



Contato e subjetividade:

Uma análise do microblog “@VouConfessarQue”¹

Alerrandro Barros²

Letícia Santos³

Mariana Dias⁴

Rejane Moreira (orientadora)⁵

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRRJ, RJ

RESUMO

As mídias digitais, presentes no cotidiano dos indivíduos, proporcionam uma nova forma de entender o estatuto das relações sociais. Embora o tecido social cultive múltiplas formas de estar junto, a complexidade desse novo modo de se conectar resulta de uma fusão entre o desenvolvimento das tecnologias e a expansão econômica. Por isso, a arena específica das mídias digitais e dos dispositivos tecnológicos está atrelada a certas materialidades culturais e sociais, sendo oportuno pensá-la como um lugar de *expressões subjetivas*. A partir da análise do microblog *@VouConfessarQue* buscamos descortinar os vetores que compõem esse ambiente, tomando como referência as conformações das linguagens utilizadas e as possibilidades de reconhecimentos balizados pelo blog.

PALAVRAS-CHAVE: multimídia, comunicação, subjetividade, contato

Delineando premissas

Os questionamentos e digressões teóricas aqui apresentadas são resultados dos encontros do *Núcleo de Estudos em Cultura Midiática* (NECOM), sediado na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). O Núcleo é fruto do recente curso Comunicação Social desta universidade, que teve início no ano de 2010, portanto, nosso trajeto teórico é recente. A primeira pesquisa desenvolvida no NECOM denomina-se *O prazer de estar em contato: comunicação e subjetividades nas mídias digitais*. Pretendemos, a partir da pesquisa, fomentar uma série de discussões e análises sobre propriamente o ambiente comunicacional instaurado pelas mídias digitais, inspirados principalmente por uma “abordagem sócio-técnica”, como sugeriu Gilles

¹ Trabalho apresentado no Intercom Junior – II -05 Comunicação e Multimídia do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRRJ, email: alerrandrebarros@yahoo.com.br

³ Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRRJ, email leticiasantos@live.com

⁴ Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRRJ, email maridias@hotmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social – jornalismo da UFRRJ, Vice - coordenadora do curso. email: re.moreira@terra.com.br.



Deleuze⁶. Entendemos, com isso, que a comunicação multimídia deve ser tomada em suas múltiplas dimensões, como dispositivo técnico, como ambiente de renovação social, como demarcador de poderes, como instrumento e efeitos de relações econômicas, lugar de criação, rupturas e repetição. Esses vetores são referentes que possibilitam uma análise multidimensional sobre o ambiente que está em constante movimento e que inventa formas de agenciar linguagem e conteúdos. Por isso, nossa primeira preocupação é entender que a comunicação multimídia coloca em variação muitos e relevantes signos sociais.

O que tomamos por comunicação multimídia é precisamente um tipo de comunicação que é “mediada por computador”, como concebeu Alex Primo⁷. Isso salienta a importância da internet nas comunicações contemporâneas, sendo fundamental buscarmos outras formas de compreendermos os contatos que hoje se efetivam. O campo comunicacional, nesse espectro, compõe uma sucessão de costumes sociais e modos de ser. O universo da comunicação, que envolve a recepção de sentidos, tem como um de seus possíveis vetores as modificações nas formas de vinculação, promovendo contatos e conexões de diversas ordens. Talvez esse seja o marco da nova cultura comunicacional, estar junto e manter-se em contato numa espiral sem fim. Atualmente os sujeitos são lançados a esse novo modo de se encontrar e promover sociabilidades.

Perceber esse campo, que se abre sob a ditadura do novo, é também entender que as relações mudaram e que a arena das mídias digitais se configurou como lugar de *expressões subjetivas*. Estudar essas expressões subjetivas é tangenciar estilos de ser que se modulam instantaneamente. Ao contrário de identidades demarcadas e condicionadas por organizações estanques, as subjetividades seriam formas mais fluidas de certa “escritura de si”. O conceito de subjetividade aqui então é acionado como aliado para se pensar esses diferentes modos de se comunicar.

