profissional, se compararmos como era feito na modernidade, pelas pessoas que trancavam seus diários com cadeados. Como diz SIBILIA (2003),

Nada mais privado, porém, vale lembrar, que um diário íntimo à moda antiga. Estes eram furtados à curiosidade alheia, guardados em gavetas e esconderijos secretos, muitas vezes protegidos por meio de chaves e senhas ocultas – chegando a se converter, inclusive, em práticas seriamente proibidas e perseguidas por maridos e pais, por exemplo. (SIBILIA, 2003, p. 7)⁷.

Sendo assim, a internet, lugar dos blogs, e todas as condições da sociedade contemporânea, não podem ser tratados apenas como detalhes. Para responder o

⁶ Questionamento parecido foi feito para o 3º Congresso de Estudantes de Pós - Graduação em Comunicação (CONECO). Porém, aqui, nos concentramos nas identidades e nos blogs. Lá, na questão da memória e dos blogs.

⁷ Trecho retirado do artigo: “Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica”.

questionamento feito acima, usamos a seguinte metodologia: inicialmente detemos-nos apenas no aspecto da produção, ou seja, tal questão foi analisada considerando os “blogueiros” primeiramente. Tendo em vista a grande quantidade de blogs atualmente e a proposta de analisar apenas uma “relação” do blogueiro com seu “objeto de consumo cotidiano” (o blog, que também é “objeto de consumo” dos participantes deste ambiente)⁸, escolhemos um blog para representação desta “classe dos blogueiros”: o do jornalista Reinaldo Azevedo, analisado durante as postagens que vão do dia 20 a 26 de julho, mas observado há mais tempo. Foram escolhidas três postagens em cada dia, o que nos forneceu o total de 21 postagens (ver quadro abaixo). Convém sublinhar que nossa análise não foi sobre o conteúdo dessas postagens. Estas serviram apenas como referências para as afirmações sobre o comportamento e perfil do blogueiro.

Quanto às diferenças existentes entre os vários tipos de blogs, é certo que não podem ser menosprezadas⁹, mas tendo em vista a intenção atual deste trabalho, adotamos a postura de fazer uma representação dos blogs, a partir deste único escolhido. Isso somente para apreciação do comportamento diário do selecionado, pois desde o início partimos do pressuposto de que os vários blogueiros (autobiográficos ou não) demonstram, de certo modo, suas “identidades” neste ambiente. Buscar as características dessas identidades é que é um dos propósitos deste trabalho. Em seguida, nossa análise estendeu-se para a relação que os participantes (os comentaristas) do blog apontado mantêm com o mesmo. A análise sobre esta relação dos participantes com o domínio em questão foi menos explorada, porém não poderia deixar de ser comentada, porque é preciso não perder de vista que blogs constituem produção, recepção, trocas e interações.

Blog de Reinaldo Azevedo

Data das postagens	Postagens selecionadas
20/07/08	“Os boçais. E o Simão Bacamarte da PF”; “De volta: de bons, trouxas e larápios”; “De tontos e obscurantistas”.
21/07/08	“PAULO HENRIQUE AMORIM: UM MONUMENTO DE UM METRO E MEIO DE PURA MORALIDADE”; “Analfabetismo e nariz vermelho”; “Aécio e Pimentel inventaram a democracia biônica”.
22/07/08	“Marta, acreditem, já fala como prefeita...”; “Marta não esquece nada e não aprende nada”; “Marta faz campanha em reduto tucano; eleitores gritam ‘relaxa e goza’”. “CNA: nova proposta americana mostra avanço na OMC”; “Podcast do Diogo: a verdade e os patifes”; “Jungmann apresenta projeto que endurece penas para crimes de abuso de autoridade”.
23/07/08	“Fala o ministro da Agricultura: “Rodada Doha não serve pra nada”; “Justiça condena MST a pagar R\$ 5,2 milhões por fechar ferrovia”; “Greenhalgh pede ao STF acesso ao inquérito da Operação Satiagraha”.
24/07/08	

⁸ Aqui, um blog, além de ser “objeto de consumo” dos participantes deste ambiente, pode ser visto como “objeto de consumo cotidiano” do blogueiro.

⁹ Diferenças que até renderiam um outro trabalho.