Ao contrário do que sustentam os mais críticos a essas mutações, não vivenciamos o fim do pertencimento a um grupo, mas sim um *prazer de estar em contato*. Certa “vontade de contato” se configura como nova forma de manter o ideal de pertencimento. Esse pertencimento deve ser pensado sob uma nova ótica como bem nos

⁶ Cf. DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. **Conversações**, Tradução Peter Pál Perbart, Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

⁷ Cf. PRIMO, Alex, **Interação mediada por computador**, Porto Alegre, Sulina, 2007.



adverte Martín-Barbero⁸. Sobre o sentimento de pertencimento, Barbero nos apresenta a tese das “comunidades hermenêuticas”. Esse termo caracteriza, para o autor, uma mudança específica no sentido de pertença que se conforma a partir da interação mediática. Ao reconhecer que a sociedade contemporânea é fragmentada em sua essência, a ponto de solapar a fronteira povo-público, o autor salienta a necessidade descolorar a problemática das representações das referências simbólicas, outrora caracteriza pelos conceitos de nação e identidade, para os novos modos de simbolização que se abre com o intenso fluxo de trocas de informações. Os meios de comunicação devem ser tomados, por esse prisma, como mediadores de sensações e de contextos aos quais os indivíduos estão atrelados. Neste sentido, estudar as práticas sociais envolvidas e alavancadas pela televisão, por exemplo, torna-se mais complexo. Minimamente, essa perspectiva tomará o cuidado ao afirmar que a internet ou a TV (guardando suas diferenças) têm o “poder de”. Essas relações serão pensadas em um contexto de reciprocidade entre emissores e receptores. A complementaridade entre os pólos deve ser averiguada como fator de reconfiguração do papel dos meios de comunicação na atualidade.

O sentimento de pertencimento, para o autor, é uma esfera de integração (libidinal, simbólica e fundamental) que coloca em movimento a idéia de diferenças e também de semelhanças. Essa problemática foi delineada pelo pensador alemão Walter Benjamin. Benjamin percebe as aproximações sociais por uma dupla captura. Um movimento de deserção, em que a semelhança é rechaçada, e um movimento de produção de semelhança propriamente dito. A passagem de uma esfera para outra é tênue e complexa de ser desenhada. Em seu artigo *A doutrina das semelhanças* o autor apresenta o que seria essa lógica de aproximação das relações sociais. O autor salienta:

Mesmo para os homens dos nossos dias pode-se afirmar que os episódios cotidianos em que eles percebem conscientemente as semelhanças são apenas uma pequena fração dos inúmeros casos em que a semelhança os determina, sem que eles tenham disso consciência.⁹

Nesse trecho curioso o autor se preocupa com aquilo que nos aproxima ora conscientemente, ora não; a semelhança. Estar em contato supõe certo grau de semelhança. Mas se a semelhança nos aproxima, o que dizer do mundo contemporâneo

⁸Cf BARBERO, J M. *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: Sousa, Mauro Wilton – *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1995A

⁹ Cf. BENJAMIN, W. *Magia e Técnica, arte e política*. Rio de Janeiro, Ed. Brasiliense, 1985. p.109.



em que a avalanche da diferença nos acomete? A correnteza das mídias digitais abriga intensamente as imagens do outro, daquele distante, imaginado, muitas vezes, e que se revestem de certo disfarces e estranhamentos. No entanto, coloca-se um paradoxo. O outro experimentado pelas mídias digitais é o distante ou diferente, ou ele se apresenta como semelhante? O novo estatuto do outro parece, então, estar mais para a diferença ou para semelhança? O que define efetivamente o contato e a conexão?

Certos níveis de contato, que se apresentam com os blogs e microblogs nos parecem fundamentais para entender as possibilidades reais, que se abrem no século XXI e que acionam heterogêneas esferas de linguagens, políticas e culturas.

Especificamente gostaríamos de tecer algumas análises, que virão na última parte do texto, sobre o microblog *@VouConfessarQue*. Essa nova forma de comunicação se deve à emergência do *twitter*. Esse dispositivo é uma rede social que permite aos usuários enviar e receber mensagens e desenvolver um pensamento com 140 caracteres. É uma forma de comunicação rápida que produz em alta velocidade informações de diversas ordens. O usuário *@VouConfessarQue* tem como objetivo fazer confissões de coisas que todos nós fazemos/pensamos sempre, mas que não contamos a ninguém. A descrição do microblog é a seguinte:

@VouConfessarQue Confissões e Desabafos - SABIA QUE TE CONHEÇO PERFEITAMENTE? De suas MANIAS IDIOTAS até seus PENSAMENTOS mais secretos. ● Retweet meus Tweets! ●¹⁰

O grande desafio vem sendo estudar esse novo campo. Escolhemos esse dispositivo por entender que ele coloca em questão diversas noções como a campo de pesquisa. Temos, portanto, uma nova forma de elaborar a pesquisa de campo num ambiente virtual; novas formas de entender o contato entre os usuários; e as experiências de reconhecimento, linguagem, que são acionadas pelas mídias digitais. Vamos a essas problematizações.

A formação de determinados extratos subjetivos

¹⁰ Ver *@VouConfessarQue*. A ação de Retweetar, o Retweet (ou RT) é dizer o que a outra pessoa já disse, utilizando o nome do autor.



Nosso objeto de pesquisa tem relação com a idéia de que as pessoas se relacionam por certas identificações e reafirmações de si mesmo sob o outro. Neste sentido, partimos do pressuposto de que ao acionarmos o microblog estamos entrando numa esfera em se possibilita relaciona-se sob a ótica do espetáculo. Paula Sibilia¹¹ em seu livro “O show do Eu” afirma que no mundo internet/virtual as pessoas costumam se relacionar a fim de colocar o “Eu como forma de espetáculo”. Surge uma nova forma de expressão, as que se proliferam pelos blogs, fotologs e proeminentes.

A sociedade contemporânea se forja, assim, afirmando que para existir é preciso ser visto. Portanto, para que você tenha uma vida, é preciso que você conte sobre ela para todos. Para existir precisamos nos apresentar insistentemente. Uma pessoa que existe tem de alguma forma a sua autobiografia publicada, seja num livro com milhões de cópias vendidas, num blog na com milhões de acessos na internet, ou em um reality show na televisão com milhões de espectadores. O novo modo de se expor, segundo Sibilia, encontra suas raízes nos gêneros autobiográficos. A autora completa:

Apesar do pantanoso que parece esse terreno, ainda cabe indagar se todas essas palavras e essa enxurrada de imagens não fazem mais nada (e nada menos) do que exibir fielmente a realidade de uma vida nua e crua.¹²

Portanto, podemos concluir, mais apressadamente, de que a nova forma de estar em contato com o outro é estar em contato consigo mesmo. Os blogs, segundo Sibilia, são os fundadores de tais contatos. Alguém que escreve um blog espera que outras pessoas o visitem, em contrapartida, os usuários que visitam o blog se identificam de alguma forma, com os conteúdos ali expostos.

Gerou-se, assim um verdadeiro festival de “vidas privadas”, que se oferecem despidamente aos olhares do mundo inteiro. As confissões diárias de você, eu e todos nós estamos aí, em palavras e imagens, à disposição de quem quer bisbilhotá-las; basta apenas um clique do mouse. E, de fato, tanto você como eu e todos nós costumamos dar esse clique.¹³

A intenção não é se relacionar com o outro, mas mostra-se para o outro. Desse modo, passar a existir, passar a aparecer e a ser visto. Tudo gira em torno da espetacularização do eu e da vida particular. Em seu livro, Sibilia afirma que o instinto

¹¹ Cf. SIBILIA, Paula. **O show do eu**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2008.

¹² *Idem*, p. 30

¹³ *Ibidem*, p.27



da sociedade contemporânea é ser visto e é conhecer a vida particular e banal do próximo. Exemplo disso são os blogs de Diários Íntimos. As pessoas escrevem nele sua vida particular, seus medos banais, os segredos que ninguém sabe e todas as outras pessoas passam a ler diariamente todos os pensamentos íntimos de alguém que não conhece e que aparentemente não se tem muito em comum. Mas o que torna mais fascinante nessa cultura é o processo de identificação inerente a essa prática das produções textuais dos blogs e afins.