25/07/08	“Krugman defende ação do BC e diz que o Brasil, e não a China vai liderar emergentes”; “Mais Datafolha SP- Taxa de rejeição a Marta sobe”; “Obama em Berlim: o mito e a esperança”. “Hospitais pouparam R\$ 4,5 milhões depois de lei seca”; “VEJA 4 - A bomba populacional brasileira foi desativada”; “VEJA 2 – O que liga a bolacha à liberdade de expressão?”.
26/07/08	

Tendo em vista tal metodologia, vale falar alguns aspectos do blog em questão¹⁰. Tanto os estruturais do ambiente, como aqueles que denunciam de modo mais direto “o perfil” do blogueiro. Sendo assim, o blog é dividido em três colunas: duas mais finas, posicionadas à esquerda, e uma maior, centralizada, onde são feitas as postagens diárias políticas do jornalista, focos de análise da nossa pesquisa. O jornalista também tem no blog uma foto que o identifica. Mas, diferentemente de vários blogs, o blog de Reinaldo Azevedo não possui, perto desta foto, um espaço que literalmente escreve o perfil do jornalista, mas caso os leitores queiram conhecer um pouco da “identidade” do jornalista, isso pode ser feito através de vídeos, abaixo desta foto, em que Reinaldo Azevedo fala sobre “Ofensas”; “Humor”; “Verdade universal”; “Otimismo”. Pode-se dizer que esses vídeos também servem como base para os visitantes adotarem algumas “regras” quanto ao conteúdo que pode ser postado. As colunas menores, que ficam à esquerda, são as que apresentam conteúdo diverso, como direcionamentos para a revista “Veja”; “Buscas”; “Colunistas”; “Coberturas on-line”; “Seções On-Line”; “Multimídia”; “O Melhor Da Cidade”. Além da parte dos vídeos, antes mencionada, há a seção “Busca”, o “Avesso do Avesso” (publicações não periódicas ligadas à arte, por exemplo), a “Enquete”, “Últimas Notícias”, “Arquivo”, “Arquivo Especial”, que são publicações diversas sem regularidade, e “Artigos em Veja”.

As postagens diárias do jornalista, que possibilitam uma análise mais profunda do perfil de Reinaldo Azevedo, sempre se iniciam com frases, que costumam ser irônicas e chamativas. As postagens que norteiam os comentários dos visitantes são feitas apenas por Reinaldo Azevedo, apesar deste, algumas vezes, retirar o conteúdo dessas postagens de outros veículos e não deixar de citar os créditos. O jornalista usa a cor preta, azul e vermelha para grifar algumas linhas dos textos dessas postagens, dando, dessa forma, um destaque para alguns trechos. Uma observação interessante é que durante a leitura das postagens pode-se encontrar quase sempre a palavra “Voltei” ou outras parecidas. Isso significa que o jornalista começa a escrever um post, interrompe essa escrita e volta em outro momento para terminar o texto da postagem. Enquanto isso, os visitantes depositam seus comentários. Reinaldo Azevedo quando demora a postar algo ou interrompe uma postagem, nos demonstra preocupação com isso. Concordemos ou não com os conteúdos depositados naquele ambiente, ele “leva a sério” o fato de ser blogueiro e consegue nos passar a idéia de que gosta e orgulha-se de sua atividade.

Durante a leitura, também encontramos a frase “Assinante lê mais aqui”, no final de alguns posts do jornalista. Fato que condiciona o aprofundamento da leitura à possibilidade de ser ou não assinante da revista *Veja*. Antes das postagens, o jornalista também usa a frase “Leia abaixo” para enumerar, a partir dos títulos, as matérias que vamos ler nas postagens do dia. Estas possuem variados títulos, sendo que alguns possuem antes o vínculo “Veja 1”; “Veja 2”; “Veja 3”; “Veja 4”; etc. Esses vínculos denunciam postagens com conteúdo que fazem referência a reportagens escritas na

¹⁰ Indica-se consultar a página na internet também: (<http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/>).

revista *Veja*. O jornalista usa nestas postagens algumas frases no imperativo também, como “Não deixem de ler a reportagem”. Tanto a partir das alusões a tal revista, como por meio da análise minuciosa das variadas postagens diárias, é fato que a postura do jornalista, seus ataques e defesas às figuras políticas do cenário atual, relacionam-se de forma harmônica com o pensamento dessa revista.