Para pensarmos esse processo vamos apresentar as diferenças entre os conceitos de desejo e prazer oferecidos pelo filósofo Gilles Deleuze¹⁴. Acreditamos que a partir dessa diferença, tão bem argumentada por Deleuze, em um pequeno texto em que discute com Michel Foucault, podemos entender o que é o *prazer de estar em contato*. Pela idéia de prazer Deleuze indica “uma reterritorialização, uma normatização que faz o sujeito se reencontrar.” Segundo o autor, não se pode “dar ao prazer qualquer valor positivo, porque o prazer parece-me interromper o processo imanente do desejo, o prazer parece-me estar do lado dos estratos e da organização”¹⁵.

Ao entender o prazer em sua diferença com desejo, Deleuze se distingue do trabalho de Foucault, principalmente no volume dois da História da Sexualidade em que o autor percorre os *usos dos prazeres* como representante de certas de linhas de resistências aos digramas de poder-saber. Em suas conjecturas, os poderes, que são forças instauradores de formas de ver e agir, se processam numa espiral sem fim e condicionam normatização. Já Deleuze entende o prazer exatamente como vetor que estanca os processos agenciamento de desejo.¹⁶ Ou seja, prazer para Deleuze conota uma força reativa, que produz paralisações, reconhecimentos, funções últimas das constituições das subjetividades. Já o desejo, seria uma linha mais dispersa que proporcionaria múltiplas e diferentes linhas de pensamento.

As diferenças entre desejo e prazer se colocam então como ponto fundamental de nosso trabalho. Entendemos desejo a partir da idéia de que não é algo natural ou estrutural e sim um processo. Já o prazer é aquilo que estanca o processo, aquilo que

¹⁴ Cf. DELEUZE, G. *Desir e Plaisir*. Magazine Litteraire, In: espaço michel foucault www.filoesco.unb.br/foucault

¹⁵ *Idem*, p.7

¹⁶ “para mim agenciamento de desejo marca que o desejo jamais é uma determinação “natural”, nem “espontânea”. Por exemplo, a feudalidade é um agenciamento que põe em jogo novas relações com o animal (o cavalo), com a terra, com desterritorialização (a corrida do cavaleiro, a Cruzada), com as mulheres (o amor cavalheiresco)... etc. Agenciamentos totalmente loucos, mas sempre historicamente assinaláveis. *Ibidem*, p.3



dimensiona um sentimento. Com relação ao *prazer de estar em contato*, podemos alegar que ele resguarda formas de reconhecimento, de capturas sociais e culturais a partir das mídias contemporâneas. Portanto, os indivíduos que estão imersos nas mídias digitais estão muitas vezes capturados por essas formas de reconhecimento.

No microblog *@VouConfessarQue* percebemos, em muitos momentos essa cumplicidade entre os usuários, esse sentimento de que “estamos no mesmo grupo”. Essa sensação produz lugar comum de pertencimento, códigos comuns compartilhados. Mas não seria isso mesmo a característica primeira dos sites de relacionamento? Trazer para o virtual as mesmas formas cotidianas de relacionamento social? No entanto, acreditamos que esse novo lugar que se abre como referência de troca de códigos traz com mais força e idéia de que o outro aparece apenas como mero “qualquer coisa” da relação. Os indivíduos ali se relacionam consigo mesmo e não com outro. Isso nos parece fundamental como ponto de partida de nossas análises.

Por isso, cremos que o prazer nos parece essencial nessa nova forma de estar em contato. Podemos afirmar que o prazer produz certa forma de organizar afetos. É por tal idéia de organização e reconhecimento que parece operar as relações no virtual. Bem diferente do prazer, o desejo se define por zonas de intensidades. O desejo é um afeto, um acontecimento. Não há tempo para pensar e dedicar-se a um desejo nas relações informativas efêmeras do virtual. O desejo é algo demorado, a longo prazo. O prazer nos remete a um resultado imediato. “(...) o prazer é o único meio para uma pessoa ou sujeito reencontra-se num processo que transborda.”¹⁷ Passa a ser a desconstituição de um desejo, um retorno a si mesmo. E voltamos, novamente, a idéia do se relacionar consigo mesmo.

Dessa forma, esse novo campo em que as pessoas se relacionam delineam características singulares de contato. O estudo de campo nos apresenta, então, diversificadas problemáticas, tais como a de tentar traçar essas novas relações sociais e a de também repensar o campo virtual em suas tendências.

De campo estamos falando?

¹⁷Cf. DELEUZE, G. *Desir e Plaisir*. Magazine Litteraire, In: espaço michel foucault www.filoesco.unb.br/foucault p. 8



Durante nossos encontros no NECOM estudamos o conceito de campo a partir da etnografia. Precisávamos entender como buscar informações, elementos e conhecimentos sobre o objeto pesquisa. A etnografia nos pareceu a mais interessante forma de acesso ao objeto. Cumpramos entender que não fizemos um trabalho etnográfico completo, mas pensamos a dinâmica da observação simples, com a ajuda do diário de bordo e umas posteriores análises.

A etnografia também é uma pesquisa qualitativa, pois lida com dados diversos, levando sempre em conta toda a profusão das impressões e informações que “espocam nos encontros de campo”.¹⁸ O pesquisador se inclui na pesquisa por envolver observação intensiva. Como observador-participante também produz matéria de pesquisa, o que constitui mais uma faceta desse método. Desta forma, possui a função de “transmitir o discurso do outro”¹⁹, transmitir aquilo que foi observado, analisado, estudado. Isso se dá a partir dos estudos etnográficos.

Esses estudos etnográficos são feitos, portanto, em campo, tomando por base a antropologia. O estudo de campo tem sempre como principal questão o distanciamento e não distanciamento. O distanciamento se torna importante para tal resultado não ser influenciado pelo pesquisador. O não distanciamento coloca o pesquisador sem preconceitos anteriores a tal objeto pesquisado. Ambos têm pontos negativos, o distanciamento não possibilita um envolvimento maior do pesquisador, ele não ouve o discurso direto das pessoas. O não distanciamento pode fazer com que o pesquisador coloque sua história, seu pessoal dentro da pesquisa e assim perder o foco.

A partir do texto da professora Janice Caiafa²⁰, encontramos boas referências para problematizarmos o estudo de campo. Em um de seus debates, a professora apresenta a ideia de simpatia, com o filósofo Gilles Deleuze. Deleuze concebe como o ponto de neutralidade entre o distanciamento e não distanciamento: a simpatia. Através dela é possível realizar o agenciamento no campo de pesquisa. Possibilita, dessa forma, a ideia da pesquisa etnográfica ser baseada no “com” (escrever com, entender com, aprender com) como regime de conexão. Neste sentido, o pesquisador deve ter algo em comum com seu campo de pesquisa, ele tem que simpatizar com o grupo estudado.

¹⁸ Cf. CAIAFA, Janice. **Jornadas Urbanas: exclusão, trabalho e subjetividades nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, Editora FGV, 2002,138

¹⁹ *Idem*,p139

²⁰ *Ibidem*.



Outro texto abordado em nossos encontros foi de Yves Winkin²¹. Com o autor, pudemos entender como fazer o diário de campo. O autor nos indica como elaborar esses diários, escolhendo as falas e recortando discursos para serem analisados. Assim Winkin diz que o pesquisador tem que ir até o objeto de estudo e o observá-lo durante algum tempo, todos os dias. Nessa observação é importante ter um caderno em mãos e dividir a folha em duas. Do lado direito deve escrever tudo que se vê, tudo que está acontecendo naquele momento. O imediatismo. Após esse processo é interessante que o pesquisador, ao se distanciar do objeto, anote suas análises iniciais.

Após a pesquisa de campo realizada, o pesquisador passa para o texto. Essa é uma parte muito importante. É onde se coloca sentido em toda a pesquisa. O principal objetivo é a principio apresentar o material ao leitor, aquele que não estava presente na pesquisa, que não sabe o que aconteceu. É importante apresentar passo-a-passo do processo para tal leitor. Durante esse processo o texto tende a recuar para as convicções do pesquisador. Dessa forma, ele consegue delimitar seus objetivos e seu campo de pesquisa. O leitor, ao receber tal pesquisa, analisa a transcrição e coloca um contexto a partir de sua interpretação sobre tal. Assim, é possível abrir outras vozes a partir da pesquisa.