Por último, vale destacar que Reinaldo Azevedo nos passa a idéia de uma pessoa “crítica” e atenta (o que nos leva a pensar no fato de que, com isso, ele “atende o perfil profissional jornalístico aceitável do mercado”). Mas, aspectos que lhe parecem inerentes, independente de ser ou não jornalista, se ligam aos seus textos também. Ele usa um tom irônico, na maior parte das vezes: seja para “responder” algum comentário que não condiz muito com suas idéias ou aquele que diretamente o acusa de algo (e o interessante é que ele não deixa de postar tais comentários), seja no decorrer da maioria de suas postagens. Essa é uma de suas características que mais se destaca nos seus textos. Não é nossa intenção fazer uma análise “psicológica” do jornalista, mas queremos apresentar o fato de que em síntese, Reinaldo Azevedo (e seu blog) apresenta uma identidade que tenta ser bem definida e demarcada. A questão que queremos descrever é a tentativa de uma coerência e “ordenação racional”. Reconhecida neste blog, para efeito de um exemplo mais específico, mas que pode ser uma característica existente em outros blogs (daqueles que são feitos cada um por uma só pessoa). Já que muitos visitados no dia a dia, de certo modo, nos parecem mostrar tal característica. Será que essa tentativa de “coerência” ligada à identidade existe somente porque falamos de um ambiente que é público? No sentido de que tudo que está ali é imagem, encenação, espetáculo, uma idéia que serve para ser vendida? Mais uma forma de “encenação do eu”, como acreditam algumas lógicas pós-modernas.

Já que o blog utilizado para análise representa outros blogs, como explicado em metodologia, nos referiremos agora à blogueiros. Sendo assim, nos parece que os blogueiros denunciam o seguinte movimento: apresentando um aspecto no mínimo pouco correspondente à fragmentação exacerbada do sujeito, que vislumbra o cenário dos usos de identidades ilimitadas, os blogueiros tentam é demarcar as fronteiras de suas identidades. Essa busca de limites do “eu” certamente caracteriza um impulso contrário ao discurso que fala sobre a ampliação de identidades ilimitadas, sejam elas na internet ou não. Não estamos de modo algum negando que já exista ou que possam acontecer as atuações de sujeitos que apresentam identidades “descartáveis”, mais fáceis de serem aplicadas em rede, por exemplo, pois o anonimato facilita isso.

Mas, esse impulso da busca da estabilidade, bem sucedido ou não (importante destacar porque ficamos no plano de uma busca apenas¹¹), certamente acontece e merece atenção para que haja uma relativização no tema dos descentramentos dos sujeitos. Nesse sentido, tal tentativa de definição fixa de identidade demonstra certa proximidade com a sonhada essência estável da modernidade e fica mais distante das supostas identidades descentradas contemporâneas. Não comparamos isso a uma atitude de “recolhimento” da identidade e sim de tentativa de “fixação” apenas, porque o sujeito pode sentir necessidade disso ou visa atingir algum fim específico com isso: o de querer vender, por exemplo. Assim, o blog além de ser algo “consumido” pelos participantes, é pelo dono do domínio, ao mesmo tempo em que é o produto fabricado por este último. O sentido de recolhimento é impossível, pois os blogs estão em um ambiente em que algumas intenções são compartilhar interesses e querer “ser visto”.

¹¹ Não podemos perder de vista a adoção de que “a identidade não é uma essência; não é um dado ou um fato - seja da natureza, seja da cultura. A identidade não é fixa, estável, coerente, unificada, permanente. A identidade tão pouco é homogênea, definitiva, acabada, idêntica, transcendental. Por outro lado, podemos dizer que a identidade é uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação, um ato performativo”. (SILVA, 2000, p. 96). Sendo assim, adotamos o termo “busca” neste trabalho.

Se a intenção não é desejar ser visto (poderíamos dizer: “sinto muito, mas você está no lugar errado”) ela acontece do mesmo jeito, mesmo que para alguns produtores de blogs demore mais. Sendo assim, a procura por uma identidade fixa (e, portanto, com a intenção de um histórico definido ou uma memória específica por trás disso) está ligada, além de outros fatos, com a tentativa de “ser alguém” e não apenas “mais um”, esquecido no turbilhão de informações que faz parte da internet e de outros ambientes da sociedade. A idéia de uma “sociedade do espetáculo”, parecida em alguns aspectos com as teorias de DEBORD (1997), certamente aparece. No caso do blog que foi analisado é inevitável não apontarmos que a “imagem” do autor do blog (um jornalista) e sua identidade, entrelaçada com a identidade que este lugar do ciberespaço construiu e procura manter (uma identidade parecida com a de tipo “institucional”), pode ser vista também como uma espécie de “produto” à venda.