O núcleo começou essa pesquisa. Fizemos um pequeno diário de bordo ou diário de campo. Deparemos-nos com um campo diferente, que é o virtual. Isso certamente trouxe novas problemáticas para o trabalho. Como é então fazer um diário de campo com a internet? Seria possível? Como entender o fenômeno e nosso objeto a partir de uma pesquisa antropológica, secular, que teve sempre como proposta pesquisar comunidades em espaços físicos? Bem, nossas proposições serão agora apresentadas. Partimos então para “campo” para observar o site de relacionamento @*VouConfessarQue* e fazer anotações sobre “sua movimentação”. Nossa hipótese inicial consiste em observar e entender as caracterizações do que é o indivíduo conectado, um *aventureiro mor* em busca de sensações. Esse sujeito conecta-se ininterruptamente e experimenta de forma fugaz as diferenças e o outro. Vamos observar nossa análise.

Uma possível análise do site @*VouConfessarQue*

²¹ Cf. WINKIN, Yves. **A nova comunicação- da teoria ao trabalho de campo**, Rio de Janeiro, Ed. Papirus, 1998.



Escolhemos o *@VouconfessarQue* como objeto de análise a fim de que ele pudesse nos apresentar novas características de linguagem e certas maneiras de identificação de seus usuários. Pareceu-nos, no mínimo, curioso o título **vou confessar que**, que sugeria, além de uma estranha forma de contar segredos, como também uma adesão quase que irresistível às confissões dos outros. Partimos de uma impressão senso comum: Quem nunca teve segredos? Quem nunca quis confessar algo? Essas questões nos motivaram primeiramente, já que ter *um prazer de estar em contato* é também buscar identificações, semelhanças.

Começamos com o estudo a partir do dia 12 de novembro de 2010 com término no dia 19 de dezembro de 2010. Um total de 37 dias corridos. No decorrer da análise, alguns dias foram perdidos devido à falta de um bom material e equipamento para o acompanhamento do microblog. Estes seriam os considerados imprevistos, segundo uma abordagem da etnografia. A partir de uma observação simples buscamos tabelizar²² os dias pesquisados. Tomando como inspiração teórica o texto de Winkin compreendemos que o diário de bordo funciona como instrumento de compreensão do fenômeno pesquisado. Segundo o autor, é preciso ter um equilíbrio entre envolver-se e manter-se afastado do objeto, por isso nosso cuidado em demarcar qualquer tipo de impressão no decorrer do processo.

Durante os primeiros dias de pesquisa, procuramos descrever o campo estudado com o intuito de analisar se o modo como o *layout* e a foto do perfil do microblog eram produzidos, poderiam chamar atenção de seus usuários aumentando, assim, sua popularidade. Segue a impressão da pesquisadora abaixo:

12 de novembro de 2010. sexta-feira. 17:51h

A página tem um fundo preto e vermelho com vários rostos assustados. O que tem muito em comum com a foto do perfil: um bebê com a mão na boca assustado. A descrição do microblog traduz bem o seu objetivo principal: “*Confissões e desabafos: saiba que te conheço perfeitamente? De suas manias idiotas até seus pensamentos mais secretos. Retweet meus tweets*” (**impressão de Mariana Dias**)²³

Nesses primeiros dias de observação, concluímos que as imagens expostas, por mais que sejam utilizadas como chamarizes não produzem mudança constante que resulte em uma agitação/animação do leitor. Ao contrário das confissões, em forma de postagens, que fazem os leitores mostrarem seu espanto ao perceberem que o microblog

²² Tabela consta no fim do texto.

²³ Exemplo retirado do diário de bordo.



ressaltou algo que sempre tiveram vontade de confessar. O interesse então consiste em perceber que está sendo respondido, muito mais do que as “efetivas informações” que possam integrar as postagens. O *layout* e a foto do perfil não influenciam na visita dos usuários, eles costumam acompanhar as confissões pela sua própria página inicial.

Constantemente as confissões são postadas de forma aleatória e os RT são freqüentes nas respostas. Interessante observar como as respostas são enviadas como se as pessoas tivessem alto grau de intimidade.

02 de dezembro 2010. Quarta-feira. 17h37minh

@vouconfessarque os dias demoram passar, mas os anos voam! =S
Pode fazer a pessoa pensar no tempo em que está e, assim, causar mais uma vez identificação. Um tweet que não é relacionado as confissões recebeu mais de 100 RT, que não se vê constantemente no blog. Mais de 100 pessoas Retweetam os tweets.

EU DIGO ISSO SEMPRE! (impressão de Mariana Dias)

Dia 16 de novembro de 2010 18:19

As pessoas mandam “replies” como se já conhecessem os donos. Como se existisse um vínculo. (impressão de Mariana Dias)

Ex.: @marii_toledo @vouconfessarque EU TAMBÉM!!!
(impressão de Mariana Dias)²⁴

No decorrer da pesquisa, pudemos concluir que a maior característica na popularidade do microblog são os *twitts* que confessam algo muito banal, e ao mesmo tempo assuntos de que ninguém costuma comentar. Percebemos que as falas transcorrem de forma trivial e os assuntos são banalidades cotidianas, sem muitos compromissos com reflexões. Segue abaixo um pequeno exemplo de assuntos variados que são retratados no microblog.

22 de novembro de 2010. terça-feira. 18:25h.

Desde que me desliguei ontem foram postado três twitts. (impressão de Letícia Santos)

VouConfessarQue já fiquei ODEIO quando termino de digitar algo e quando olho para tela do computador ainda não apareceu.

RT por 92 pessoas. Tem um pouco a ver com a instantaneidade em se comunicar, acho que isso é um ponto importante. (impressão de Letícia Santos)

VouConfessarQue já fiquei já fiquei a toa o dia inteiro, e no final do dia falei que estava me sentido cansado.

RT por 92 pessoas. Acho que ele confessou isso esses dias pra trás, não? (impressão de Letícia Santos)

VouConfessarQue odeio quando nascem espinhas bem no dia que vou sair.

RT por 89 pessoas. (impressão de Letícia Santos)²⁵

²⁴ Exemplo retirado do diário de bordo.



A simplicidade da linguagem utilizada pelo microblog nos permite criar uma identidade tanto dos leitores quanto dos autores do *@VouConfessarQue*. Alguns erros gramaticais e utilização de gírias mostram um perfil de um jovem totalmente inserido no novo método de se manter em contato. É comum na observação feita aparecer certa vontade de ter a necessidade ser visto pelos outros. Em relação a este, tanto os leitores quanto os autores mostram claramente esse atributo

30 de novembro de 2010. Quarta-feira. 17h37minh
@VouConfessarque quando percebo que meu numero de seguidores aumentou, fico curioso e vou ver quem foi que me seguiu.
Tem a ver com a fascinação de aparecer, de querer conhecer a ser conhecido. **(impressão de Mariana Dias)**²⁶

A identificação pode ser considerada o ponto mais forte dos leitores em geral. A confissão é algo que o leitor sempre faz, mesmo que esta seja uma mania esquisita de se relacionar, faz com que ele tenha uma vontade de produzir confissões que o deixe sempre visível. Aspecto relevante da pesquisa, que entende essa forma de comunicação como uma mostra pequena de como as redes sociais buscam apresentar seus usuários como imagens a serem consumidas pelo outro.

Abaixo um dia completo do nosso diário de bordo. Podemos perceber que essas impressões fizeram parte de uma pesquisa que buscou acompanhar o campo em suas propriedades principais.