Assim, concordamos com a autora SIBILIA (2003) quando ela fala na crise da interioridade psicológica vinculada à modernidade. Sabemos que blogs não podem ser comparados a simples adaptações dos diários íntimos. A busca por essa identidade não pode ser vista da mesma forma que era na cultura do psicológico e da intimidade, com auge nos séculos XVIII e XIX. Sendo assim, as construções de subjetividades dos produtores de blogs, não são “puras” (essas práticas não se fazem em uma “órbita diferente” qualquer). Nos blogs (como um todo), temos modos de ser diversos daqueles que impregnaram a modernidade, porque há um inegável diálogo com a “exposição pública” e, portanto, com as reservas necessárias para que se faça uma “boa imagem” que vem vinculada à construção de uma identidade específica.

Há, então, uma procura pela fixação de um “eu” (o blogueiro precisa disso considerando *também* a lógica de construção de um blog). Como diz PENA (2003), teríamos “um sujeito que busca a estabilidade em uma identidade coerente e unificada, como resposta à polissemia do descentramento identitário e da própria teia de conexões da contemporaneidade” (PENA, 2003, p. 150). Sendo assim, podemos dizer que os blogs se afastam da vertente contemporânea que fala, por exemplo, de múltiplas “personalidades” de um sujeito. Mas, temos também a questão da visibilidade, muito ligada a aspectos contemporâneos do “espetáculo”, relacionado à mídia e a adoção de modelos comportamentais. No sentido de que “aquilo que está na moda ou possui credibilidade”, vende, consegue ser consumido. O blog analisado representa isso. Sua credibilidade ancora-se em outra credibilidade: a revista *Veja*.

Porém, parece-nos simplista afirmar que essa procura de um “eu” é totalmente consumida nesse jogo do espetáculo, no sentido de que o sujeito - o blogueiro no nosso caso - constrói um “eu”, uma imagem, ou um “personagem” apenas para ser visto e ganhar “audiência”. Estariamos menosprezando, com isso, aspectos importantes, como a interação, neste ambiente e fora deste, e exacerbando profundamente um “processo de vigília” constante do produtor em relação a sua identidade. Esta é construída em processos diversos, através da diferença com o outro, por exemplo, e no contato com o mundo em geral. Mas, também é simplista dizer que nos blogs as pessoas escrevem de forma ingênuas todas as minúcias das suas vidas, pessoais ou profissionais, sem se preocuparem com o “detalhe” da internet que, na sua “vitrine”, oferece para nós diversas opções de “cliques”. Desse modo, temos em mãos um objeto complexo.

O estudo desse objeto fez-nos chegar à conclusão de que o espetáculo e o “jogo do consumo veloz” não impregnam por completo as produções de subjetividades, por isso o blogueiro representa aquele que, em uma tentativa de estabilidade, não quer se afogar nos “mares polissêmicos” contemporâneos. “Há um medo do afogamento gerado pelas mudanças aceleradas e a dissolução de certezas e referenciais” (PENA, 2003, p.

150). Aspectos como consumo, imagem e espetáculo não eliminam tal busca do sujeito. Nesse sentido, faço das palavras de MAIA (2000), as minhas:

Não estou aqui defendendo uma abordagem essencialista, como se as diferenças conferidas por gênero, raça, etnia, possuissem algum conteúdo ‘inerente’, permanente ou objetivo. Os sentidos das diferenças são construídos social e historicamente, e estão ligados ao modo pelo qual os membros de uma certa comunidade os entendem, os especificam e os experimentam nos contextos práticos de suas vidas . A identidade de pessoas ou grupos nunca pode ser tratada de forma monolítica. (p. 51).

Outro fato é que não é nossa intenção discutir se a existência de uma busca de fixação de identidade constitui apenas um passo do blogueiro para que ele, com uma identidade fixa, permaneça inserido na lógica do “espetáculo”. Soa-nos bem claro que ele sabe do valor de sua “imagem”, mas isso não invalida o que tentamos apontar: uma busca de identidade estável. Esta não deve ser reduzida a esse fator de valor propagandístico. Concentramos-nos neste trabalho somente na existência desse movimento de “tentativa ou busca de fixação de identidade”, mesmo que ele possa ser tomado apenas como um passo do blogueiro para os diversos fins. Portanto, podemos falar de distanciamento do sujeito moderno, porque hoje há uma sociedade bem diversa da moderna, com as características de um ritmo veloz e de modelos consumistas, e essas certamente dialogam com os blogueiros. Mas, também podemos falar de uma aproximação, quando há uma tentativa de definição fixa de identidade, mais próxima da sonhada essência estável da modernidade.

A análise dos visitantes do blog de Reinaldo Azevedo merece um espaço no nosso trabalho atual, mesmo que menor, se comparado à análise do blogueiro, porque não podemos esquecer que blogs representam o ambiente de uma comunidade virtual. Segundo NUSSBAUMER (2001), as comunidades virtuais, de acordo com Howard Rheingold (1996), são grupos socioculturais que surgem na Internet quando um suficiente número de indivíduos participa de discussões públicas, durante certo tempo, colocando seus sentimentos para que redes de relações humanas se estabeleçam no ciberespaço. LÉVY (1999) complementa essa idéia ao dizer que “três princípios orientaram o crescimento inicial do ciberespaço: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva” (p. 127). O autor diz que as comunidades virtuais são construídas sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, em um processo de cooperação ou de troca. Durante esse processo entram em contato diversas opiniões e “interações mútuas”, conforme PRIMO (2007), que provavelmente não ganhariam tanto potencial para se chocarem, complementarem ou enriquecerem, caso não existisse a “união geográfica” provocada pela internet, por exemplo. Os diversos participantes do blog em questão amparam-se sobre esse conceito de comunidades virtuais, já que eles se unem a partir da afinidade de interesse, formando com o tempo um “relacionamento”. Da mesma forma que fizemos com Reinaldo Azevedo, façamos com os participantes de seu blog: ou seja, as afirmações sobre eles, nos tangenciam para uma suspeita de que podem ser ampliadas para visitantes de outros blogs.

Sendo assim, se comparados aos blogueiros, é visível que os laços dos visitantes em relação aos blogs são mais “descompromissados” e instáveis, mostram-se, por vezes, de forma mais flexível e aberta, mas isso não seria suficiente para dizer que, dessa forma, os comportamentos desses visitantes serviriam para exemplificar mais a lógica de um sujeito instável contemporâneo. O que poderia ser invalidado através da verificação dos comportamentos deles fora deste lugar do ciberespaço. Além de não termos, no momento, a possibilidade de fazer uma análise profunda de fundo

“psicológico”, social e cultural. Não é o caso. Há uma diferença de “grau” entre tais visitantes. Ou seja, o interessante é que os mais freqüentes tentam “limitar” suas identidades e traçam perfis “estáveis” naquele ambiente. Sendo assim, eles poderiam ser enquadrados dentro da mesma lógica dos blogueiros. Ou seja, esses tipos de visitantes demonstrariam em tal ambiente a mesma busca de estabilidade “moderna” do blogueiro.

Verificadas essas questões de nosso trabalho, os blogs podem ser encarados como objetos de estudo que servem para exemplificar uma das formas de se pensar, não apenas as identidades dos sujeitos atuais, mas de se pensar o nosso contexto como um todo: uma sociedade atual dividida entre o “moderno” e o “pós-moderno”.

4. Conclusões e problematizações futuras

Como CAMPBELL (2006) acredita as identidades não podem ser compradas como objetos, mas estes podem nos produzir reações que se ligam às nossas identidades. Tal autor aponta para uma “pureza” expressada durante o ato de consumo. É como se no consumo demonstrássemos certas características que nos são próprias, *naquele momento*. Se ampliarmos a visão de consumo para outras áreas, como fizemos aqui vendo o blog como um objeto de venda e de consumo também, não há como negar o aparecimento dessas características durante a concretização de um objetivo, uma tarefa, uma expressão e discurso. Porém, nesta “pureza” devemos acrescentar outros ingredientes, pois é válido levar em conta que nossas opções são hoje fortemente influenciadas por modelos de consumo e de comportamento que mudam hoje com grande velocidade. Nesse sentido, nossa identidade pode ser vista como um “processo”, mas de que forma esse processo está atuando hoje? Resumindo: quais as características das teorias pós-modernas, que costumam recair no tema “identidade descartável”, podem ser levadas em consideração e quais nos dariam chances para mapeá-las com limites? Foram essas perguntas que procuramos responder ao apontar para uma sociedade que apresenta sujeitos divididos entre o “moderno” e o “pós-moderno”, através da análise de um blog.