13 de dezembro de 2010. Quarta-feira. 17h37minh

Que demora para abrir o twitter! Vamos aos números... 6535 tweets; 497 seguidos; 41213 seguidores, 10807 listas. Hoje foram postadas 11 confissões e eu já não sei mais o que comentar sobre elas. Tenho a impressão que tudo parece diferente e igual ao mesmo tempo. Eles falam de cantas, de musicas, de coisas perdidas, engraçadas, verdadeiras, curiosas, mas normais. Talvez essa seja a intenção. Falar de coisas normais. Ah, hoje eu não estou bem para estudar o campo.
VouConfessarque sempre abro o perfil do @VouConfessarque para dar uns RT's uhauhauhauhauhauhauha. Foi Rt por 96 pessoas. (RT de @MariaPaula07)

Férias mechem com a frequência na internet. Ah enfim é isso.
(impressão de Letícia Santos)²⁷

²⁵ Exemplo retirado do diário de bordo.

²⁶ Exemplo retirado do diário de bordo.

²⁷ Exemplo retirado do diário de bordo.



No decorrer de todo o diário de bordo, conforme eram analisados os *tweets* e eram observados os comentários dos leitores, foi possível formar o perfil de um jovem que procura por um contato (novo), um perfil previsível, pois percebemos que o universo de linguagens e conteúdos que rondam o site aciona aspectos do senso comum. Em nossas conclusões provisórias atentamos para a hipótese de que as pessoas que seguem o *@VouConfessarQue* querem relacionar-se consigo mesmo.



TABELA

QUADRO DE DADOS DO DIÁRIO DE BORDO			
DATA	HORA		
12/11/2010. Sexta-feira.	17h51min	30/11/2010. Terça-feira.	18h45min
13/11/2010. Sábado.	17h49min	01/12/2010. Quarta-feira.	-
14/11/2010. Domingo.	19h35min	02/12/2010. Quinta-feira.	10h35min
15/11/2010. Segunda-feira.	22h09min	03/12/2010. Sexta-feira.	-
16/11/2010. Terça-feira.	18h19min	04/12/2010. Sábado.	-
17/11/2010. Quarta-feira.	17h20min	05/12/2010. Domingo.	-
18/11/2010. Quinta-feira.	17h05min	06/12/2010. Segunda-feira.	-
19/11/2010. Sexta-feira.	-	07/12/2010. Terça-feira.	16h19min
20/11/2010. Sábado.	-	08/12/2010. Quarta-feira.	-
21/11/2010. Domingo.	17h04min	09/12/2010. Quinta-feira.	-
22/11/2010. Segunda-feira.	11h20min	10/12/2010. Sexta-feira.	-
23/11/2010. Terça-feira.	17h30min	11/12/2010. Sábado.	-
24/11/2010. Quarta-feira.	13h19min	12/12/2010. Domingo.	-
25/11/2010. Quinta-feira.	17h36min	13/12/2010. Segunda-feira.	22h38min
26/11/2010. Sexta-feira.	23h58min	14/12/2010. Terça-feira.	-
27/11/2010. Sábado.	20h45min	15/12/2010. Quarta-feira.	-
28/11/2010. Segunda-feira.	14h52min	16/12/2010. Quinta-feira.	-
29/11/2010. Terça-feira.	-	17/12/2010. Sexta-feira.	-
		18/12/2010. Sábado.	-
		19/12/2010. Domingo.	21h31min



Referências Bibliográficas

BARBERO, J. M. **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social.** In: Sousa, Mauro Wilton *Sujeito, o lado oculto do receptor.* São Paulo, Ed. Brasiliense, 1995.

BENJAMIN, W. *Magia e Técnica, arte e política.* Rio de Janeiro, Ed. Brasiliense, 1985.

CAIAFA, Janice. **Jornadas Urbanas: exclusão, trabalho e subjetividades nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro,** Rio de Janeiro, Editora FGV, 2002.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. **Conversações,** Tradução Peter Pál Perbart, Rio de Janeiro, Editora 34, 1992.

_____. **Desir e Plaiser.** Magazine Litteraire, *In:* Espaço Michel Foucault www.filoesco.unb.br/foucault

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder.** Dirigido Por Roberto Machado, Rio De Janeiro, Editora Graal, 1982.

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

SIBILIA, Paula. **O show do eu.** Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2008.

WINKIN, Y. **A Nova Comunicação - Da Teoria ao Trabalho de Campo.** Rio de Janeiro, Editora: Papyrus, 1998.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade – Uma teoria Social da Mídia.** Petrópolis. Ed. Vozes, 2002.