No decorrer deste trabalho outros questionamentos foram aparecendo, como o fato: será que essa busca de identidade estável, próxima da modernidade, é apenas o sintoma de que realmente “tudo está perdido”, no sentido colocado, por exemplo, por BAUDRILLARD (1992)? De fato, parece-nos que estamos numa sociedade com um sistema econômico, político e social que é bem “articulado e orquestrado” atualmente. No sentido de que podemos avistar em nosso contexto inúmeros aspectos que apresentam intrínsecos a ordem de consumos, das rápidas transformações, das operações de modelos desejáveis, das repetições de fatos, que fazem parecer que a “história não anda e é sempre a mesma”. Fica-nos evidente que alguns comportamentos atuais, que podem parecer sintomas de medos e preocupações diante de tal ordem, merecem nossas investigações futuras, para que não percamos de vista uma análise, no mínimo, mais crítica da sociedade. Mas, no momento, quando demonstramos um sujeito “dividido” ou paradoxal, se levarmos em conta algumas idéias de LIPOVETSKY (2007), que nos esclarece que não somos escravos desse acelerado tempo presente, a intenção é apenas não enxergar essa sociedade bem orquestrada como “imbatível”, sem pontos fracos.

Sendo assim, acreditamos que, diante de um sistema que demonstra-nos ser bem arquitetado, dominador e de tempo veloz, não podemos deixar de corajosamente procurar os limites desse próprio sistema e, por conseguinte, as saídas. Essas, primeiramente podem ser conseguidas através da forma de enxergar os sujeitos atuais. Portanto, apontamos um sujeito “híbrido” e “paradoxal” que não tem nada de “puro”, mas também não está tão fragmentado e perdido no presente.

5. Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, J. *A ilusão do fim ou a greve dos acontecimentos*. Lisboa, Portugal: Ed Terramar, 1992.

BUARQUE DE HOLLANDA, Heloísa. “A academia entre o local e o global”. IN: MIRANDA, Wander Melo (org.). *Narrativas da Modernidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 345-356.

CASTELLS, M. “Introdução” e “Paraísos comunais: identidade e significado na sociedade em rede”. IN: *O poder da Identidade*. Vol. 2 de *A Era da Informação: Economia, sociedade e cultura*. SP, Paz e Terra, 1999, p. 17-92.

CAMPBELL, Colin. “Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno”. IN: BARBOSA, Lívia e CAMPBELL, Colin (orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro, Ed. FGV, 2006, pp. 47-64.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. São Paulo: Contraponto, 1997.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A Editora, 1997.

HUYSEN, Andréas. *Seduzidos pela Memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

KELLNER, Douglas. “Televisão, propaganda e construção da identidade pós-moderna”. *A cultura da mídia*. São Paulo, EDUSC, 2001, p. 295-334.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999. 260p.

LIPOVETSKY, Gilles. “As três eras do capitalismo de consumo”. IN: *A felicidade paradoxal*. Ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo, Companhia das Letras, 2007, p. 26-37.

LIPOVETSKY, Gilles. “Rumo a um turboconsumidor”. IN: *A felicidade paradoxal*. Ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo, Companhia das Letras, 2007, p. 98-127.

MAIA, Rousiley. “Identidades coletivas: negociando novos sentidos, politizando as diferenças”. IN: Contrampo – revista da Pós-Graduação em Comunicação da UFF. Niterói, UFF, nº 5, 2000, p.47-66.

NERCOLINI, Marildo José. "Entre o local, o nacional e o global: MPB e Rock Argentino agenciando identidades e culturas". Grumo, Buenos Aires, Rio de Janeiro: 7 Letras. Editores: Diana I. Klinger... [et al.], n.6, vol.1, 2007, p. 96-103.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. Fora do Armário: a cibersocialidade em uma lista de discussão GLS. In: LEMOS, A. & PALACIOS, M (Orgs). *Janelas do Ciberespaço: comunicação e cultura*. Porto Alegre: Sulinas, 2001.

PENA, Felipe. “A perna coxa da tecnologia: fantasias totalitárias dos naufragos da polissemia na cibercultura”. In: Dossiê, Mídia e Democracia. CONTRACAMPO: Revista do Programa de Pós – Graduação em Comunicação. Niterói: Instituto de Arte e Comunicação Social, 2003. p.141-154.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2007. 240p.

SIBILIA, Paula. “A vida como relato na era do fast-forward e do real time: algumas reflexões sobre o fenômeno dos blogs”. Porto Alegre: Em Questão, v.11, 2005, p.35- 51.

SIBILIA, Paula. “Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica”. In: *Olhares sobre a Cibercultura*. LEMOS, André e CUNHA, Paulo (Orgs). Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003. Na internet: (http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/tics/2003/body_sibilia).

SILVA, Tomaz Tadeu da. “A produção social da identidade e da diferença”. IN: SILVA, Tomaz (org.). *Identidade e diferença*. Petrópolis, Vozes, 2000, pp. 73-102.